Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

POSGRADO EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS

Aguascalientes: Tradición y Modernidad Cultural

Rogelio Enríquez Aranda

Tesis de Doctorado en Ciencias Antropológicas

Director: Dr. Raúl Nieto Calleja

Asesores: Dr. Eduardo Vicente Nivón Bolan

Dr. José Antonio Gutiérrez Gutiérrez

México, D.F. Junio, 2007

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCAS SOCIALES Y HUMANIDADES

POSGRADO EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS

Aguascalientes: Tradición y Modernidad Cultural

Rogelio Enríquez Aranda

Tesis de Doctorado en Ciencias Antropológicas

Director. Dr. Raúl Nieto Calleja

Asesores: Dr. Eduardo Vicente Nivón Bolan

Dr. José Antonio Gutiérrez Gutiérrez

AGRADECIMIENTOS

Quiero dar mi más sincero agradecimiento al Dr. Raúl Nieto Calleja por su orientación, comprensión y consejos teóricos y metodológicos sin los cuales no hubiera sido posible realizar esta tesis. El recibir una de las tantas asesorías que me brindó fueron de gran estímulo ya que siempre regresé a Aguascalientes muy entusiasmado con ánimos de trabajar en las correcciones pendientes. Al Dr. Eduardo Nivón Bolán y al Dr. Antonio Gutiérrez Gutiérrez por sus pertinentes observaciones sobre el trabajo. A la Sra. Socorro Flores quien estuvo siempre pendiente del seguimiento administrativo, tanto de la Maestría como del Doctorado en Ciencias Antropológicas. Por otra parte, fue significativa la ayuda de mi hermano Sergio en lo referente al apoyo técnico; así como de Víctor, Alicia, Vanesa y Mary Chuy, quienes con mucho entusiasmo realizaron la aplicación de los cuestionarios. Al Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) y a la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA); al primero, por su apoyo metodológico en el trabajo de campo para lograr obtener la información deseada mediante AGEBS. A la segunda, por el apoyo financiero ya que mediante éste se logró que obtuviera una beca PROMEP que me sirvió de ayuda para los gastos materiales necesarios, así como los constantes viajes realizados a la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Itzapalapa. Por último a mi mamá "Chevita" que siempre estuvo de mi lado en los seis años en que se llevó acabo la tesis doctoral.

INDICE

CUARTA PARTE
OTRAS PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS HIDROCÁLIDOS

INTRODUCCIÓN

A.- Presentación del estudio

La sociedad aguascalentense se encuentra desde hace un poco más de tres décadas en un acelerado dinamismo económico y social como nunca antes en su historia, lo que la hace cada vez más compleja. Esta observación es aplicable no sólo para una sociedad como la nuestra, ya que los fenómenos sociales -y los naturales- no son estáticos, sino que están en movimiento constante, según el pensamiento dialéctico. De la misma forma, los nuevos procesos culturales que se han generado en la ciudad de Aguascalientes se han transformado de tal manera, que han permeado todos los micro contextos. El objetivo de este trabajo es precisamente dar cuenta de estos cambios culturales. Un ejemplo de tales cambios lo podemos ver con algunos indicadores de equipamiento cultural:

Los estados con mayor porcentaje de equipamiento de computadoras son: el Distrito Federal (21.5%), Baja California (15.1%), Nuevo León (14.5%), Querétaro (13.1%) y Aguascalientes (13.0%). El número de habitantes por librerías en México es de 85 064. El menor número de habitantes por librerías lo tiene el Distrito Federal con 20.343, Querétaro con 48 424, Baja California Sur con 59 017 y Aguascalientes con 59.017. Los estados con mayor disponibilidad de de radiograbadoras son: el Distrito Federal (94.18%), Aguascalientes (92.31%), Nuevo León (89.94%) y el Estado de México (89.72%). Porcentaje de viviendas con televisión por Estado: Distrito Federal (96.84%), Aguascalientes (95.85%), Nuevo León (95.85%), Baja California (94.96%), Coahuila (94.55%), Jalisco (93.88%) y el Estado de México (91.26%). Porcentaje de población suscrita a televisión por cable por estado: Distrito Federal (5.14%), Sonora (4.67%), Querétaro (4.66%), Quintana Roo (4.59%) y Aguascalientes (4.21%); además de este último se cuenta con 17 salas de cine, 17 bibliotecas y llega a la Entidad la señal de Canal 11 que se encuentra dentro de la Red Nacional de Radiodifusoras Educativas y Culturales. (*Atlas de infraestructura cultural en México 2003*:).

Tal amalgama de fenómenos sociales es producto, a su vez, de cambios vertiginosos que se generan en el tránsito de una sociedad tradicional, otra moderna, industrial y secular, procesos que desde hace más de dos décadas han surgido en la ciudad de Aguascalientes, lo cual afecta a

todo el Estado. La situación de que hablamos se comprenderá mejor, si observamos el actual contexto internacional, por ser éste, en última instancia, el ámbito en el cual se originan los cambios mundiales y locales que, en apariencia, nada tendrían que ver con los aspectos macro-económicos; lo cual resulta una falsedad, pues a diario se afirma que en el mundo en que vivimos la economía se ha globalizadado y, obviamente, también los procesos sociales, políticos y culturales. Lo que significa que los mercados financieros mundiales están interconectados por medios electrónicos, al igual que la producción de bienes y servicios, en lo que concierne al desarrollo científico. Boris Graizbord. plantea:

> *La propuesta de Friedmann y Wolf (1982) basada en los argumentos de Phal, Castells y Harvey, entre otros -que proponían que los procesos integradores de la formación de las grandes ciudades estaban vinculados más que a procesos ecológicos-demográficos, de concentración, diferenciación, etc., al movimiento histórico (...)-, que sugiere que cualquier cambio estructural que pueda ocurrir en una ciudad está determinado por: i) la forma en que la ciudad se integra a la economía global y ii) las funciones que cumple la división internacional del trabajo* (1998: 1-2).

El mundo se está transformando en otro, a partir de que el sistema capitalista entró en una fase global como nunca antes en su historia; y como nunca se habían suscitado cambios tan radicales en poco tiempo que el acelerado crecimiento de la mancha urbana, se calcula que en las últimas dos décadas se ha incrementado más que en el resto del siglo pasado. El auge de la industrialización que ha ocasionado el paso de una sociedad agrícola a otra moderna, y el incremento poblacional que en gran medida está determinado por los inmigrantes que proceden de otros estados del país, principalmente de los circunvecinos.[1]

El reverso de la moneda es el aumento en los índices de fenómenos sociales como los suicidios, divorcios, y últimamente la delincuencia organizada, por enunciar los más conocidos, al igual que los problemas acarreados con el crecimiento, como la escasez del agua, el florecimiento de los asentamientos irregulares, la polución del aire por el exceso de vehículos en circulación. Se

---

[1] **Eugenio Herrera Nuño, Director de COESPO, anunció a principios del 2002 que en julio, Aguascalientes alcanzaría la cifra de un millón de habitantes:** ***Al hacer un balance de la política demográfica durante los últimos años, Herrera Nuño destacó que en tanto la población mundial creció tres tantos entre 1900 y el año 2000, Aguascalientes lo hizo a un ritmo de 7.2 veces, al pasar de una población de 102 mil a 944 mil ciudadanos en ese lapso*** **(*Hidrocálido*, 2001: 1-A).**

estima -según folletos distribuidos por el Municipio sobre la verificación vehicular- que los automóviles e industrias arrojan a la atmósfera un total de 149, 000 toneladas de contaminantes al año, pero no se piense que la contaminación está en el aire, sino también en los ríos, baldíos, etc. Datos del Director del Control de Ingresos y Registro de Vehículos, estiman que hasta diciembre del 2005 había un total de 257,095 vehículos. Con base en los factores arriba anotados, se sugiere que Aguascalientes es una ciudad en tránsito a la modernidad, aunque conserva en algunos aspectos rasgos de tradicionales, y que también estaríamos hablando ya de una ciudad en que se destacan procesos metropolitanos. El desarrollo y complejidad de la infraestructura y equipamiento urbano, la cobertura de servicios a la población, y la diversa y novedosa oferta cultural en lo que respecta a gastronomía, teatros, museos, creación de centros de artes y espectáculos de deportes novedosos, entre otros, son nuestro tema a desarrollar.

El percatarnos de estos cambios culturales y bonanza económica, es algo que aparentemente sería trivial; pero si nos fijamos en la gran cantidad de accidentes automovilísticos producidos semanalmente, debido a que en el centro de la ciudad las calles son muy pequeñas y angostas para la gran cantidad de vehículos, sobre todo para los autobuses urbanos y sus alrededores, muchos de los conductores todavía no se acostumbran a manejar por estas avenidas, ya que los que van por el carril central van lentos, mientras que los que transitan por la vía rápida lo hacen con exageración. Tal pareciera que los primeros simbolizan el pasado de una ciudad provinciana, mientras que los segundos representan el presente moderno. Se puede agregar que en Aguascalientes, -al igual que en otras ciudades del país-, varias muertes ocurren por la mezcla de alcohol y el exceso de velocidad.

Una cuestión que en lo particular llama más la atención -y que es el motivo principal para llevar a cabo esta investigación-, son los cambios que están ocurriendo en la conducta de las personas, y las prácticas sociales de la población en general, que demuestra lo rápido que han quedado atrás las viejas prácticas; por lo que resulta necesario comprender los nuevos patrones culturales que se están originando entre la población. Hace más de un cuarto de siglo, por ejemplo, se podía identificar plenamente la forma de ser de los vecinos que vivían en algún sector urbano o barrio de la ciudad. Hoy, como resultado de los fenómenos mencionados, han florecido nuevas zonas populosas urbanas, sobre todo en la periferia, que son dignas de estudio por las mismas

peculiaridades socioculturales de la población que las habita. Resulta entonces pertinente hacernos la pregunta siguiente: ¿En los inicios del siglo XXI -en particular en los primeros seis años-, qué es lo que caracteriza a los aguascalentenses de hoy en comparación con los de hace más de tres décadas? O bien, ¿cuáles son los rasgos que caracterizan la vida cultural de las nuevas generaciones?

No existe en Aguascalientes el grado de multiculturalidad que hay en otras metrópolis del país como la ciudad de México, o en metrópolis mundiales como Londres, París o Los Ángeles. Alain Touraine dice lo siguiente: *"Si bien muchas redes mundiales tienen su centro en Los Ángeles, esta zona urbana no es ni una ciudad ni una sociedad, sino un conjunto de guetos o comunidades ajenas las unas a las otras, atravesadas por autopistas"* (1998: 11). Pero no por ello pasa a segundo plano la manera en que este fenómeno se presenta en las ciudades de rango mediano como es la que habitamos y que, por cierto, tienen en general otro tipo de características que son homólogas entre ellas. Lo cierto es que el equipamiento urbano y la apertura de los servicios -que llega casi al 100% en la ciudad-, le da una buena imagen no solo a nivel nacional, sino también en el extranjero y pueden beneficiarse los estratos bajos de la población. Resulta apropiado a lo que estamos mencionando, agregar una cita de Raúl Nieto Calleja acerca de la ciudad de México:

> *[...] la experiencia de habitar en esta ciudad no es la misma para todos los pobladores ya que las diferentes maneras de construcción del sentido, de habitarla y representarla, son el resultado, no sólo de la diversidad social, sino de su diversa composición social cultural. En suma, en esta ciudad no estamos ante una única cultura, sino que en ella claramente se distingue una dimensión multicultural donde coexisten distintos sujetos (Nieto, 2000: 58).*

B.- Objetivos de la investigación

El objetivo general que se persigue con esta investigación es analizar algunos aspectos de diversa índole como son los sociales, políticos, económicos, demográficos y urbanísticos, en un lapso de tiempo comprendido de mediados de la década de los setenta hasta los primeros años de la presente centuria, para que nos sirvan de plataforma desde donde exploraremos las transformaciones en el ámbito cultural de la sociedad hidrocálida. En particular lo que se refiere a las nuevas formas en que el hidrocálido consume una oferta cultural diversificada, y que

relativamente se suma a las actividades y prácticas culturales que tradicionalmente realiza, cuando no trabaja o estudia, después de su jornada laboral o los fines de semana.

La investigación ha sido realizada en el período comprendido de marzo del 2000 a diciembre del 2006, en el cual se analizaron los diversos espacios físicos y sociales de diversas ofertas culturales. Para ello, nos pareció importante conocer las actividades que la gente realiza en su tiempo libre, después de su jornada laboral o de estudio, así como los fines de semana y los días festivos: si las familias rentan un video para verlo en su hogar; si los domingos van al templo más cercano a oír misa, o "echar una cascarita" en un centro deportivo; si acostumbran ir los fines de semana a un parque a relajarse, asisten a una función de cine o a un espectáculo artístico que ofrecen las autoridades en la colonia donde viven; si salen de compras, o de plano se quedan en su casa para descansar después de una dura jornada de trabajo semanal, etc. Incluso nos pasreció de interés conocer la manera en que sus habitantes interactúan o consumen su tiempo en el interior de sus viviendas y espacios físicos, la forma en que adornan las paredes, el techo o el lugar que ocupa el o los televisores.

La investigación no puede entenderse como un proceso mecánico de causa y efecto; consideramos, que fuera de que se hayan suscitado fenómenos radicales en el último cuarto de siglo en el contexto industrial, económico, urbano-espacial y social en la capital hidrocálida, no por ello se pueden minimizar los cambios en el terreno de la cultura. Nuestro reto es precisamente conocer el rumbo que han tomado esos cambios, en cuanto que todos los individuos somos portadores y generadores de cultura y porque esto tiene que ver con la forma en que vivimos, trabajamos, comemos, descansamos y utilizamos el tiempo de ocio. En entendido, la investigación se ubica en el ámbito de la antropología urbana, en el sentido de que son diversos los contextos en donde se estudia a los actores sociales; aunque al mismo tiempo estos ámbitos deben comprenderse dentro de una unidad más amplia que es la ciudad-capital del estado de Aguascalientes. El trabajo busca generar información básica sobre el consumo cultural en Aguascalientes, tanto al interior como al exterior del núcleo familiar, ampliar la oferta de información a los sectores, público, privado y social sobre el consumo cultural en forma estratificada, y ofrecerla desagregada por grupos y género de edad. Sobre la importancia de la vida cotidiana Ágnes Heller menciona lo siguiente:

Precisamente como consecuencia de su inmediato fundamentarse en los modos espontáneos particulares, de reacción por parte de los hombres a las tareas de la vida que la existencia social les plantea (so pena de ruina), la vida cotidiana posee una universalidad extensiva. La sociedad sólo puede ser comprendida en su totalidad, en su dinámica evolutiva, cuando se está en condiciones de entender la vida cotidiana en su heterogeneidad universal (1991: 11).

C.- Planteamiento de hipótesis de trabajo

Este trabajo se desarrolló a partir de un conjunto de hipótesis tanto generales como específicas que fueron parte de instrumentos metodológicos. Por otra parte, cabe señalar que las hipótesis planteadas al principio de la investigación, se fueron reformulando en la medida en que se desarrollaba el trabajo pues se encontraron novedosos hallazgos no previstos en el sinuoso camino que es la investigación en ciencias sociales; lo cual no significa que fueran inútiles, ya que tuvieron un papel significativo al dirigir y acotar el trayecto del presente trabajo. Las hipótesis principales que orientaron el rumbo de esta investigación fueron las siguientes:

1.- A partir de fines de los años setenta y principios de la década siguiente, se genero en el Estado, sobre todo en la capital, un proceso de industrialización como nunca antes se había registrado en su historia, que estimuló, un acelerado crecimiento de la ciudad; y por ende, de la migración a ésta no solamente de los municipios del propio Estado, sino también de los otros estados del país más alejados, aunque también hay que tener presente que en la capital residen un número considerable de extranjeros.[2]

2.- A los fenómenos arriba señalados, se suman la ubicación del INEGI y de empresas extranjeras - sobre todo japonesas- y comercio en la ciudad-capital, lo cual trajo consigo, la transformación de su estructura urbana, pero también y sobre todo, cambios en los hábitos y formas nuevas de pensar de los hidrocálidos, debido a la interacción social con los trabajadores (técnicos, profesionistas y administrativos del DF, y de otras zonas del país) del organismo antes mencionado, con una comunidad japonesa que es ya muy notoria en la ciudad, y con personas oriundas de otros estados de la República.

---

[2] *"...en esta tierra radican más de 3, 500 extranjeros que arribaron de 70 diferentes países del mundo, los cuales hoy por hoy, ofrecen una muestra artística y gastronómica que permite armonizar cada día más como una comunidad, la cual se ha forjado con la participación de migrantes y aguascalentenses"* (Martínez Estebanez, Secretario General de Gobierno,en *El Sol del Centro*, 2005: 11/A).

3.- Como resultado de los factores económicos, sociales y urbanísticos, entre otros más, se ha generado una transformación cultural visible en el uso del tiempo de ocio. Con ello me refiero a que, durante el periodo que analiza la investigación, los hidrocálidos han cambiado sus hábitos de consumo de tiempo libre; es decir, aquel después de la jornada de trabajo o estudio, los fines de semana y en los días festivos. Fenómeno que confirma el paso de un Aguascalientes tradicional y agrario a otro moderno, industrial y urbano. El acceso a las diversas ofertas culturales ha sido efectuado de manera desigual ya que las diferencias entre grupos sociales están muy marcadas en la población. Esto se puede constatar a nivel urbanístico, pues mientras en el norte de la ciudad existe una zona donde viven las clases altas, al oriente de la misma vive la gente de bajo nivel económico. García Canclini señala que:

> *La desigualdad en el consumo cultural se explica en México, como en otros lugares, por las diferencias de capital económico y educativo. Pero en la capital mexicana también influyen las dificultades de acceso a los centros culturales y la disponibilidad desigual del tiempo necesario para llegar a ellos, dado que la mayor parte de la población habita lejos de los sitios donde se aglomeran los principales equipamientos* (1998: 26)

4.- La renovación de la fisonomía urbana de la capital del Estado, se refuerza con la complejización y diversificación de ofertas culturales. Algunas de éstas son: los centros comerciales y su cambio de locales; los restaurantes que ofertan gastronomía internacional; las cadenas de comida rápida; los inmuebles donde se ejercen prácticas religiosas no católicas; los multicinemas; los negocios de renta de videos y los cafés Internet distribuidos por diversos puntos de la ciudad, tanto en zonas residenciales como en colonias populares, y los nuevos complejos deportivos en donde destaca la construcción del Estadio Victoria, entre otros. Estos espacios físicos le están dando un nuevo rostro urbano moderno a esta ciudad de rango medio con una población de un poco más de un millón de habitantes, de tal forma que las interacciones sociales generan una cotidianeidad cada vez más compleja.

5.- El incremento de zonas urbanas masivas como el complejo habitacional de las *Ciudades Satélite*, compuesto por los fraccionamientos Ojocaliente I, II, III y IV-, José María Morelos y Jesús Terán Peredo y otros semejantes, que están situados en la periferia de la ciudad, han ocasionado la transformación de identidad de sus habitantes, muchos de los cuales provienen del

interior del Estado y de otras partes del país; en comparación con los vecinos de los barrios tradicionales ubicados en el centro de la ciudad de Aguascalientes (como son la colonia San Marcos, la de El Encino, de Guadalupe, La Salud, etcétera) donde aún se conservan formas tradicionales de vida urbana.

D.- Metodología y técnicas utilizadas

Uno de los principales retos a los que me enfrenté en el transcurso de la investigación, fue la construcción del objeto de estudio. Para lograrlo, me propuse realizar un trabajo en el cual se combinaran técnicas cualitativas y cuantitativas, para abordar un problema que corresponde al ámbito de la antropología urbana como lo es el análisis de diversas ofertas y prácticas culturales; así fue que opté por realizar etnografía en el contexto citadino. Las técnicas que utilicé fueron la observación etnográfica en los espacios y procesos culturales: realicé entrevistas con personas claves en el campo cultural y conocedoras de la problemática a tratar, como fue el caso del ex-director de Radio Universidad José Dávila -fallecido en el 2004- y de gerentes de centros comerciales y directivos del deporte en Aguascalientes, entre otros más. Etá también la aplicación de 273 cuestionarios, para que con la ayuda de esta herramienta pudiera realizar un tratamiento más objetivo del fenómeno social, al involucrarme directamente mediante trabajo de campo con los sujetos que habitúan "matar" el tiempo libre de formas diversas, y completar la parte cualitativa de este trabajo de investigación.

La observación participante la llevé a cabo en distintas unidades de estudio como fueron: los centros comerciales a fin de conocer las interacciones sociales que allí reproducen los grupos sociales, ya que en estos lugares hay jóvenes que van a divertirse; familias que van de compras a una tienda comercial, así como parejas maduras que asisten a una función de cine. Asimismo, frecuenté los restaurantes de comida extranjera y las cadenas de alimentos rápidos, con el fin de hacer una comparación con el tipo de clientes que frecuentan una cenaduría, un puesto ambulante de tacos o un restaurante de comida mexicana. Asistí a varias funciones de cine en diversos cinemas de la ciudad, sobre todo los fines de semana, con la finalidad de observar el comportamiento de los asistentes, ya que considero que los cines actuales son lugares de interacción social, sobre todo para los jóvenes de clase media alta y alta. Por ejemplo, hay quienes antes de empezar la función conviven platicando en alguna de las mesas de la cafetería,

tomándose un capuchino y una rebanada de pastel antes de disfrutar la película. También realicé visitas a algunos de los videocentros, ubicados tanto en el norte de la ciudad -la *Zona Dorada*- como en el centro y la periferia de la misma, con el fin de conocer el género de películas que rentan los aficionados al séptimo arte. La asistencia a una función de cine es un ejemplo para comparar las diferencias sociales; las observaciones realizadas comprobaron que el público gusta más de las películas de *Hollywood,* que son las que predominan en la cartelera.

De la misma forma, hice observaciones en los puestos ambulantes y fijos de periódicos, revistas y libros, como *Excelsior*, establecimiento de publicaciones que se encuentra en *El Parián* en el centro de la ciudad, a fin de observar el tipo y el género de publicación que compran los clientes. En lo que respecta al uso de las nuevas tecnologías como la computadora, realicé diversas visitas a los Cafés Internet, en los que pude comprobar situaciones como que una cantidad de alumnos, lejos de hacer las tareas escolares, ocupan el tiempo en chatear, ver pornografía y en más de un caso utilizan el inmueble para drogarse. Por otra parte, asistí a algunos pasatiempos de los jóvenes como los rodeos, los conciertos de música grupera, las discotecas, los *antros* y los espectáculos al aire libre que se presentan en la explanada del Teatro del Pueblo,[3] sobre todo durante la Feria Nacional de San Marcos, entre otros más. Esta última práctica la lleve a cabo con el fin de comparar las diversiones de los jóvenes del siglo XXI, con las que tuvimos los otrora jóvenes que vivimos la década de los setenta.

En lo referente a la oferta cultural deportiva, asistí como espectador a los juegos de las ligas de béisbol y fútbol que las clases populares practican en los llanos de la ciudad y en algunos estadios municipales; así también, fui a partidos de fútbol del equipo Necaxa de Primera División en el Estadio *Victoria*. Intercambié ideas con personal del Estadio Romo Chávez y del Gimnasio Olímpico, como el Profesor Rodolfo Reyna, el Ingeniero Castro, el Señor Hugo Díaz y el Señor Eduardo González "El Capi", ex jugador de las otrora *Cebras de Aguascalientes,* quien nos proporcionó información muy valiosa de la historia del fútbol en la Entidad. Por último, realicé observación participante en los diversos eventos que ofrece *La Feria* durante las últimas cuatro verbenas; como las corridas de toros, las peleas de gallos, el Desfile de la Primavera, la

[3] El *Teatro del Pueblo* se sitúa en la Excedra de la Plaza Patria en pleno centro de la ciudad, y en él se ofrecen espectáculos gratuitos para el público en general, sobre todo durante períodos festivos de la *Feria Nacional de San Marcos*, los aniversarios de la fundación de la ciudad y el *Festival de las Calaveras*, entre otros.

Exposición Ganadera y El Ferial, entre otros, con el fin de comparar la conducta de los hidrocálidos antes y después de la verbena abrileña. Para el desarrollo de este tema y otros afines, fue muy sustanciosa la información que obtuvimos del Licenciado J. M. López Calderón, ex director de Reglamentos del Municipio, así como la del Archivo Histórico de la Ciudad. El procedimiento de análisis y observación, me llevó a realizar recorridos por las unidades objeto de estudio, de tal manera que atravesé por decirlo en varias ocasiones lo macro -estructura física de la ciudad-, pasando por contextos intermedios -delegaciones-, hasta aterrizar en los lugares micro sociales -que son zonas reproductoras de ofertas culturales- en donde se realiza el intercambio social, en particular las prácticas de los consumos.

Instrumentación de la encuesta.- La planeación y el diseño se llevaron a cabo con el apoyo de profesionistas que trabajaron en el INEGI. Esta etapa se realizó durante el mes de septiembre de 2001, con el fin de capacitar al personal técnico sobre la encuesta y hacer concertaciones de colonos por estratos sociales. Los fines de esta actividad fueron los siguientes: Integrar el directorio de familias seleccionadas por estrato; determinar el periodo de levantamiento y referenciar geográficamente a cada familia, conjuntamente con algún líder de colonos para lograr mayor apertura. Se realizó la integración del directorio de familias seleccionadas en el formato Directorio de la Encuesta DE-01, en la cual se concentraron el nombre del jefe de familia, dirección, teléfono, si es que lo tuviera, y el folio de los cuestionarios. Se realizó el campo de referenciación geográfica con base en el directorio de la encuesta (DE-01) y con apoyo del plano de localidad urbana en referencia a cada vivienda. Se hizo una concertación durante el recorrido de referencia geográfica, actividad que consistió en dtectar la vivienda correspondiente, confirmar el nombre de jefe de familia, preguntar el número de integrantes de familia y concentrar la información en la quinta columna del formato DE-01. Obtenido lo anterior, se concertó la cita (el día y la hora) con el fin de programar el levantamiento con el apoyo del personal técnico que fue preparado para ello. Cabe señalar que no se entrevistaron a personas dueñas o encargadas de tiendas, talleres y comercios en general.

Cuando al momento de la referenciación geográfica no se encontró al jefe de familia, o se detectó la ausencia de las personas en el domicilio, se dejó un oficio solicitando llamar al teléfono del Departamento de Sociología y Antropología de la Universidad Autónoma de

Aguascalientes (UAA). En la organización de recursos materiales, se distribuyó el material de encuesta a los cuatro integrantes del equipo de ayuda técnica, que fueron los siguientes: tablas de apoyo, directorio de encuesta, técnica de entrevista, cuestionario por estrato social y oficios de presentación. Por último, en la organización de recursos humanos, se elaboró el material auxiliar para la capacitación de los encuestadores, en un aula en la universidad, y se convocó al personal para adiestrarlos en su trabajo. Para el levantamiento de la información se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

a) Revisión de la programación de levantamiento; b) asignación de cargas de trabajo que consistió en distribuir al personal de apoyo técnico del total de cuestionarios que les correspondió levantar por estrato social; c) levantamiento mediante entrevista directa en el lugar donde residen regularmente los integrantes de cada familia; d) revisión del cuestionario: esta actividad se realizó al fin de la entrevista, y consistió en verificar la información total del cuestionario, lo cual evitó consultas en campo. e) Posterior al levantamiento, se llevó a cabo el proceso de validación para confirmar la congruencia de cada cuestionario, el vaciado de datos en una matriz y el vaciado de datos en tabulados; análisis de la información y presentación de resultados y, por último, la integración de resultados en el trabajo de investigación.

Conviene señalar algunas características del levantamiento de la encuesta. Este instrumento metodológico se aplicó durante la última semana de julio hasta la primera de septiembre del 2003. El total de preguntas fue de 116 sin tomar en cuenta los apartados 1 y 2, a excepción de la pregunta acerca de si la vivienda es propia, rentada u otro, que corresponden a los datos de la identificación de la vivienda y datos de control respectivamente. El total de cuestionarios que se aplicaron a los informantes fue de 273, entrevistándose solo a personas de quince años en adelante, de los cuales 131 fueron hombres y 142 mujeres; aunque cabe señalar que un porcentaje significativo de ellos -25 casos- fueron incompletos- no contestaron todo el instrumento pues no supieron que decir respecto a ciertas preguntas. Las edades de los entrevistados fueron las siguientes: 43 de 15 a 20 años; 67 de 21 a 30 años; 56 de 31 a 40 años; 56 entre 41 y 50 años y 41 entre 50 y más años, que en total suman 263 encuestados y 10 no contestaron. En cuanto al estado civil: 10 viven en unión libre; 134 están casados; 14 son viudos; 17 son divorciados; 1 dijo estar separado y 97 eran solteros. De ellos, 168 nacieron en

Aguascalientes y 105 son oriundos de otros estados de la república mexicana, sobre todo de Zacatecas, Jalisco, San Luis Potosí y del Estado de México, lo cual nos da una idea de la multiculturalidad que se está generando en la ciudad de Aguascalientes.

La encuesta fue *estratificada,* por lo que la aplicación de los cuestionarios fue a tres grupos sociales: *clase alta* que ubicamos en el Fraccionamiento Jardines de la Asunción, Los Bosques, Bosques del Prado, La Concepción, Vergeles y El Campestre, con 88 cuestionarios; para la *clase media* se tomaron en cuenta San Ignacio/Los Sauces, Colinas del Río y Ojocaliente I, 85 cuestionarios, y la *clase baja* comprendió los fraccionamientos Benito Palomino Dena y Jesús Gómez Portugal, 100 cuestionarios-. Las horas del levantamiento fue variada durante el día, auqneu se procuró aplicarlos al zaer de la tarde, ya que era cuando con mayor seguridad se podía encontrar foda la familia. Las personas que me ayudaron a *supervisar el levantamiento* fueron cuatro: María de Jesús Muñoz Moreno, Víctor Enríquez Aranda, Alicia Calvillo Reyes y Vanesa Morales Enríquez. Fue más difícil aplicar los cuestionarios en las zonas residenciales donde habita la clase alta, que en las colonias populares, donde algunos transeúntes no pasaban de lanzarle algún piropo a las encuestadoras, ya que es muy difícil que cedan un poco de su tiempo a estos menesteres; pues para ellos un encuestador es semejante a un vendedor cualquiera que les quita el tiempo. Para compensar esta dificultad, se recurrió a algunos maestros, amigos, alumnos y conocidos que viven en estas zonas de la ciudad, mediante los cuales logré obtener la información de interés para la investigación.

En lo que respecta a la vivienda, 209 contestaron que es propia, 46 rentada, 17 otra y 1 no contestó. El total de personas encuetadas que viven habitualmente en la vivienda, 363 son de la clase alta; 377 de la media y 345 de la baja, dando un total de 1085. A la pregunta de si en los hogares se comparte un solo gasto para la familia, las respuestas fueron las siguientes: 77 contestaron que sí y 7 que no; 4 no supieron que decir en la clase alta; 65 opinaron que sí y 20 que no en la clase media; y 82 dijeron que sí y 18 que no en la clase baja. El total fue de 224 casos positivos y 45 negativos. Por último; la cantidad de hogares que no comparten el gasto para alimentación fueron los siguientes: 7 pertenecen a la clase alta, 20 a la clase media y 18 a la clase baja. Estos datos demuestran el alto nivel de equipamiento urbano que existe en Aguascalientes, pues incluso en el DF es difícil conseguir una casa propia, aunque cabe aclarar

que muchas de las que se construyen en esta ciudad, no sólo están mal construidas, sino que tienen un espacio muy reducido, como las del fraccionamiento "José Guadalupe Peralta Gámez" y otros más por el rumbo del oriente citadino. Estos materiales estadísticos complementan el trabajo ednográfico que realicé.[4]

E.- Plan de exposición

La investigación consta de las partes siguientes: una introducción, dos capítulos teóricos generales, un cuerpo de trabajo que engloba las doce actividades y ofertas de consumo en el tiempo libre; y por último, las conclusiones donde se presentan los hallazgos encontrados.

Capitulo I.- La ciudad. Este capítulo se refiere a el desarrollo industrial, comercial y urbano de fines de los setenta de la centuria pasada al 2006, el cual pretende describir durante el último cuarto del siglo XX y los primeros seis años del presente. **Capítulo II.- Globalización y sociedad en Aguascalientes.** Este capítulo está compuesto por tres apartados que son: *Aproximación teórica,* que es un inventario de los principales aspectos teóricos desarrollados en el trabajo. Inicia con algunas definiciones de cultura, hasta llegar a abordar la cultura global y la influencia que ha tenido en los aguascalentenses, y finaliza con algunos ejemplos de la manera en que se apropia y consume la cultura. En *Cultura y sociedad en una ciudad de rango medio*, se comentan algunos puntos referentes a la cultura hidrocálida, como el sentido de pertenencia a los barrios tradicionales, y la comparación de la cultura y costumbres de sus habitantes entre quienes vivieron hace treinta años y los que vivimos ahora. **Capítulo III.- Comercio en la sociedad hidrocálida.** En este capítulo se describen las nuevas interacciones sociales que se han generado en algunos espacios comerciales de la ciudad y el impacto cultural que han generado en el contexto urbano. **Capítulo IV.- Cultura alimentaria: cambios y resistencias**. Este capítulo está dedicado a los cambios gastronómicos que ha desarrollado la población de la ciudad, a raíz de la proliferación de establecimientos que ofertan comida de diversas nacionalidades. **Capítulo V.- Prácticas religiosas y secularización**. Entre otras cosas resalta, que la proliferación de denominaciones religiosas como las protestantes, en un tejido social que es casi en su totalidad

[4] Según Ramos Rocha "*...la legisladora (Gabriela Martín Morones), quien al seno del Congreso local ha iniciado una investigación acerca de la calidad de estas viviendas y el alto costo al que las vende el Instituto de Vivienda de Aguascalientes (IVEA), agregó que debe escucharse de primera mano a las familias que tienen la mala fortuna de haber adquirido uno de esos pies de casa para percatarse de la realidad de los mismos*" (2005: 2).

católico, y se examinan algunas prácticas religiosas de los fieles. **Capítulo VI.- Cine en Aguascalientes**. Se presentan tres puntos importante: orígenes del cine en Aguascalientes, su trayectoria durante las tres últimas décadas y las características que tiene en la actualidad. **Capítulo VII.- Cultura impresa: periódicos, revistas y libros**. En este capítulo se analizan los hábitos de lectura de las familias hidrocálidas de distintos tipos de publicaciones. **Capítulo VIII.- La radio en Aguascalientes**. La radio, al igual que la televisión, es uno de los dos medios de comunicación más populares, de tal manera que se problematizan aquí las preferencias de los radioescuchas. **Capítulo IX.- Televisión y video: un cambio de público a lo privado**. En este capítulo se comentan las razones por las cuales muchas familias hidrocálidas prefierern rentar o comprar un video o un DVD para verlo en su casa, que ir al cine. **Capítulo X.- *Chatear*, telefonía celular y tecnologías de la amistad**: Se presenta un panorama del impacto y usos de las nuevas tecnologías en la sociedad hidrocálida. ¿Para qué se utiliza la computadora? **Capítulo XI.- Los pasatiempos de la juventud hidrocálida**. Este capítulo se dedica a contrastar los entretenimientos de los jóvenes citadinos de los años setenta con los de hoy en día, en un contexto en donde se mezcla lo "local" con lo "global". **Capítulo XII.- La Feria Nacional de San Marcos: un desorden necesario de la sociedad**. La *Feria* para los aguascalentenses es el evento social más importante. De hecho, los doce meses del año se organizan en un antes y un después de la misma. Es un período de tres semanas en que el visitante, así como el nativo, pueden consumir el tiempo libre en los múltiples entretenimientos que se ofrecen. **Capítulo XIII.- El deporte: Distracción en el tiempo de ocio**. Se comentan los deportes que practican los hidrocálidos por grupos sociales, y aquellos que como espectadores les gusta ver más por la televisión o en un estadio, o bien enterarse por medio de revistas especializadas en alguno de ellos. **Capítulo XIV.- El consumo del tiempo libre en lugares no tan públicos**. Existe un sector social que consume el tiempo libre en juegos de azar clandestinos y otros espacios, como en un *table dance*. Finalmente, el trabajo termina con unas **Conclusiones,** en que se hace un apretado análisis del total.

PRIMERA PARTE

CONTEXTO TEÓRICO Y URBANO

Capítulo I.- La ciudad.

El crecimiento de las ciudades mexicanas en el transcurso de la década de setenta, y la primera mitad de los ochenta, se dio en un contexto internacional en el cual ocurrieron múltiples conflictos bélicos y sociales en diversas partes del mundo, y América Latina no fue la excepción. Por aquellos años, se generó en el país un importante desarrollo industrial, que desbordó el crecimiento de los grandes núcleos de población como Monterrey, Guadalajara y la ciudad de México, que tuvieron efectos acelerados en los ámbitos económico, político y cultural. Esta situación, creó el espejismo de que nuestro país se situaba a la vanguardia de las naciones en vías de desarrollo, de tal manera que se le clasificaba casi casi como perteneciente al Primer Mundo, lo cual ha quedado desmentido por los censos y estadísticas de aquella época, y los movimientos sociales que surgieron a partir de 1968, que informan lo contrario. Por mencionar sólo lo que respecta a la vivienda, el 40% de las mismas contaban con un solo cuarto.

Como resultado de aquellos cambios, en la sociedad aguascalentense de fines del siglo XX e inicios del siglo XXI, se ha desarrollando un tipo de comportamiento social, que culturalmente se aleja de su similar de hace treinta años. Bajo una mirada retrospectiva, observamos que a partir de fines de los setenta, han ido cambiando las costumbres de la población, debido en gran medida, a diversos factores, entre los que destacan varios fenómenos como la industrialización; el crecimiento de la mancha urbana y la migración a esta ciudad. Aunque éstos no son elementos causales mecánicos, ya que independientemente de ellos, la sociedad en la que vivimos continuaría su desarrollo, aunque otra sería su dirección y ritmo de crecimiento.

El estado de Aguascalientes está ubicado en la parte central de la República Mexicana. Colinda al sur oeste, sur y este con Jalisco y al oeste, norte y noroeste con Zacatecas. Predomina un clima semiseco templado (70.4%), semiseco semicálido (15.9%) y templado subhúmedo con lluvias en verano (13.7%). Posee dos cuencas principales, el Río Verde y Río Juchipila como afluentes principales del Río Santiago; forma parte de la cuenca Lerma-Chapala-Santiago que vierte sus

aguas en el Océano Pacífico. Las presas que existen en el estado son: Presidente Calles, El Cedazo, Media Luna, Malpaso, General Abelardo L. Rodríguez, Los Gringos, Jocoque, Las Grullas y Los Arquitos. Las características demográficas y territoriales del Estado son muy particulares, ya que su superficie apenas alcanza los 5,589 kilómetros cuadrados, que equivale al 0.3% del territorio nacional (INEGI, 1992), y su población era a mediados de los noventa de 862,720 habitantes, de la cual vivían en la capital alrededor del 62%, ocupando el quinto lugar de menor a mayor con el 0.95 % de la población total (INEGI, 1995).

Según el XII Censo General de Población y Vivienda 2000, la población era de 944,285 habitantes: el 1% del total nacional. De esa población, 456,533 son hombres y 487,752 mujeres; la densidad de población es de 168 personas por kilómetro cuadrado (en todo el país hay 50 habitantes por kilómetro cuadrado). Según el Censo, Aguascalientes es el municipio con mayor porcentaje de residentes (68.1%), seguido por Jesús María con 6.8%; por lo que ambos concentran el 75% del total de los habitantes del Estado. En el mismo tenor, el 80% de la población es urbana, y el 20% rural, en comparación con el país en que la cifra es de 75 y 25 respectivamente. En cuanto a escolaridad, el 7.9 tiene el segundo de secundaria, en contraste con el 7.3 en promedio nacional; el analfabetismo es de 48 de cada 1 000 habitantes de 15 años en adelante, siendo que en el país hay 95 por cada 1 000. Por otra parte, 8 de cada 1 000 personas de 5 años y más son parlantes de lengua indígena que no hablan español, cuando en todo el país son de 166 de cada 1 000, siendo el náhuatl el idioma que más se habla. En relación a movimientos migratorios, 12 de cada 100 habitantes nacidos en el Estado salen a radicar a otras entidades del país; en contraste, 20 de cada 100 habitantes que radican en Aguascalientes son de otro Estado, y 16 de cada 1 000 mexicanos que han emigrado a Estados Unidos son de origen hidrocálido. En lo que concierne a viviendas, existen 198 682 habitadas, de las cuales 97.4% disponen de agua entubada, 94.2% tienen drenaje y 98.3% cuentan con servicio eléctrico. Estos indicadores sirven para entender el alto grado de urbanización de la entidad.

En lo que respecta a la economía, Aguascalientes genera el 1.2% del PIB Nacional (INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México) en 2003; el sector de actividad que más aporta al PIB estatal es la industria manufacturera, en la que destaca la fabricación de productos metálicos, maquinaria y equipo; ocupa el primer lugar en producción de chile seco ancho, frijol flor de

mayo, guayaba media china, durazno criollo y nopal forrajero (INEGI. Perspectiva Estadística de Aguascalientes. 2005.). De acuerdo con los resultados de los Censos Económicos 2004 (Datos al 2003), Aguascalientes cuenta con 33 630 unidades económicas, que corresponde al 1.1% del país; emplea 202 009 personas, que representan el 1.2% del personal ocupado en México; del total del personal ocupado en la Entidad, el 61.1% (123,425) son hombres y el 38.9% (78,584) son mujeres. Las remuneraciones que recibe cada año en promedio cada trabajador en Aguascalientes son de $66 928, inferiores al promedio nacional de $79 551. Por último, en la Entidad se ubican 36 maquiladoras de exportación, que representan el 1.28% del total de este tipo de establecimientos en el país.(INEGI. Industria Maquiladora de Exportación. 2005. Datos al 2004). A partir de los primeros años de la década de 1980, Aguascalientes llegó a convertirse en uno de los estados del país con mayor dinamismo industrial. Este progreso no se ha originado de un día para otro, sino que ha sido producto de situaciones específicas ocurridas a través del tiempo. La ciudad de Aguascalientes, al igual que otras de su mismo rango en el país, sufrió cambios radicales ya que de ser una ciudad provinciana, que en gran medida se le conocía a nivel nacional e internacional por su orgullosa *Feria Nacional de San Marcos*, y porque basaba su economía en la industria textil y el sector agropecuario -sobre todo la producción vitivinícola, la guayaba y el durazno, hoy casi en el olvido-, pasó a transformarse en una de las ciudades medias con un gran dinamismo industrial en el país, al igual o más que las grandes metrópolis.

A inicios de los setenta, la industria era todavía bastante tradicional, destacando la metalmecánica, la embotelladora, la industria de artículos de madera y los talleres que reparaban vagones de ferrocarril, entre otras más. Por consiguiente, los habitantes del Estado vivían en una "paz social", que nos ha tocadoa muchos la suerte de vivir los albores de un nuevo siglo, la envidiaríamos. No había las industrias de altas tecnologías que últimamente se han instalado en el Estado, y que conocemos como sectores de "enclave", como la industria electrónica y la automotriz, ni la gran variedad de artículos de consumo que se pueden conseguir en cualquier tienda comercial de tamaño medio; pero existía una sólida clase media y la pobreza no era tan insultante como ahora. Es importante resaltar, que una de las razones de mayor peso para cambiar el rumbo económico del Estado, fueron las continuadas sequías y heladas, que a fines de los setenta le dieron el golpe mortal a la agricultura. De cómo era la economía agrícola en el

Aguascalientes antes de la invasión industrial, allá por mediados de los sesenta, nos lo recuerda en detalle el ex–cronista de la ciudad Alejandro Topete del Valle:

> *En los últimos años han adquirido notable incremento el cultivo de la vid y de la guayaba. El primero se inició desde la fundación misma de la ciudad y en la actualidad se puede calcular su rendimiento, entre 30 y 35 mil toneladas, con un valor mínimo de treinta a treinta y cinco millones de pesos* (1966: 9).

A partir de la siguiente década, la situación cambió por completo para la agricultura aguascalentense. En relación a la fruticultura, para 1973 la superficie cultivada era del 10 por ciento, en comparación con años anteriores en que ésta casi llegaba al 100 por ciento; lo mismo sucedió con la industria vitivinícola, que para 1970 había logrado consolidarse como la más importante de la Entidad, ya que el 43 por ciento de la inversión se destinaba a este ramo, el que está actualmente en peligro de extinción. En la misma situación se encontraba el cultivo del durazno que para 1975 comenzó a declinar, pues en unos cuantos años la superficie ocupada de 3,000 hectáreas decreció notablemente (Camacho, Reyes Rodríguez y Reyes Sahagún, 1994: 187-188). La Entidad entró en un proceso de transición económica y social: de una sociedad basada en la agroindustria, pasó a otra que descansa en las nuevas tecnologías y la reorganización mundial del trabajo.

Durante ese período, el Estado de Aguascalientes, gobernada por las administraciones del Doctor Francisco Guel Jiménez (1968-1974) y el Profesor J. Refugio Esparza Reyes (1974-1980), tuvo un crecimiento urbano e industrial sin parangón en la historia. El el año de 1974, cuando estaba por concluir el sexenio del Dr. Guel Jiménez, con un presupuesto de 20 millones de pesos se construyó el 70 por ciento de la Ciudad Industrial, la que en los años siguientes se desarrollaría tanto, que para 1980 contaba ya con 147 industrias que fabricaban una gran variedad de artículos como aparatos eléctricos y herramientas (entre otros SEP, 1982: 157). La creación de la Ciudad Industrial, obra que arrancó en 1970 y que tenía por objetivo ofrecer un lugar más apropiado a las empresas para su desarrollo, fue un factor determinante en la transformación de un Aguascalientes rural y de servicios a otro urbano e industrial, aunque la actividad comercial continuó siendo hasta ese año, según el último Informe del ex-Gobernador Otto Granados Roldán, una gran fortaleza, ya que el valor de la producción alcanzó cerca del 22% (Bassols Ricárdez, 1997: 133).

Otra obra magna de gran importancia que se inició en sexenio de Guel Jiménez y que se concluyó en el gobierno del profesor J. Refugio Esparza Reyes, fue la Central de Abastos, proyecto que pretendía acabar con el comercio ambulante; aunque debido al bajo presupuesto económico no logró cristalizar. Como complemento a lo anterior, el entonces alcalde de la ciudad, Héctor Talamantes Ponce, construyó 4 mercados populares, en los cuales 480 pequeños comerciantes pudieron trabajar normalmente con 190 locatarios. (Bassols, 1997: 125). En lo que respecta a la situación de la vivienda, cabe destacar que aunque el problema no era tan grave como en las últimas décadas, para 1971 había ya una cantidad significativa de colonias populares que carecían de los servicios más elementales como luz, agua potable, alcantarillado y drenaje. Paralelo a ello, en la zona centro había gente que vivía hacinada en antihigiénicas casas y vecindades, que en el gobierno de Barberena Vega la mayoría fueron demolidas; por lo que las autoridades se dieron a la tarea de formular programas de vivienda para gente necesitada, siendo uno de los más exitosos el programa federal popular, que era conducido por el Instituto Nacional de Vivienda Popular.

Además de este proyecto, se desarrolló otro global con el fin de darle solución al déficit de vivienda, que para 1978 era de 9,689; se propuso los objetivos siguientes: la creación de la *Unidad Habitacional IV Centenario* a cargo del INFONAVIT, la remodelación del tradicional *Barrio de La Salud*, la construcción del núcleo habitacional popular bajo la responsabilidad de la CNOP; a partir de 1973 se instalaron organismos algunos organismos nacionales, como el FOVISSSTE, FOVIMI, FIDEURBE y CORETT (*El Heraldo de Aguascalientes*, 16 de febrero de 1977). Esta década fue una etapa de transición entre el Aguascalientes tradicional, que culminó a fines de los años setenta, y dio paso a otro moderno que se inició en la década de 1980, y que continúa con mayor rapidez y complejidad hasta nuestros días. Además de los proyectos de vivienda, se crearon obras públicas como la Universidad Autónoma de Aguascalientes, el Auditorio del Estado, la Plaza de Toros, la reconstrucción del Palacio de Gobierno, etc.

El despegue industrial de los ochenta se puede comparar, en cuanto al impacto que han tenido en la sociedad en la transformación de la estructura urbana, con la instalación de la industria de materiales de fundición del consorcio de los Guggenheim, o la llegada del primer tren a esta

ciudad el 24 de febrero de 1884, y las instalaciones de los talleres ferroviarios a principios del siglo XX. Acontecimientos que estimularon la economía de la Entidad, al grado de cambiar la configuración espacial de la ciudad; pero sobre todo, en lo que respecta a las relaciones sociales. En el caso del ferrocarril, su declinación comienza a principios de la década de los noventa y, pocos años después, finaliza con la venta de los talleres al gobierno estatal, cerrándose así uno de los episodios más importantes en la historia de Aguascalientes, ya que por mucho tiempo la vida de los hidrocálidos giró en torno a los ferrocarriles. Por cierto, en la actualidad el Museo de la Estación recopila gratos recuerdos de aquellos años.

Desde principios del siglo XX, la mayor parte de la actividad industrial comenzó a concentrarse en la ciudad capital, pero se convirtió en crónico este fenómeno en la última década del mismo. *"Prueba de ello es que al inicio de la presenta década, de un total de casi 3,300 establecimientos industriales, el 75% se encontraba en la ciudad de Aguascalientes"* (Lozano de la Torre y González Villalpaso, 1998: 12). Lo mismo se puede decir de la población, centros de educación superior, comercio y servicios, que en su mayoría se han concentrado en la capital del Estado, por lo que se ha ganado el calificativo de ciudad que sufre el fenómeno de "macrocefalia urbana". Fue en 1975 cuando se ponen las bases para un despegue industrial y urbano de grandes dimensiones: la Ciudad Industrial. Alrededor de cincuenta empresas compraron terrenos en ese lugar, con el fin de elaborar productos manufacturados para exportación. En principio, las industrias que más destacaron fueron la Mexicana del Hierro y el Acero y la empresa española Alfa Mexicana, que ocasionaron el rezago de las fábricas tradicionales, que durante muchos años fueron pilares del desarrollo económico en la Entidad.

El sexenio del Profesor J. Refugio Esparza Reyes, comenzó con una preocupación: resolver los problemas que aquejaban el campo aguascalentense; de hecho este fue el principal lema de su campaña política. Pero contrario a lo que se esperaba, lejos de solucionarlos, el proyecto agrario del Gobernador fue cayendo en el olvido, y en su lugar se dio un desmedido apoyo a la política de la industrialización, que en cierta medida ya había comenzado el pasado gobierno-, y a mejorar la fisonomía de la ciudad, mediante programas de financiamiento de vivienda popular (INDECO, INFONAVIT, y FOVISSSTE); estas acciones jugaron un papel indiscutible en el

despegue industrial de la capital como nunca antes se había registrado en su historia, y que aún continúa en nuestros días[5].

En aquella época, surgieron algunos descontentos sociales que se convirtieron en movimientos urbanos, sobre todo en ciertos puntos de la ciudad, situación que contrasta con la década de los noventa, ya que hubo un excedente de viviendas, pero muchas familias no pudieron comprarlas por lo alto de sus costos. Esto se debió a varios factores, entre los que destacan el aumento en el precio del suelo y la insuficiencia de los programas de vivienda como INFONAVIT e INDECO, que acompañan el deterioro de las vecindades. Un primer acontecimiento de este tipo fue la "invasión" por la Central Campesina Independiente de las tierras -en proceso de regularización- que se localizaban en la Presa de los Gringos, que era uno de los pocos asentamientos irregulares que existían en la ciudad en comparación de 1998 en que se habían detectado en el Estado un total de 119 de estos asentamientos (Jiménez Huerta, 2000: 49). Para prevenir no sucedieran en el futuro actos de esta naturaleza, se realizó un proyecto global para solucionar la escasez de vivienda, en particular de la gente que habitaba en la periferia urbana, que era la que vivía en condiciones más precarias. Enrique Granados Septién, delegado regional de CORETT a mediados de los noventa, se refiere a este problema en el sentido de que *"la invasión de terrenos ejidales para la creación de asentamientos humanos, es un fenómeno que pervive, pero que ahora en forma silenciosa y en mucho menor grado que como llegó a darse hace años"* (Granados Septién, 1995: 11/A).

Estos programas fueron insuficientes para solucionar la falta de vivienda digna; y la prueba fue que desde los setenta continuaron surgiendo organizaciones sociales no gubernamentales - ONG'S, como el Frente Único Revolucionario de Inquilinos y Campesinos de Aguascalientes, que demandaban la congelación de rentas y la construcción de colonias populares en lugar de fraccionamientos residenciales. La organización que tuvo mayor trascendencia en la sociedad fue

[5] La Dirección de Planeación y Construcciones redacto el documento *Bases para el Reordenamiento Territorial del Estado de Aguascalientes*, que fue el punto de inicio para el Primer Plan Estatal de desarrollo Urbano en el país decretado el 23 de noviembre de 1978, el cual a su vez fue posible gracias al Plan Nacional de Desarrollo Urbano que se llevó a la práctica el mismo año. En el último año de gobierno del Profesor Esparza Reyes, se creó el Plan Director Urbano de la Ciudad signado el 13 de abril de 1980, y que fue resultado del Plano Regulador que fue elaborado en años anteriores; distinto a los anteriores, éste fue constituido legalmente por la Junta General de Planeación y Urbanización, que tuvo un cometido importante en la creación de fraccionamientos en varios puntos de la capital estatal, lo cual le dio un toque diferente al rostro urbano de la ciudad.

el Partido Socialista de los Trabajadores, fundado en junio de 1975, que se planteó como objetivo regularizar la tenencia de la tierra en las zonas pobres de la ciudad. Sin duda la movilización más importante que llevó a cabo tuvo lugar el 23 de julio de 1978, cuando alrededor de 1500 simpatizantes de ese partido invadieron el ejido "Las Huertas". A pesar de las disputas entre Gobierno estatal y dirigentes, el conflicto culminó dos meses después con la victoria de estos últimos, ya que los vecinos se apropiaron por la fuerza de los lotes en los que edificaron sus casas, aún cuando el Gobernador, mediante el Instituto de Vivienda, les pidió a los *pesetistas* un reacomodo en terrenos propiedad de este organismo.[6]

Por otra parte, en los inicios de la década de 1980, surgió un modelo de producción basado en la industrialización, en donde tendrán una participación importante los capitales de origen nacional y extranjero. Se dice, y con razón, que estas inversiones provenientes de los otros paíese fueron posibles debido a la tranquilidad social reinante, y a la ubicación geográfica del Estado al encontrarse en el centro-norte del país. Este auge industrial favoreció el cambio de una sociedad agraria a otra predominantemente urbana, lo cual incidió también en una reestructuración a nivel regional. El espacio urbano de la capital tuvo que adaptar su infraestructura urbana a las nuevas exigencias de la sociedad naciente.

Se construyó el Primer Anillo de Circunvalación -proyecto que fue llevado a efecto por el Lic. Óscar López Velarde, primer secretario de Planeación y Desarrollo Urbano Estatal, y que marcaba los límites de la ciudad en el año de 1981. Este fue rebasado durante los años siguientes, debido al aumento de las industrias en el Estado, y en particular en la capital, al generarse un alto índice demográfico, resultado de la acelerada emigración. El porcentaje de la población que en 1980 radicaba en la capital estatal era del 69.2% (González Vela, 1992), mientras que para 1992, de cada 10 habitantes del Estado 7 de ellos vivían en la capital (Granados Roldán, 1992: 4); situación que prevalece hasta nuestros días. Se observa entonces, que los rasgos más notables de la capital en los primeros cinco años de la década de los ochenta, fue el incontrolable crecimiento de la mancha urbana, como una respuesta al proceso de industrialización; y prueba de ello fue que entre 1980 y 1987 se invirtieron en el desarrollo de la infraestructura industrial

---

[6] Dice E. Nivón: *"Los movimientos sociales -tema en el que adelante me centraré- son una expresión central de la modernidad, porque la sola idea de intervención sobre la sociedad con miras a transformarla es consecuencia del proceso de secularización, asociado al desarrollo del pensamiento moderno"* (Nivón Bolán, 1998: 187).

alrededor de 900 000 millones de pesos. Según estimaciones del INEGI: *"Entre 1980 y 1988 se acumuló un volumen de 1,100 millones de dólares de inversión productiva centralizada en 191 empresas, 153 de ellas operando en la Ciudad Industrial y las 38 restantes en el Parque Industrial Valle de Aguascalientes"* (INEGI, 1992).[7]

Las principales empresas extranjeras que invirtieron sus capitales en Aguascalientes durante ese tiempo fueron: *XEROX de México* y *Texas Instruments* (que comenzaron a trabajar en 1982), *Moto Diesel Mexicana* (de capital norteamericano) y *Nissan Mexicana* (de capital japonés, que inició sus operaciones en 1983). A este auge industrial, se incorporaron otras de capital local ya existentes, como *J. M. Romo*, empresa especializada en la fabricación de muebles de oficina -que por cierto, su exitosa carrera se vio ensombrecida en julio de 1988 con el desplome de la parte sur de sus instalaciones, causando la muerte de algunos trabajadores-, *Estambres San Marcos* y la industria lechera *GILSA*, entre algunas de las que tuvieron mayor presencia en la economía local. Muchas de las medianas y pequeñas empresas tuvieron que cerrar, pues no pudieron competir con los nuevos consorcios. En la actualidad, por ejemplo, la empresa lechera local continúa siendo fuerte, aunque cada vez la competencia es más difícil contra otras industrias regionales como son "Lala", "Alpura", "La Escondida" y "Sello Rojo".

Los banqueros y empresarios fueron a partir de ese momento los que llevaron el destino de la capital hidrocálida según sus propios intereses. Pero estos aires modernizadores no fueron benéficos para todos, y quienes primero sufrieron las consecuencias fueron las ramas tradicionales de la producción y las medianas y pequeñas empresas. Este fue el destino de la industria del vestido, que hasta la actualidad permanece en una grave situación debido al Tratado de Libre Comercio. Pero cabe hacer hincapié, que existen otras empresas como *J. M. Romo* y *GILSA*, que ya hemos mencionado, que sofisticaron sus métodos de trabajo, logrando de esta forma no sólo continuar destacando entre las principales empresas locales, sino hasta competir con sus similares nacionales y extranjeras; en otros casos la situación fue muy distinta. Asimismo, se desarrollaron también políticas estatales enfocadas a estimular las obras de

---

[7] ***"En la protesta que rindió el-exgobernador Rodolfo Landeros Gallegos, hizo patente lo incosteable que resultaba el mantenimiento del sector agrario; y en su IV Informe de Gobierno, señaló: En noviembre de 1984, las obras públicas estatales destinadas al apoyo industrial se concentra en un 84 por ciento en la transformación, transmisión y la distribución de la energía eléctrica, la mayor de la cual se dirige hacia el principal centro motriz de Aguascalientes"*** (citado por Bassols y Delgadillo, 1987: 42).

infraestructura urbana y desarrollo económico enmarcadas en los programas de gobierno del "güero" Rodolfo Landeros Gallegos, en donde se estima que un 37% del gasto público total, en el lapso 1979-1982 tuvo por finalidad cubrir estos rubros.

Otras obras urbanísticas importantes fueron: la continuación del Segundo Anillo de Circunvalación, obra que había quedado inconclusa en el sexenio de su antecesor, el Profesor Esparza Reyes. También se emprendieron trabajos de importancia en la parte céntrica de la ciudad, como fue el caso de la remodelación de la primera cuadra de la calle Juárez en zona peatonal durante 1981; la transformación del nuevo mercado Jesús Terán que en el año de 1983 se terminó de construir, y del Parián, donde a principios de 1982 se inició una nueva remodelación. Cabe señalar que para la realización de esta última construcción, el ayuntamiento local aportó la cantidad de $ 250, 000.000 en 1984. *"Lo más relevante dentro de las políticas estatales de apoyo a la capital comercial se sitúa en el corazón mismo de la ciudad capital: el centro urbano, actualmente remodelado"* (Bassols y Delgadillo, 1987: 43-44). A estas tareas de reconstrucción, se pueden añadir la transformación que sufrió la zona peatonal de la Calle del Codo en 1985; un año antes, se había hecho la remodelación de los panteones; tales proyectos de remozamiento urbano y cultural continuaron durante toda la década.[8]

El Programa Estatal de Vivienda (1981-1986), cuyas directrices principales se orientaron hacia una nueva etapa del proceso de urbanización, y en particular, de la política en vivienda del estado de Aguascalientes. Este programa de vivienda fue muy positivo para la Entidad, pero únicamente de 1981 a 1983, ya que se logró acabar con el déficit de viviendas que para ese entonces había llegado a 17 mil desde 1980. A fines de 1983, se generó una nueva demanda de 11 mil viviendas debido, entre otras cuestiones, al hacinamiento de la población nativa en casas y vecindades insalubres, y al alto índice de crecimiento poblacional que en gran proporción eran migrantes quienes buscaban en el Estado mejores condiciones de existencia. Así pues..."*...en algunos casos, capitales originados en la industria textil y del vestido incursionaron durante las décadas*

[8] Uno de los proyectos más importantes fue el Programa de Mejoramiento de los Barrios Tradicionales. Este fue el caso de los trabajos de regeneración y embellecimiento del Jardín de Guadalupe, y la remodelación de las fachadas de las casas del Barrio de La Salud. En lo referente al crecimiento de la mancha urbana, en los años iniciales de los ochenta, creció al sur y oriente de la ciudad y los fraccionamientos La Barranca, Santa Anita, La Constitución, Canteras de San José, Pulgas Pandas, Versalles, y Ojocaliente fueron los conjuntos habitacionales que se construyeron, y que en la actualidad se han vuelto masivos debido a las elevadas tasas de población.

mano de obra barata y calificada, vías de comunicación eficientes, infraestructura urbana desarrollada, servicios como la telefonía a bajo precio, etc.

Otro caso es el de una parte de las instalaciones de Nissan, en la que inversionistas japoneses prefirieron ubicarla en una ciudad de Estados Unidos. *"Indicó el secretario de Desarrollo Económico Armando Jiménez Sanvicente, que Aguascalientes deberá explotar más que sus 36 años sin huelgas, pues recientemente una ampliación de la Nissan se perdió al irse a Tennessee"* (*Hidrocálido*, 6/12/2004: 6/A). Estos factores han ocasionado el incremento del desempleo en la Entidad, aunque hay quienes culpan al gobierno panista, por no tener la experiencia suficiente para atraer empresas de capital extranjero; sea o no verdad, lo cierto es que el número de pobres ha crecido, según lo atestigua José Luis Novales Arellano titular del SEDESO, quien reconoció que en el Estado existen al menos 340 mil personas en situación de pobreza, lo cual afecta al 34.5% de la población total (*Hidrocálido*, 8/12/2004: 4/A).

Como resultado de la mala racha, muchas empresas han quebrado, como es el caso de *Lucky Star*, que se especializaba en la producción de vestidos. Por cierto, la empresa tuvo que vender su maquinaria para pagar sueldos atrasados a los trabajadores. *"El día de ayer recibió la Federación de Trabajadores de Aguascalientes un cheque por la cantidad de 235 mil dólares a cuenta de maquinaria de la empresa Lucky Star, que fue vendida a través de la federación para liquidar a los trabajadores que fueron despedidos en el cierre"* (*Aguas*, 2004: 3). Otro ejemplo es *FLEXTRONICS*, que es una maquiladora de *XEROX*. Un ex-trabajador de esta industria, me comentaba que esta empresa -proveniente de Estados Unidos- tiene fábricas en China y Guadalajara, aunque también existía una sucursal en Puebla que tuvo que clausurarse.

Mencionaba dicho informante, que el sueldo a los trabajadores se incrementaba de acuerdo al aumento oficial en un 4 o 5 por ciento, y que han despedido a personas en puestos de confianza para contratar a alumnos egresados del Tecnológico de Monterrey con maestría, preparados en inglés y computación, a quienes se les da un sueldo de $8, 000. 00 mensuales. Antes de que se vendiera, despidió a mucha gente, y en la actualidad se realizan contrataciones con formas de trabajo diferente. También tenemos el caso de la empresa *Ideal Standard*, que se localiza en la comunidad de Chicalote, en el municipio de Jesús María, que se especializa en muebles para

se supone que solamente 4 de 10 casos son conocidos en la Entidad, pero que son más los hechos de agresión del hombre hacia la mujer y por ende a sus hijos:

> *En el caso particular de Aguascalientes solamente se denuncian 4 de 10 casos de violencia intrafamiliar, figurando como las principales víctimas las mujeres, los niños, los ancianos y las personas con capacidades diferentes. Esto fue puesto de relieve por el secretario del Consejo Estatal de Població, Eugenio Herrera Nuño* (*El Sol del Centro*, 7/11/2004: 1/A).

El problema de la drogadicción es grave, ya que para nadie es un secreto que Aguascalientes está catalogada como una ciudad de narcomenudeo. En los últimos meses del 2004, el ex-Presidente Municipal Ricardo Magdaleno Rodríguez llevó a cabo un operativo en varios puntos de la ciudad y otros municipios con resultados positivos, ya que se localizaron muchos lugares donde se vendía droga, incluyendo sitios como un negocio de máquinas de videojuegos en donde se encontraron menores drogándose, desde locales disfrazados de loncherías, hasta los llamados *antros*. En un estudio del consumo de drogas realizado por algunas instituciones de la salud como el ISEA (Instituto de Salud de Aguascalientes) y las corporaciones policíacas en menores de edad, se dice que los adictos comienzan a concumir drogas desde los 13 ó 14 años (*El Sol del Centro*, 28/09/2002: 4/A).

En otro tenor, Aguascalientes no cuenta con la variedad de ofertas culturales que existen en las grandes ciudades, pero el hecho de de exista un museo Descubre (IMAX) y otro de Arte Moderno -aparte de estos, existen los siguientes museos: El Museo de Aguascalientes, el Museo "José Guadalupe Posada", el Museo Regional de Historia y el Museo Ferrocarrilero que es único en el país en cuanto a su género y otros museos de menor importancia- , que cuente con once Casas de la Cultura -una para cada municipio de la Entidad-, así como una Orquesta Sinfónica (OSA) y -otras agrupaciones musicales de calidad-, que tenga dos restaurantes Sanborn´s desde hace seis años, de dos restaurantes *VIPS* y un California, de una cantidad considerable de centros y tiendas comerciales de capital nacional y extranjero, que exista un *Teletón*, más de diez universidades y franquicias de capital transnacional, le dan una imagen muy singular a la ciudad en el contexto del país en lo que respecta a la difusión de la cultura y a un modo de vida moderno. En cuanto a las universidades, cabe destacar la influencia que ha tenido en la sociedad la UAA (Universidad Autónoma de Aguascalientes) desde que se creó en cuanto a la difusión de

la cultura, ya que ha sido excepcional. Algunos ejemplos de ésta son los Cursos de Extensión Universitaria, la Muestra Internacional de Cine que se realiza cada año, la galería universitaria, la presentación de músicos de renombre internacional, la Feria del Libro y los conciertos de Polífonía Universitaria, entre otros más. Hago mención también al estadio de fútbol Victoria[14], en donde juega un equipo de Primera División: el Necaxa, que representa a la afición hidrocálida, pero también dicho estadio ha sido utilizado para realizar eventos a nivel nacional, como es el caso del programa "Otro rollo" que fue transmitido a todo el país el 30 de noviembre del 2004, en el que por conducto del comediante Adal Ramones se logró recaudar más de medio millón de pesos para el *Teletón*.

[14] Desde principios del 2005, los partidos de oposición -al PAN- y diversos sectores de la sociedad, han criticado férreamente al Gobierno y al Municipio por el proyecto de reubicación de escuelas aledañas al Estado Victoria, con la finalidad de construir estacionamientos para el público que vaya a ver a los "hidrorayos" del Necaxa.

Capítulo II.- Globalización y sociedad en Aguascalientes

2.1.- Aproximación teórica.

1.- La ciudad es un producto cultural de la humanidad. Desde la antigüedad, en Grecia y en Roma, encontramos ya elaboraciones intelectuales acerca del hombre que habita la ciudad; de esta manera, la palabra griega *paidea* hace alusión a la formación del individuo que vive en la *Polis*, mientras que en la antigua Roma el concepto *humanitas* se refiere a la persona que cultiva las bellas artes. En México, destacan las descripciones que sobre el continente americano realizó el geógrafo y naturalista alemán Alexander Von Humboldt (1799 a 1804). El filósofo Samuel Ramos, fue uno de los primeros pensadores que fijaron su atención en el comportamiento de los habitantes de la ciudad, al intentar hacer un estudio del mexicano en *El perfil del hombre y la cultura en México* (1934). Por otro lado, el poeta Salvador Novo, también puso su granito de arena al teorizar sobre la cultura en la ciudad de México en su *Nueva grandeza mexicana* (1946), obra en la cual el autor hace descripciones sobre la influencia que ejerce el desarrollo de la ciudad en las formas de vida en zonas bien delimitadas. Para este ensayista, el cine de aquella época jugó un papel relevante, ya que retrata fielmente la cultura del mexicano -que habita en los primeros departamentos que comenzaron a construirse por aquellos años- durante la época del desarrollismo. Afirma Miguel Ángel Aguilar: *"Los medios de comunicación no desentonan, y el cine urbano de la época les permitió a los migrantes reconocerse en la pantalla y en la ciudad con la misma intensidad"* (Aguilar Díaz, 2001: 70).

Es hasta la década de 1960 que surgen los estudios pioneros de la antropología urbana, con investigaciones como las de Valencia sobre el mercado de La Merced en 1965, sobre el tema de la etnicidad de Kemper en 1976, y también ese mismo año, Lourdes Arizpe aborda el tema de la migración (Nieto Calleja, 1999: 224); aunque cabe señalar que lo esencial de estos trabajos giraban más bien en torno a aspectos económicos, demográficos, sociológicos, o bien a las experiencias de los campesinos en un ámbito urbano-industrial. Cabe añadir a estos estudios podemos añadir otros como los de Oscar Lewis sobre la cultura de los pobres que viven en las vecindades céntricas del Distrito Federal; los de Robert Redfield acerca de continuum rural-

urbano en las ciudades medias y pequeñas y de la capital de Mérida, Yucatán; los de Larissa Adler Lomnitz de la ciudad de México o los de Rodolfo Stavenhagen sobre Tijuana.

A partir de los sesenta, comienzan a desarrollarse de manera más sistemática las investigaciones antropológicas a nivel micro social en el ámbito citadino, sobre la diversidad de los modos de vida y la construcción de las identidades. En los últimos años, ese interés por investigar los fenómenos culturales en el medio urbano en nuestro país, y en varios otros del mundo, no ha sido por azares del destino. Cuando observamos que la población mundial que habitaba las ciudades en 1900 no llegaba ni al 10%, en comparación con un siglo después, en que viven en ellas alrededor del 45% de los seres humanos (Hesselbach, 1999: 18), nos percatamos del interés de los etnógrafos por comprender los procesos culturales y urbanos, en una megalópolis de cerca de veinte millones de personas como es la Ciudad de México.

Trabajos como *Espacio urbano como experiencia cultural* (1994) de Patricia Safa nos ilustran en esta temática, ya que la investigadora plantea algunos aspectos de suma importancia acerca de las interacciones sociales que se generan en la Delegación Coyoacán de la ciudad de México. Este espacio urbano es definido como *"...una zona que se caracteriza por la gran heterogeneidad de "experiencias" de vivir en la ciudad de México -ya que- es un lugar que resulta difícil de caracterizar como unidad por la gran diversidad de zonas que la componen"* (1994: 285). Para la antropóloga, la diferencia que existe entre un vecindario de otro, se puede encontrar en el sentido de pertenencia que tienen sus habitantes del mismo, que es resultado de una trama de procesos simbólicos y sociales. Así, no es lo mismo vivir en Polanco, que en Iztapalapa (en la ciudad de Aguascalientes, no es lo mismo morar en el conjunto habitacional Ojocaliente que en el residencial Los Bosques al norte de la capital).

Otra investigación es la de Clara Eugenia Salazar Cruz *Espacio y vida cotidiana en la ciudad de México* (1999), en la cual realiza una combinación del análisis macrosocial con un estudio microsocial, cuya finalidad es interrelacionar algunas características de la vida cotidiana en el ámbito del hogar, con el medio y actores que lo rodean. Dice lo siguiente: *"La ciudad, escenario de conductas disímbolas de la vida cotidiana, es también el lugar de encuentro entre lo público y lo privado. Los aspectos más íntimos de la vida diaria y su transcurrir entre la vivienda, la*

colonia y la ciudad en general, han sido poco estudiados" (1999: 5). En el mismo tenor, contamos con el estudio de Miguel Ángel Aguilar acerca de la apropiación del espacio urbano, y del efecto que fenómenos como las crisis económicas hacen entre la población que vive en algunas colonias pobres de la ciudad de México; de tal forma que por las carencias que a diario viven, se genera en ellos una actitud solidaria como forma de supervivencia[15]. Aguilar Díaz, señala que:

> *A nivel de definición conceptual de las posibilidades de análisis [...] se pueden encontrar propuestas para abordar el uso y la transformación del entorno, su efecto en las relaciones interpersonales y la conformación de subculturas urbanas, o bien privilegiar la dimensión simbólica, la conformación de una memoria colectiva a partir del soporte espacial y procesos de apropiación del espacio* (1996: 35).

Son interesantes las observaciones que Amalia Signorelli extrae sobre un estudio de antropología urbana, en donde hace una comparación sobre los usuarios del metro de las capitales de París y del Distrito Federal; conclusiones importantes, en el sentido de que los símbolos gráficos del metro mexicano, están hechos para una sociedad en la que se incluye a los analfabetos; contrariamente al metro parisino, en que las estaciones están señaladas únicamente por su nombre, lo cual significa que este medio de transporte fue pensado para un público alfabeto. El resultado -según la investigadora-, es que en París existe la posibilidad más fácil para acabar con el analfabetismo que en la ciudad de México, ya que los analfabetas franceses se esmerarían por saber leer, para no depender de los demás al preguntar a los transeúntes por alguna estación (Signorelli, 1999: 16-21); mientras que en México, se pensaría más bien que esta situación ayudaría a reproducir a los muchos iletrados.

Los antropólogos, en contraste con los sociólogos, abordan la ciudad como un texto; en otras palabras, dejan que las calles, los edificios, los anuncios, las avenidas principales y los monumentos hablen por sí mismos, y no se limitan a teorizar sobre ellos. (García Canclini, 1994: 16). De esta manera, se expande el concepto de cultura urbana (que no es la misma en todas las ciudades del país, por lo mismo de que no son iguales procesos tales como estructura social,

---

[15] En Aguascalientes, cuando todavía existían muchas vecindades en el centro de la ciudad, durante el sexenio del gobernador Miguel Ángel Barberena, había una cultura de apoyo entre ellos mismos, ya que las familias ayudaban a otras que estaban desempleadas.

migración, dimensión de la ciudad, etcétera). Sin embargo, según Safa Barraza -de acuerdo con Lefevbre-, la ciudad no se remite solamente a un espacio, o a un reflejo de la lucha entre los diversos grupos sociales, sino que lo viable sería entenderla como un espacio-tiempo que es fuente de inagotables testimonios (Safa Barraza, 1992: 6). El camino más apropiado para abordar esta problemática es la utilización de técnicas como las observaciones bien dirigidas, las entrevistas, los cuestionarios, la biografía histórica; pero sobre todo, la experiencia de convivir largo tiempo con las personas de las que deseamos conocer la forma en que viven, a las que se quiere entender sus diversos modos de vida, ya que la realidad urbana se manifiesta no de forma organizada, sino en una compleja infinitud de fragmentos entrecruzados; tarea del antropólogo es descubrir en ellos nuevos hallazgos relevantes para investigar. Según Patricia Arias, la antropología urbana ha pasado por seis fases, que son:

> *En primer lugar, ha pasado de una manera de estudiar lo urbano que hacía hincapié en lo territorial a una concepción que privilegia las relaciones sociales como un elemento organizador clave del espacio urbano. En segundo lugar, ha transitado de un énfasis en el ámbito de la producción, el trabajo o la residencia, para definir el comportamiento laboral y político, a tomar en cuenta los fenómenos de la reproducción, el consumo, los procesos simbólicos, la participación ciudadana, en movimientos sociales de múltiples direcciones. En tercer lugar, ha podido avanzar hacia una concepción cultural hecha de heterogeneidades y conflictos, no tanto de homogeneidades y consensos. En cuarto lugar, ha podido transitar de una antropología fundamentalmente metropolitana, hacia una disciplina que ha logrado captar y entender procesos urbanos de distinta envergadura, de diversa complejidad. En quinto lugar, ha logrado modificar su bagaje tradicional en cuanto a la familia y la mujer, hacia una concepción que es capaz de separar analíticamente el trabajo y la condición femeninas. Finalmente, se ha preocupado por el destino de la ciudad* (1996: 8).

Desde la década de los noventa, las grandes ciudades mexicanas, así como las de rango medio y pequeñas, han sufrido evidentes transformaciones, y a ello sin duda alguna ha contribuido notoriamente el atropellado proceso de urbanización mundial. Y es que, además de traer el empobrecimiento de las condiciones de vida de los sectores populares, y el deterioro del medio ambiente, no únicamente de las zonas centrales sino también de las periféricas, también ha surtido efecto en las nuevas formas en que se ha expresado la cultura urbana; o sea, en la creación de novedosas experiencias para recrear la ciudad. Un ejemplo es que en la actualidad, existen otras variantes de estudios de antropología urbana, como son las experiencias en el

campo de trabajo de los investigadores Raúl Nieto Calleja sobre cultura obrera, y los de Eduardo Nivón Bolán acerca de los movimientos sociales, temáticas en las que ambos descubren fenómenos significativos en varias problemáticas micro sociales que se suscitan en la dimensión urbana, ya que abren nuevas rutas para futuras investigaciones en este campo y que me fueron muy útiles para organizar el esquema teórico y práctico de esta investigación.[16] Observa Nieto Calleja, que "*la ciudad sin duda, es un escenario, y no sólo el telón de fondo, de muchos procesos sociales. En ella existen de una manera particular los sujetos y las clases sociales. Tanto unos como otras establecen con el medio urbano en el que viven un complejo de relaciones, el cual [...] queremos problematizar*" (1997: 214).

2.- La investigación *Aguascalientes: tradición y modernidad cultural* tiene por objetivo conocer a profundidad los fenómenos culturales que ocurren en una ciudad media como Aguascalientes. Pretende contribuir al conocimiento antropológico sobre una ciudad de rango medio, de la misma manera en que se han realizado otras en las grandes y pequeñas ciudades; lo cual es muy significativo ya que, al menos en Aguascalientes, las investigaciones han ido encaminadas en el campo urbanístico, histórico, demográfico y político, entre otros más.[17] En este tenor, uno de los investigadores que me orientó para realizar este trabajo fue Mario Bassols Ricárdez, quien ha sido uno de los principales investigadores que han realizado estudios sociales y urbanísticos sobre la ciudad de Aguascalientes. En particular su investigación *Políticas urbanas en Aguascalientes (1968-1995)* (1997) fue uno de los más útiles, pues queda claro que el crecimiento de la ciudad no puede explicarse sólo desde las perspectivas económica, urbanística, ecológica o política.

---

[16] En el caso del primero, destacan sus obras siguientes: *Ciudad, cultura y clase obrera* que salió a la luz en 1997, y otros escritos como *"Antropología ciudad e industria: una relación que pasa por la cultura"*, *"Multiculturalidad en la periferia urbana: la tensión entre lo público y lo privado"*, *"Ritualidad secular, prácticas populares y videocultura en la ciudad de México"* y *"La ciudad industrial y la cultura obrera"*; y del segundo *"Cultura urbana y movimientos sociales* (1998)", y ensayos como *"La ciudad vista por Nueva Antropología"*, *"La metrópoli como problema"*, *"Modernidad y cultura de masas en los estudios de la cultura urbana"* y *"Cultura y comunicación en la ciudad de México"*, entre otros, que consideré necesarios para llevar a efecto este trabajo y sin los cuales no hubiera sido posible

[17] Uno de los objetivos principales que se pretende con esta investigación, es hacer un estudio comparativo de la forma en que se consumen algunas ofertas culturales en el tiempo de ocio fuera del trabajo o estudio en la ciudad de Aguascalientes con las tres grandes metrópolis mexicanas : Guadalajara, Monterrey y la ciudad de México.

Antes de la década de 1980, los oriundos de Aguascalientes respiraban un aire de tranquilidad provinciana como en otros lugares del país; los muy ricos no eran muchos, de tal manera que eran conocidos por la mayoría de la gente, y los extremadamente pobres tampoco eran tantos como ahora, en que al sector marginado nativo del Estado, se suman otros provenientes de distintas regiones del país; sólo basta echar una mirada a los cruceros de la ciudad en donde podemos percatarnos de niños que piden dinero, que venden dulces o que limpian los parabrisas de los vehículos. En esos años, el sentido común de la memoria urbana pensaba que las relaciones entre la gente eran más estrechas y que la familia estaba más unida. Por otro lado, las distancias en la ciudad no eran tan largas como ahora, de tal manera que los ciudadanos podían trasladarse con poca dificultad de un lugar a otro utilizando el autobús o la bicicleta, que eran los medios de transporte más comunes. En pocas palabras, a la ciudad de aquella época se le podría calificar como "pueblo bicicletero", al igual otras urbes del país.

El Aguascalientes de los setenta fue muy diferente al de las dos décadas posteriores, y actualmente en el 2006, es uno muy diferente al de los años anteriores. El rostro de la ciudad ha cambiado radicalmente, de tal forma que los adultos de hoy nos sorprendemos de la velocidad en que estos cambios se suceden, muchos de lo cuales se deben a la revolución tecnológica e informática en que estamos envueltos. Por mencionar un ejemplo, asombra la manera de ser de los jóvenes, la cual suele calificarse como egoísta; pecamos de etnocéntricos cuando decimos que nuestros tiempos fueron mejores, "porque ellos no tienen ideales y nosotros sí los tuvimos". La realidad es que los valores son relativos, y por tanto sus valores e ideales son únicamente distintos a los de nosotros, pero no es que sean peores o mejores que los nuestros. De la misma forma, podríamos ejemplificar otros aspectos que nos ayudarían a reflexionar sobre lo que está sucediendo en el Estado, en particular en la ciudad capital; pero por el momento no tendría caso, pues ello se irá viendo en el transcurso del texto. Salazar, ha señalado que:

> *El ámbito de la ciudad, que [...] corresponde al espacio más general, más desconocido, en donde no se tiene (como en la colonia y aún en el ámbito local) la vivienda propia como punto de referencia. En la ciudad, los sitios de referencia y ubicación son colectivos e impersonales, carecen de significado íntimo: el centro comercial, [...] la parada del camión, la avenida principal* (1999: 201).

Se hace la observación, que para el desarrollo de este trabajo se leyeron varios autores que por muchos años han estudiado la temática sobre el consumo del tiempo libre, al igual que otros investigadores de la ciudad. En efecto, los científicos sociales se han dado a la tarea de analizar lo que el hombre hace en su jornada laboral, o los educadores han realizado trabajos en torno a la conducta y el comportamiento de los estudiantes, desde preescolar hasta la universidad, en y fuera del salón de clases. A partir de los ochenta con las abundantes corrientes migratorias del campo a la ciudad y del crecimiento de la mancha urbana, comienzan a desarrollarse más los estudios de antropología *de* la ciudad. Los etnógrafos se preocupan por lo que ocurre en ella haciendo un trabajo de hormigas, así como sus similares lo hicieron en la década de los treinta del siglo pasado en la industriosa ciudad de Chicago.

Desde los noventa, se han dado a la tarea de investigar lo que el hombre hace en el tiempo libre, fuera de su jornada de trabajo o de estudio. Se podría poner como ejemplo a la clase trabajadora que habita una zona urbana de la ciudad de Aguascalientes, ya que como resultado del acelerado crecimiento de la ciudad, del desarrollo industrial que se ha venido gestando, se ha estimulado la atracción de inmigrantes de otros estados del país -para fines de la última década del siglo pasado se estimaba que la población de otros estados era del 22.79% (*El Heraldo*, 7 de noviembre de 1999) y para el 2005 llegó al 25.00%-, que en conjunto ha generado cambios en los hábitos y prácticas culturales y generales de la sociedad.[18]

Esta investigación pretende conocer las causas que influyen en las distintas formas que la población utiliza y consume las ofertas culturales, que forman parte de la organización de su vida cotidiana. Las prácticas religiosas de la población -principalmente católica, son un buen ejemplo de lo que se acaba de decir, ya que son parte de un proceso sociocultural e histórico que organizan sus quehaceres cotidianos, aunque ya no con la fuerza de hace más de treinta años-. Las relaciones sociales que se desarrollan entre los vecinos de un barrio, el modo, lugares, frecuencias para comprar y consumir los bienes materiales, la concepción y las representaciones que las personas tienen ante acontecimientos importantes como el bautizo de un niño, una primera

[18] Este fenómeno se ha generado en mayores proporciones en una megalópolis como es la ciudad de México. *"Nuestros hallazgos indican también, que el tipo de organización socio espacial de la zona metropolitana de la ciudad de México, que supone la ubicación de las colonias populares como heterogéneas (mezcladas con otros estratos socioeconómicos), implica otras formas de diferenciación en las prácticas de la movilidad territorial y de uso cotidiano del espacio urbano (Salazar Cruz, 1999: 197).*

comunión, o la boda de una pareja de novios, son eventos que le dan coherencia y orden a la sociedad en que vivimos, y que por sí mismos cada uno son objeto de estudios etnográficos a profundidad. Tal es el ejemplo de la etnografía de Raúl Nieto en *Ritualidad secular...*, en la que describe la ceremonia ritual de una quinceañera.

3.- Para la elaboración de esta investigación, fue necesario la revisión de muchos autores de libros, periódicos, revistas y folletines, así como la información que nos proporcionaron en Gobierno Municipal, el Archivo Histórico del Estado, el INEGI, los historiadores locales y las radiodifusoras, entre otros, en los cuales se encontró información valiosa que me diera pautas para llevar a efecto el trabajo. Como el material que se elaboró fue mucho y variado, presento únicamente el más relevante. Comenzaré por mencionar a los autores que me sirvieron de base para el desarrollo teórico de la investigación. En primer lugar, considero que para el marco teórico general, los estudios de Pierre Bourdieu sobre la distinción, y el gusto que existe entre los diferentes grupos sociales para apropiarse y consumir las diversas ofertas culturales, me abrieron un panorama importante que fue guiándome en la trayectoria de esta investigación. Obras como *La distinción* (1979), *El sentido práctico* (1980) y *Sociología y cultura* (1990) fueron las que más me sirvieron. En la primera de ellas, trata sobre el proceso que explica como las personas escogen leer determinados periódicos, revistas o libros; o bien la forma como seleccionan tomar bebidas como la coca-cola o vino, o el gusto que tienen por la gastronomía. La siguiente nota de Bourdieu se inspira el desarrollo del capítulo *Cultura alimentaria: cambios y resistencias* de este trabajo:

> *No hay que confundir el gusto con la gastronomía. Si el gusto es el don natural para reconocer y amar la perfección, la gastronomía, por el contrario, es el conjunto de reglas que gobiernan la cultura y la educación del gusto. La gastronomía es al gusto lo que la gramática y la literatura son al sentido literario* (Bourdieu, 1998: 65).

En cuanto a los deportes anota Bourdieu que la clase alta prefiere jugar al tenis , mientras que las clases populares juegan al rugby; algo semejante podríamos afirmar sobre Aguascalientes, ya que la clase alta ejercita deportes como el golf en el Clube Campestre, mientras que la clase baja practica el béisbol o el fútbol en los llanos de la periferia de la ciudad. Bourdieu se plantea algunas preguntas que me sirvieron para reflexionar acerca del deporte en la ciudad de

Aguascalientes como práctica del hidrocálido, como consumidor de revistas deportivas, o como simple espectador de algún deporte popular. Bourdieu se hace la siguiente interrogante:

> *¿Cómo se produce la demanda de "productos deportivos", cómo adquiere la gente el "gusto" por el deporte en particular, como práctica o como espectáculo? De manera más precisa, ¿según qué principios eligen los agentes entre las diferentes prácticas o los diversos consumos deportivos que se les ofrece en un momento dado como posibles?* (Bourdieu, 1994: 194)

Junto a Bourdieu, ubico a John B. Thompson con *Ideología y cultura moderna* y a Anthony Giddens con *La constitución de la sociedad*, obras que me ayudaron a comprender los distintos niveles del tema la primera en cuanto al ámbito de la cultura, y la segunda en torno a la relación entre el sujeto y la sociedad, con el fin de conocer como se genera la estructura social. Para Giddens, en toda la actividad humana, la estructura y la acción se encuentran entrelazadas, de tal manera que no pueden pensarse separadas. El punto de partida de Giddens para desarrollar su teoría, lo encontramos en la frase de Marx: *"Los hombres hacen su propia historia, pero no la hacen como ellos quieren, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo circunstancias directamente dadas y heredadas del pasado"* (Marx, 1968 :15). En el caso de Thompson, resalta el énfasis que le dio a la "concepción estructural", que se refiere a que los fenómenos de la cultura son comprensibles si se les considera como *formas simbólicas en contextos estructurados*. (Thompson, 1993: 13). En este ámbito se ubican sus estudios acerca de los orígenes de la radio en E.U., así como de la difusión de las primeras grabadoras de video, que empezaron a utilizarse para uso doméstico en el trayecto de los setenta del siglo XX. El trabajo de Thompson me fue útil también para los capítulos de la radio y del video.

Para el estudio del consumo cultural en la ciudad de México, las investigaciones del García Canclini fueron imprescindibles al grado de que mi trabajo no hubiera sido posible sin su orientación teórica. Así, las obras que en lo particular me sirvieron de base para estudiar los consumos culturales en la ciudad de Aguascalientes fueron: *El consumo cultural en México* (1993), *Consumidores y ciudadanos (1998)*, *Culturas híbridas* (1991) y *La globalización imaginada* (1999), las cuales me hicieron reflexionar, a partir de las varias experiencias del autor, en lo que se refiere a la asistencia al cine, el entretenimiento de la televisión, la renta de

videos, la cultura tecnológica y los espectáculos al aire libre; además se realizó un estudio de diversas lecturas.

Respecto al cine, se hace la observación de que García Canclini en una artículo recientemente publicado en la revista *Alteridades* de la UAM-I, mencionaba que la asistencia al cine en los primeros años del siglo XXI ha vuelto a aumentar, en relación con los noventa en que disminuyó a consecuencia de los videoclubes. Pone como ejemplo algunas ciudades de Argentina, en las cuales ya no existían salas cinematográficas, pues la gente prefería ver las películas en el seno de su hogar ya que les ahorraba tiempo y dinero. La situación ha cambiado en el presente siglo, pues el cine vuelve a ser en México uno de los pasatiempos preferidos del público. Lo que no explica García Canclini es por qué la gente vuelve a asistir a las salas cinematográficas, cuando el DVD ha desplazado al video y las familias pueden ver muy tranquilas en sus hogares, incluso antes de su estreno una película en un disco "pirata". García Canclini ha señalado que:

> *Esa declinación de espectadores (en el cine), de 90 millones por año a unos 28 millones en 1995, se ha revertido parcialmente con la explosión multisalas en muchas zonas de la ciudad. Una distribución más equitativa de la oferta cinematográfica ha hecho que el libro Los nuevos espectadores publicado en 1994, no sea ya del todo vigente* (2003: 12)

Una de una de sus primeras obras, que es una antología, aparte de que fue el primer libro que leí sobre el consumo cultural en el país, me primitió conocer a otros investigadores que se han dedicado a explorar diversas temáticas en este campo de estudio, algunos de los cuales ya los he mencionado líneas arriba. Ejemplo es el artículo *¿Qué onda con la radio? Un acercamiento a los hábitos radiofónicos e intereses socioculturales de los jóvenes de la ciudad de México* de Lucina Jiménez López, me enriqueció para la elaboración del capítulo sobre la radio en Aguascalientes. El segundo capítulo titulado: *Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano*, de Néstor García Canclini y Mabel Piccini, los autores indican *"...la encuesta indica que el 97 por ciento de los entrevistados utiliza este medio habitualmente aunque, como se sabe, el tipo de recepción que la radio demanda es de diferente naturaleza al de la televisión"* (Canclini y Piccini, 1993: 62). En Aguascalientes, también la televisión y la radio han sido los medios de comunicación más difundidos.

Las definiciones de Canclini sobre *cultura* y *consumo cultural* que las he tomado para idear los aspectos elementales de la investigación de su obra. A lo anterior, sumo las observaciones que hace Arjun Appadurai, sobre la importancia que tiene la cultura en las mercancías que plasma en *La vida social de las cosas;* concretamente dice, que la elaboración de éstas se encuentran influidas por aspectos rituales, sociales y económicos. Especifica lo anterior con el caso del trabajo de los productores panameños de azúcar, de Sthepen Gudeman, o los alfareros azande -de Evans-Pritchard-, entre otros grupos sociales, que los mezclan con aspectos cosmológicos. (Appaudurai, 1991: 61). Sobre *Culturas híbridas*, de Canclini (1991), Nieto y Nivón afirman: *"su autor nos invita a usar este libro "como una ciudad, a la que se ingresa por el camino de lo culto, el de lo popular o el de lo masivo...", ya que la obra se encarga de demostrar cómo estas nociones están cada vez más íntimamente comunicadas"* (Nieto y Nivón, 1993: 71).

En cuanto a los centros comerciales y su influencia en la población, y la Feria Nacional de San Marcos, fue imprescindible basarme en algunos autorers con el fin de que los apartados fueran más consistentes. Para el caso de los centros comerciales, una referencia importante fue la tesis doctoral de José Humberto Fuentes Gómez: *Espacios, actores, prácticas e imaginarios urbanos en Mérida, Yucatán* (2001), en la que el autor estudia *las prácticas urbanas de los actores que llevan a cabo en dos lugares públicos que tienen un papel relevante en la estructura urbana de Mérida, la Plaza Grande o Principal y el Centro Comercial Plaza Dorada México"* (2001: 6). Situación similar percibimos en nuestra ciudad cuando se compara el *Centro Histórico* con el *Centro Comercial Galerías*. El trabajo de María Haydeé García Bravo *Comunicación e identidades urbanas en San Luis Potosí en tiempos de globalización* coincide con Fuentes Gómez, en el sentido de que los jóvenes de clase media y alta van a los centros comerciales a "mostrarse" como productos que se exhiben en las vitrinas, ya que para ellos, estos lugares aparte de que son la moda, representan un rasgo de distinción social. En nuestro caso, la Plaza de Armas -hoy Plaza Patria-, San Marcos y El Parián, que antaño eran los lugares preferidos de la clase popular para pasear los fines de semana aparte de los parques y jardines, es ejemplo de lo que dice María Haydeé de San Luis Potosí.

El crecimiento de las ciudades y el establecimiento de las plazas comerciales como en la ciudad de Aguascalientes, nos obliga a repensar en sus centros, ya que éstos son testimonios de una

larga historia urbana (García Bravo, 2001: 119).La propuesta de Marc Augé sobre los *no lugares*, que son espacios sociales y físicos en donde la gente se aglutina con un fin determinado, como puede ser una estación del metro para llegar a un destino de la ciudad, una playa para vacacionar, o un aeropuerto para salir del país, son lugares en donde no se generan relaciones íntimas, fueron de vital interés para analizar los centros comerciales. Para Augé son más bien de interacción espacial de los jóvenes (situación que vale también para esta ciudad): (Augé, 1998: 12).

En el capítulo referente a la Feria de San Marcos, tomé en cuenta las obras de Clifford Geertz *La interpretación de las culturas* para armar los apartados de las peleas de gallos con base en su enfoque de *descripción densa,* que es una suerte de observación etnográfica más fina del fenómeno que se desea estudiar, en cuenta que toma en cuenta aspectos políticos, psicológicos, culturales, etcétera, que se pueden analizar como factores unitarios. La obra antropológica De Roberto Da Matta *Carnavais, malandros e hérois. Para una sociología do dilema brasileiro*, me permitió hacer una comparación entre la verbena aguascalentense y el carnaval brasileño, en cuanto que tiene como objetivo conocer la ritualidad brasileña. García Canclini encuentra coincidencias entre Douglas e Isherwood y Da Matta en relación a la importancia que tiene el ritual en la coherencia que le da a la vida cotidiana: *"Mediante los rituales, dicen Mary Douglas y Baron Isherwood, los grupos seleccionan y fijan -gracias a acuerdos colectivos- los significados que regulan su vida. Los rituales sirven para "contener el curso de los significados" y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso"* (1998: 63).

También mereció mi aceptación la obra de Mike Featherston: *Cultura de consumo y posmodernismo* (1998), que trata de la historia de las ferias en diversas partes del mundo, sobre todo las europeas; por ejemplo, en el caso de la de San Bartolomé, en que siguiendo a Worldsworth en *The Prelude* (1805), señala: *"...se recrea en "el color, el movimiento, la forma, la vista y los sonidos" las maravillas de todas partes del mundo que se mezclan para producir una transgresión y una conclusión de los límites en la que los seres humanos se transforman en animales, los animales en seres humanos"* (2000: 139). El autor llega a la conclusión de que las ferias no son lugares en donde sólo se intercambiaban productos, sino también algarabía y que se

exhiben igualmente en ellas mercancías exóticas. Refiriéndose al libro de Stallybrass y White *The politics and of transgression* (1986), Featherstone dice: *"..examinan la naturaleza relacional de los carnavales, los festivales y las ferias, que son entendidos como inversiones y transgresiones simbólicas en las que se construyen y deforman mutuamente las distinciones entre lo [...] lo oficial y lo popular, lo grotesco y lo clásico"* (2000: 137).

En el marco de Geertz, Da Matta y Feahterstone, podemos vincular a Mijaíl Bajtín, quien en su brillante obra: *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francoci Rabelais* (1968), expone algunos aspectos de gran interés en lo que se refiere al carnaval. De acuerdo con él, durante este período el mundo se voltea al revés, pues es una celebración hedonista del cuerpo humano: abundancia de bebidas etílicas, relajamiento en las relaciones sociales y exageración en el consumo de comida, entre otros más. Aspectos que son característicos de los hidrocálidos en tiempos de la *Feria*. Dice Terry Eagleton: *"el sentido del carnaval es un asunto autorizado en todos los sentidos, una ruptura permisible de la hegemonía, un desahogo contenido igual de turbado y relativamente ineficaz que la obra de arte revolucionaria"* (Eagleton, 1998 :225). En otras palabras, el carnaval -al igual que las ferias o las fiestas- es un desorden que conlleva un orden necesario para la continuidad de la vida. Carlos Reynoso presenta una cita sobre Mijaíl Bajtín a la que califica de posmoderna, en el sentido de que el lenguaje no es subjetivo, sino la manifestación de un fenómeno en el cual participan muchas voces cuyo resultado es lo que él llama la *polifonía*: Reynoso por su parte recuerda:

> *El carnaval [...] es otro de los elementos recurrentes en la escritura de Bajtín. Naturalmente, él contemplaba al carnaval como una manifestación de los valores y actitudes [...] populares que en el resto del tiempo permanecían soterrados o reprimidos. Uno de los elementos que los antropólogos posmodernos han recuperado de la noción bajtiniana del carnaval es que en él desaparece la diferencia entre actores y espectadores, o como se dice en otros órdenes, entre el sujeto y el objeto. No hay posibilidad, dice Bajtín, de permanecer afuera del carnaval como observador no afectado por él* (1998: 25).[19]

[19] Esta obra que es una antología, reúne artículos de la talla de J. Clifford y C. Geertz, entre otros. Parte de la premisa de que la antropología posmoderna es un desarrollo de la antropología interpretativa, en la que tuvo mucho que ver los inicios de la antropología simbólica en las décadas de los sesenta y setenta, en un contexto en que Daniel Bell (1973) anuncia el surgimiento de la sociedad posindustrial, que se caracteriza porque la clase obrera disminuye, la ciencia, se burocratiza, el trabajo se especializa en parcelas de conocimiento, etcétera. Existe por otro lado, un posmodernismo genérico en antropología que se desarrolla a partir de varios factores como el colapso de la razón, la desconstrucción, el fin de la historia y la crisis de los metarrelatos.

4.- La investigación *Aguascalientes: tradición y modernidad cultural*, es la primera que tca a fondo los modos en que los hidrocálidos consumen algunas de las diversas ofertas culturales. En este contexto, podemomos clasificar las ofertas culturales presentes como públicas, privadas o mixtas. En el caso de las primeras, están *Los centros comerciales*, *El cine*, *Los pasatiempos de la juventud, El consumo del tiempo libre en lugares no tan públicos* y *La Feria de San Marcos,* particularmente las peleas de gallos y las corridas de toros. Fuera de su casa, el citadino puede pasar el tiempo libre en un centro comercial, en el cine, en un concierto al aire libre, en un *table dance*, en una novillada o en un palenque. Respecto a las segundas mencionados l*a radio*, *la televisión y video* y *la cultura impresa.* La radio y la televisión son los medios de comunicación más familiares En cuanto a los medios impresos la gente los consume más en su hogar que en otros sitios como el trabajo o la biblioteca.

Las ofertas culturales que consideramos mixtas son las siguientes: *cultura alimenticia:* se puede comer en el hogar, en un puesto de la esquina, en una franquicia de comida o en un restaurante; *las prácticas religiosas:* se puede rezar el rosario en la casa o asistir a un oficio religioso en un templo; en Semana Santa se puede guardar la vigilia leyendo la Biblia en casa o salir de vacaciones a la playa; *chatear o navegar:* se puede usar la computadora que hay en la casa, y si no se tiene, usarla en el trabajo o en un Café Internet; *el deporte:* se hace ejercicio en un gimnasio, se ve un partido en la televisión o se compra una revista deportiva. No se incluyeron otras ofertas culturales como la asistencia a una función de lucha libre o al circo, la visita a museos, las carreras de autos y las fiestas familiares. Podemos decir que Aguascalientes es muy fiestero, pues las familias no pierden oportunidad de realizar fiestas por causas diversas, "y si no las hay se inventan": bodas de plata o de oro, quince años, graduaciones, primeras comuniones o el cumpleaños de los miembros de la familiar, por mencionar sólo algunas. Este trabajo responde a una temática en la que se ha explorado poco y, por tanto, estas prácticas culturales se analizan encon la suficiente amplitud a lo largo de él.

El interés por realizar una investigación de esta naturaleza, se debe, en gran medida, al progreso económico que se suscitó en Aguascalientes como producto de la industrialización y del crecimiento urbano, que junto al trabajo construyó socialmente al mercado urbano y dio lugar para que el tiempo libre se desarrollara socialmente. Situación que trajo consigo la instauración

de almacenes comerciales, de capital nacional e internacional, de nuevos establecimientos gastronómicos, que van desde los *fast food* hasta lujosos restaurantes de comida internacional, de la proliferación por todos los rumbos citadinos de puestos de rentas de video[20] y de cafés Internet; lugares que proporcionan el cambio de los hábitos culturales de los hidrocálidos tanto en el ámbito laboral como en el tiempo libre en que no trabajan. En el 2005, la ciudad de Aguascalientes cumplió 430 años de su fundación.

2.2.- Cultura, consumo y globalización.

El estudio de la cultura

Por cultura suele entenderse, además de la educación formal y el aprecio de las "bellas artes" (alta cultura) todas los hábitos y estilos de vida que son aprendidos y transmitidos socialmente por los individuos. Los humanos, por tanto, son los únicos seres vivientes que producen cultura, y esto es precisamente lo que los hace diferentes de los animales. Se puede decir que son aquellas formas de pensar, de sentir y de actuar de los seres humanos, que forman parte de una sociedad determinada, entendida ésta como la vida organizada en grupos, ya que hablar de la sociedad en general es una abstracción. Al interno de una nación, incluso al de una ciudad, se generan diferencias culturales entre la gente que vive en la periferia y la que habita en el centro; o bien entre la que vive a veces imperceptible o inconsciente en un barrio tradicional, con otra que vive en un fraccionamiento o zona residencial.[21]

Existe una diferencia abismal no solamente en lo económico sino también en lo cultural, entre los estados pobres del Sur, donde la población es en gran proporción indígena, a los estados del norte de la República Mexicana. Un ejemplo es la ciudad de Monterrey en el estado de Nuevo León, en donde existen algunos sectores urbanos que tienen un nivel de desarrollo y calidad de vida similar al de los países industrializados. Podemos citar otros casos, como la diferencia entre la cultura de los alteños en el estado de Jalisco, con la población que vive en las costas de

[20] A partir del 2000, en Aguascalientes los amantes de ver películas en casa están cambiando de formato, ya que están prefiriendo cada vez más el formato DVD a los VHS. Este cambio ha sido posible por lo fácil y barato de conseguir discos piratas a un precio barato en comparación con el precio que pagarían en un negocio establecido.

[21] Roberto Varela dice respecto a la cultura: "Me refiero a cultura, en cuanto a su contenido, como a un *conjunto* (no me comprometo con "sistema" o "estructura") de signos y símbolos como los define a su vez Leach: ambos suponen una elección humana para crearlos, pero no necesariamente consciente" (1997, 61-73).

Veracruz o Guerrero, o bien en estados fronterizos como Baja California Norte, y del sur del país como Quintana Roo; en ambos casos, sus habitantes son impregnados por la cultura norteamericana y beliceña. Y si nos remitimos a una ciudad, observamos que la sociedad no es homogénea, sino que existen infinidad de micro mundos al interno de ella. Los grupos humanos son cambiantes e inciertos, y en gran medida esto tiene que ver no sólo con cuestiones sociales, sino también con aspectos geográficos, económicos y culturales. Por lo dicho antes, podemos señalar que la cultura es arbitraria debido a la complejidad social.

La función de los antropólogos consiste en recopilar información acerca de las formas de vivir de las "sociedades exóticas", en hacer *"comparaciones sistemáticas entre las variantes que pueden encontrarse en los distintos grupos humanos"* (Rossi y O'Higgins, 1981: 12), pues una de las características de la diversidad cultural es que éstas se influyen mutuamente debido a los procesos económicos. De esta manera, se puede emplear el término "Cultura" con mayúscula, para designar las características del género humano, y de "cultura específica" con minúscula cuando hacemos alusión a las diferencias y semejanzas culturas. Según la UNESCO, el concepto de cultura viene del latín *cultura*, y ésta de *colo*, que significa cultivar, habitar, etc. (UNESCO, 1983 :24). Al observar las distintas prácticas culturales en los niveles micro, nos damos cuenta, por ejemplo, de una especie de cruces culturales. Es el caso de una familia que renta un video después de haber comprado una yerba contra un maleficio en Jesús María. Lo tradicional y lo moderno se cruzan en el camino.

El estudio de la cultura ha sido desde hace mucho tiempo, un tema fundamental dentro de la antropología, de tal manera que en un diccionario antropológico se pueden encontrar definiciones como: cultura de la pobreza, cultura y personalidad, cultura material y cultura simbólica, entre otras. Desde que los primeros antropólogos se interesaron por ella, quedó estrechamente vinculada a esta disciplina, de tal forma que para Rossi y O' Higgins, la cultura es intrínseca a la antropología: *"...es el término que usan los antropólogos para describir el objeto de su disciplina*" (Rossi y O'Higgins, 1981: 13). Pero la cultura no solamente se refiere a la acción de cultivar en el sentido formativo o educacional, sino que alude también a los diferentes estilos de vida que practica el hombre; por ejemplo, el "buen gusto" que tiene un grupo social no sólo para apreciar una obra de arte, sino también la gastronomía, el lugar que se elíge para

vacacionar, la práctica de algún deporte, la forma de vestirse, y que por lo mismo los distingue de sus semejantes. Para Pierre Bourdieu este sería constitutivo de lo que denomina capital simbólico.[22] Para Giménez Montiel la cultura:

> *...admite dos grandes familias de acepciones: las que se refieren a la acción o proceso de cultivar (donde caben significados tales como formación, educación "paideia", "cultura animi", "cultura vitae", etcétera); y las que se refieren al estado de lo que ha sido cultivado, que pueden ser, según los casos, estados subjetivos (tales como buen gusto, hábitos o maneras distinguidas, modelos de comportamiento, acervo de conocimientos, estilos de vida, "habitus" o "ethos cultural" etcétera; estados objetivos (como cuando se habla de "patrimonio" artístico cultural), de herencia o de capital cultural, de instituciones culturales, de "cultura objetiva", de "cultura material", etcétera* (1987: 18).

El antropólogo inglés Edward B. Tylor (1832-1917) en su clásica obra *La cultura primitiva* (1871) planteó, por primera vez, la necesidad de estudiar científicamente el pensamiento y comportamiento de los grupos sociales, ya que suponía éstos responden a leyes generales como los que acontecen en la naturaleza. La definición de cultura de Tylor fue muy importante para su tiempo, y para la formación de muchos antropólogos que le continuaron, de tal manera que muchos de ellos parten de esta definición que, aunque ambigua y general para él es un todo: *"Cultura es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad"* (1871: 1).

Franz Boas (1858-1942), antropólogo norteamericano, hizo una contribución importante al estudio de la cultura. A Boas no le interesaba encontrar leyes generales de los procesos culturales, al igual que en las ciencias naturales como pensaba Tylor, sino que más bien, su preocupación se centraba en las similitudes y diferencias de la cultura particular de cada sociedad; situación que lo llevó a realizar trabajo de campo en diversas sociedades específicas,

---

[22] Dicen Javier Ortiz y José Manuel Juárez, que el capital cultural al que se refiere Bourdieu.. *"...ha sido concebido para explicar las desigualdades competencias de los niños surgidas de las diferentes clases. El éxito escolar traduce los beneficios realizados en el mercado es colar relacionados en el mercado escolar relacionados con la distrubución de capital escolar entre las clases y fracciones de clase"* (Ortiz Cárdenas y Juárez Núñez, 1996: 116) Un ejemplo de capital cultural es entonces un educando, que desde temprana edad tuvo acceso a una biblioteca familiar, viajes al extranjero para estudiar otra lengua, el ejercicio en algún campo del arte como la pintura, etc.; y por lo mismo, tendrá un capital cultural más elevado y de mayor calidad y, en consecuencia, mejores posibilidades de desarrollo que otros compañeros que no tuvieron estos privilegios, ya que pertenecen a la clase baja. El hijo de un obrero difícilmente tendrá en su hogar un piano para aprender a tocar música clásica.

donde han destacado los estudios acerca de sus orígenes y la recopilación de datos etnográficos de las culturas indígenas de Nortamérica. En la misma medida en que a Boas le preocupaba las semejanzas, se interesaba por las diferencias entre los diversos grupos humanos; en particular, pensaba que el trabajo del antropólogo era hacer una reconstrucción histórica de los grupos primitivos que no desarrollaron la escritura. A partir de esta postura, Boas propone el concepto de *relativismo cultural* en el que plantea, que no existen culturas superiores ni inferiores, sino que sólo las hay diferentes. Los valores, actitudes, hábitos y costumbres de los pueblos, no hay que interpretarlos de acuerdo a patrones culturales del etnógrafo, sino más bien en base a la cultura a la cual pertenecen (Rossi y O'Higgins, 1981: 99). La definición que Boas propone de cultura es de mayor especificidad que la de Tylor:

> *La cultura es la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos. La simple enumeración de estos varios aspectos de la vida no constituyen la cultura pues sus elementos no son independientes, poseen una estructura* (*Boas*, 1964: 166).

Con Boas se supera el sentido común que por cultura entiende únicamente el que una persona esté cultivada porque es un amante del teatro, que es "culto" porque le guste oír música clásica y asista a los conciertos de la Orquesta Sinfónica de Aguascalientes, que escuche conferencias sobre temas de educación sexual, o bien que vaya a un museo a ver una exposición de pintura o al cine en donde se proyecta una película de corte vanguardista. Al retomar las definiciones expuestas, nos damos cuenta de que sobran ejemplos en donde muchas de las grandes expresiones culturales han tenido sus raíces en el ámbito de la sociedad, y en particular en los sectores marginados y no en las altas esferas sociales.[23]

---

[23] En México, la música ranchera, que es conocida en varios países del mundo por las películas mexicanas, tuvo sus raíces, como su nombre lo amerita en el medio rural mexicano. Intérpretes como Lola Beltrán, Pedro Infante, Jorge Negrete, Cuco Sánchez, y Vicente Fernández, han sido figuras internacionales, que representan el sentir del pueblo mexicano, en especial del rural y marginal urbano. De igual manera, tenemos el caso del conocido espectáculo del folklor y bailes mexicanos de Amalia Hernández, que se ha presentado en varias partes del mundo, dando a conocer la esencia de las tradiciones regionales de ese mosaico cultural que es la nación mexicana; y que decir de actores como *Cantinflas*, *Resortes*, *Viruta y Capulina*, o el programa cómico *El chavo del ocho*, que no sólo se conoce en el medio artístico nacional, sino también internacional.

En consecuencia, la cultura no es sofisticación o apreciación de las bellas artes, sino todo lo que el hombre hace y piensa, aún y cuando en apariencia nos parezca de poco interés. Es de igual importancia para un antropólogo el poner atención a la reacción del público en un estadio que presencia un partido de fútbol americano como si fuera un rito, las relaciones sociales que se establecen entre clientes y trabajadores en los restaurantes de comida rápida, o entre el personal médico y los pacientes en un hospital neuropsiquiátrico, que la celebración de las fiestas patrias en nuestro país. O bien, la comparación de la forma de recordar el Día de Muertos entre la población que vive en la parte fronteriza en donde es muy común celebrar una fiesta de *haloween*, por la cercanía que tienen con la cultura norteamericana, a la manera de celebrarla en la región centro-occidente, en algún estado de mayoría indígena de México, o en Aguascalientes en donde se realiza una caminata nocturna al *Cerro del Muerto*. Con estos ejemplos, podemos acercamos a la definición que Claude Lévi-Strauss (1908 -) hace de cultura, aunque no deja de pasar desapercibida la influencia de Tylor. Así pues, para Lévi-Strauss el factor simbólico juega un papel preponderante en el estudio de la(s) cultura(s):

> *La cultura puede considerarse como un conjunto de sistemas simbólicos que tienen situados en primer término el lenguaje, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte y la religión. Estos sistemas tienen como finalidad expresar determinados aspectos de la realidad física y de la realidad social, e incluso las relaciones de estos dos tipos de realidades entre sí, y las que estos sistemas simbólicos guardan los unos frente a los otros* (Lévi-Strauss, 1971: 20).

Otro concepto simbólico de cultura es el del antropólogo norteamericano Clifford Geertz, para quien étsa es un concepto semiótico que orienta los quehaceres de los individuos, tomando en cuenta que tanto hombres como mujeres no son uniformes sino que son heterogéneos; no se les puede calificar como autómatas sino más bien como creadores. Geertz ha señalado que:

> *...la cultura es esa urdidumbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie. Pero semejante pronunciamiento, que contiene toda una doctrina en una cláusula, exige en sí mismo alguna explicación* (1995: 20).

En un mundo que cambia a la velocidad del relámpago, el futuro de la humanidad tal vez sea el que las fronteras nacionales se borren del mapa mundial, y emergan otras no previstas. El

resurgimiento de añejas regiones en varios países, es una prueba de que este fenómeno llega a ser realidad. Surge así esta interrogante: ¿de qué manera se está transformando la cultura en un mundo, en el que un individuo aislado, que habita en una localidad homogénea, está dando paso a otro con una realidad multicultural, que es resultado de infinitos cruces de fronteras nacionales e internacionales? Como resultado de este accidente, el concepto de *pertenencia* sufre una transformación, ya que resulta insuficiente el conocer a una persona por el lugar en que ha nacido, o bien por formar parte de una comunidad en la cual es depositario de valores y tradiciones. Respecto a esta discusión, J. Mohan Rao se hace las siguientes preguntas: *"¿Producirá la globalización una armonía cultural o conflictos entre países y en el interior de los mismos? Recíprocamente, ¿se pueden preservar la diversidad y la libertad culturales sin perjudicar el progreso cultural del mundo en su conjunto"* (1998: 23).

En los comienzos de una nueva centuria, a sólo seis años de haber terminado el siglo XX, que estuvo marcado por sucesos de diversa índole, dolorosos para gran parte de la humanidad, y en menor medida positivos para una élite mundial; de grandes invenciones científicas, así como de fenómenos inesperados, que por cierto todavía no podemos interpretarlos en toda su magnitud, o no se comprenderán hasta un futuro no muy lejano, se puede hacer un repaso, partiendo de la idea de que la llamada globalización para algunos analistas, en esencia es un totalitarismo, ya que sustenta en sus bases, el principio de que sus presupuestos teóricos no pueden ser rebatidos. Algunos estudiosos de este fenómeno mundial *"...ven la globalización de la economía como una aplanadora que dejará tras de sí un mundo uniforme, poblado por hombres y mujeres unidimensionales que, a la manera de los monocultivos, habrán perdido su potencial creador y su capacidad de adaptación"* (*Rao*, 1998: 24).

Algunos de los acontecimientos más trascendentes fueron la Revolución Rusa, las dos Guerras Mundiales, el surgimiento del Nuevo Orden Internacional; y como consecuencia de ello, la reestructuración mundial en bloques económicos, el fracaso del llamado *socialismo real*, simbolizado con la caída del *Muro de Berlín* el 9 de noviembre de 1989, -que por cierto en el pasado 2004 se cumplieron quince años de su derrumbe sin que hasta el momento se observen cambios significativos en su economía de tal manera que hayan beneficiado a la población-, la desintegración de la ex-Unión Soviética y las dos grandes Revoluciones Industriales, una de las

cuales la estamos viviendo en carne propia, que es la de la *Informática y la de las Nuevas Tecnologías*. Todas estas son experiencias históricas que están influyendo en la reconfiguración del naciente siglo XXI, y en especial la de un nuevo mapa mundial. En este sentido, podemos ejemplificar lo que hemos mencionado, afirmando que el progreso tecnológico no solamente puede ser aplicado al contexto del trabajo, sino también a los procesos de consumo, sobre todo al campo en el ámbito de lo doméstico y al tiempo de ocio. Así, por ejemplo, el Internet puede ser usado como una herramienta informativa y de trabajo; pero a su vez, puede ser utilizado como una forma de distracción en el tiempo libre.

La cultura global y sus efectos en la sociedad aguascalentense

En efecto, los cambios radicales que hoy en día se están generando en la geografía internacional, y ante los cuales la humanidad queda atónita por su rapidez, tienen su origen en el proyecto neoliberal (léase globalización de los mercados), promovido por Ronald Reagan en los Estados Unidos y Margaret Thatcher en Inglaterra durante la década de los ochenta, que tenía como finalidad estimular la economía de los países occidentales cuando éstos atravesaban por una crisis estructural, no coyuntural. Al final de la *Guerra Fría*, cuando comenzó la era unipolar, y el mundo deja de dividirse en los dos grandes bloques, los sistemas socialista y capitalista, el concepto de globalización, que hace alusión a transformaciones cualitativas debido a elementos novedosos que han aparecido en las sociedades como el dominio del capital financiero, se encuentra vinculado a la idea de un mundo sin barreras, en el que un optimismo desmedido, presagiaba un planeta con un libre mercado, que sería la panacea que daría a los países la seguridad económica; hecho que sin lugar a dudas es una hipótesis aún no demostrada. Esta liberación del comercio, junto a una fragmentación de los procesos productivos, o sea, la elaboración de partes componentes de un mismo producto final en diferentes naciones del mundo, y el desarrollo de novedosas técnicas, determinó la integración de bloques comerciales, que modificaron el criterio de localización económica, en el que surgieron nuevas regiones que garantizaron los intereses del capital internacional.

En lo concerniente a la geografía mundial, ésta comenzó a sufrir los primeros cambios radicales con la reunificación de Alemania, como ya lo anotábamos, y la desintegración de la URSS, a finales de la década de 1980 e inicios de la siguiente, algunos de los acontecimientos más

sobresalientes que marcaron el final del "breve siglo XX", tal como lo bautizara Jürgen Habermas, porque inicia con el nacimiento del Estado soviético y finaliza con su derrumbe. Situaciones encontradas las podemos descubrir en esta recomposición mundial: naciones con diferente sistema económico se integran, como es el caso de las dos Alemanias por el sólo hecho de que las raíces culturales de ambas poblaciones han sido germanas, aunque a los ciudadanos de la ex-Alemania Oriental se les calificó burlonamente como los "turcos del Este". Otro caso fue la integración de Hong Kong a la China comunista.

Encontramos experiencias distintas en algunos países en los que han acontecido cambios significativos en las fronteras internacionales, como fue la escisión de Checoslovaquia en las repúblicas Checa y Eslovaquia; por otra parte, la independencia de países autónomos con identidades propias como Lituania, Letonia y Estonia, que antes fueran repúblicas soviéticas, marcó un hito histórico al separarse de la Unión Soviética, pues se consideraban prácticamente sociedades en vías de extinción, cuando siempre fueron, y ahora de nuevo son países autónomos, ya que al igual que las restantes ex–repúblicas, lo que importaba era ser soviético, y no letón, estonio y lituano. Sobre esto Guillermo Bonfil afirma: *"No tenía sentido ser estonio, porque lo que tenía sentido era ser soviético; es decir, formar parte de esa identidad mayor que estaba ofreciendo una serie de condiciones para que todos los participantes de este sistema pudieran tener una vida mejor"* (Bonfil Batalla,1991: 84).

Otro caso es el de la ex-Yugoslavia, cuya desintegración ha ocasionado una de las guerras más sangrientas de fines del siglo XX y principios del siguiente entre diversos pueblos, antes fraternales, como los croatas, los servios, montenegrinos, musulmanes macedonios y bosnios. A la par de la reconfiguración de las fronteras nacionales, han salido a relucir los añejos separatismos y regionalismos, que también son producto de este proceso globalizador. Algunos ejemplos son los siguientes: el caso de la República de Padierna en el norte de Italia, y en Norteamérica, una situación semejante la encontramos en la provincia del Québec, en Canadá. Estos ejemplos son experiencias secesionistas basadas en argumentos de identificación regional y tradición histórica. Bonfil Batalla hace referencia a los cambios culturales que han desarrollado algunos grupos indígenas, como los mixtecos que viven en zonas urbanas como la ciudad de Tijuana, u otras ciudades californianas como Los Ángeles, en comparación con los que habitan

en la región mixteca, que comprende los estados de Oaxaca, Guerrero y Puebla, donde sus tradiciones y costumbres han sido menos inalterables.[24]

Bonfil Batalla realizó una investigación en la Tarahumara en Chihuahua. Observa cómo los tarahumaras, originarios de ese lugar y de otros estados como Sonora y Sinaloa, han sufrido cambios en su forma de vida como producto de una inversión multimillonaria en un proyecto de explotación forestal. Se estima que alrededor de 50 a 60 mil indígenas participaron en esta empresa, aunque observa que otro sector continúa con los métodos tradicionales de la tala de bosques, y un pequeño grupo de tarahumaras, los menos pero los que todavía conservan su cultura antigua, viven alejados de la gente en lugares inhóspitos como las zonas áridas y los barrancos, e incluso lo que menos les interesa es tener comunicación con los habitantes "de fuera". Para el antropólogo la globalización tiene su lado positivo cuando se aprovechan los avances tecnológicos en relación a la preservación de las culturas autóctonas. Pone como ejemplo a los mixes que son los pobladores de la sierra Mixe de Ayutla, en el estado de Guerrero, que han sabido utilizar las ventajas de la computadora para su propio beneficio, ya que la han usado para recabar una gran información sobre estudios etnobotánicos y de tradición oral (Bonfil Batalla, 1991: 80-83).

Una situación parecida es la de los zapatistas, ya que el conflicto que enfrentan con el Gobierno desde sus inicios en 1994, ha sido conocido en el mundo por el uso del Internet, y mediante el cual le recordaron a los mexicanos el derecho de usar la crítica. De igual relevancia que en los casos anteriores, el TLC entre México, Canadá y los Estados Unidos, surgido en la década de los noventa, ha tenido efectos en lo espacial y regional al interior del país. En la capital hidrocálida, encontramos una situación semejante a la antes descrita, ya que la peculiar estructura urbana de la ciudad de Aguascalientes, planeada en tres anillos de circunvalación -el último sin concluir todavía-, junto a una infraestructura urbana de aceptable calidad y su situación geográfica privilegiada, ofrecen una mayor fluidez de mercancías y capitales, ya que se encuentra en el corredor del libre comercio. Durante muchos años, desde fines del siglo XIX hasta mediados del siglo pasado, el Estado de Aguascalientes jugó un papel fundamental en el desarrollo del

[24] Muchas de las familias mixtecas, al igual que en otras partes del país, sobreviven por los dólares que les mandan sus paisanos que trabajan al otro lado del Río Grande, que se calcula en cerca de la mitad de todos los que habitan la nación (Pérez U., 2002: 46).

comercio, ya que por su excelente ubicación geográfica en el centro del país, fue un punto neurálgico durante mucho tiempo en el panorama nacional por la llegada de los ferrocarriles, que movilizaron a los viajeros que iban hacia el norte, o que viajaban al sur o al occidente de la República.

Otras observaciones sobre Aguascalientes nos permiten darnos cuenta, que al interior del Estado también se están reestructurando las regiones y municipios por el impacto globalizador, debido en gran medida a la significativa cantidad de empresas -nacionales y extranjeras- que están invirtiendo sus capitales. En este juego mundial de la globalización, en el que las fronteras nacionales están siendo borradas por la geografía y las actividades económicas se distribuyen en casi todos los países del mundo, habrá por tanto ciudades *ganadoras* y *perdedoras*, según sean los intereses del gran capital. La ciudad de Aguascalientes ha sido beneficiada por las inversiones foráneas -al igual que las ciudades fronterizas y del Bajío-, pero cuando nos percatamos de los problemas urbanos, económicos y sociales que existen en las zonas marginadas, nos damos cuenta de que son resultado de políticas aplicadas a la creación de viviendas, en nada tienen que ver con el bienestar social de la gente, y mucho menos con otro tipo de intereses. En Aguascalientes, aún y con su obra modernizadora, también tiene un lado obscuro que es necesario develar.

Un caso ejemplar en nuestra capital-estado, que desde 1993 a la fecha concentró la mayoría de las 226 inversiones empresariales que generaron 39, 600 empleos (*Hidrocálido*, 12/01/1998; 4 A), razón por lo que se estima que en ella se encuentra viviendo el 70% de la población, mientras que municipios como Tepezalá o Cosío, prácticamente se encuentran en la pobreza y el abandono, o de plano se les ha querido convertir en un basurero tóxico nacional, como es el caso del recién creado municipio de El Llano (*Hidrocálido*, 12/12/1998: 7A). Los ejemplos anteriores nos ilustran y hacen reflexionar sobre el momento en que vivimos, por lo que es importante hacer alusión a lo dicho por Bonfil Batalla, en el sentido de que el antropólogo tiene un gran compromiso con la humanidad, al dar testimonio de las diversas culturas que aún existen y que es de interés estudiarlas:

> *Yo diría que aquí lo que se nos plantea es una antropología testimonial de urgencia. Es decir, la necesidad de recoger no sólo nuestra visión, la visión de los*

antropólogos sobre esas sociedades, sino de poner un poco la antropología al servicio de los propios portadores de estas culturas, para que con auxilio de los antropólogos puedan, al menos, dejar un testimonio de lo que han sido las culturas, hasta el momento presente (Bonfil Batalla, 1991: 79-80).

La globalización no es un capítulo novedoso en la historia humana, pues incluso Carlos Marx ya habla de este fenómeno a mediados del siglo XIX en *El manifiesto del partido comunista,* como resultado del desarrollo del capitalismo mercantil europeo; por su papel actual, es importante releer sus obras, enc uanto que sus ideas son pauta obligada para entender la actualidad. *"Las mercancías en general imprimieron al comercio, a la navegación y a la industria un impulso hasta entonces desconocido y aceleraron el elemento revolucionario de la sociedad feudal"* (Marx, 1990: 28). No estamos frente a un suceso inesperado o desconocido; pero sí de dimensiones más amplias y complejas, ya que nunca como ahora el mundo ha estado tan interrelacionado, y mucho ha contribuido en ello el sorprendente desarrollo de los medios de comunicación y su impacto que tienen en la dimensión cultural.

Por mencionar unos ejemplos, la *Coca-Cola* es una bebida que ha llegado a todos los rincones del mundo, e incluso cuando aún existía la barrera económica y política entre Occidente y Oriente, en la Rusia socialista, principalmente en las grandes ciudades como Moscú o la otrora ciudad de Leningrado (hoy San Petersburgo), la población tenía acceso a ciertos productos de origen occidental como la *Pepsi Cola* y la *Fanta*, e incluso un sector de la sociedad, sobre todo los jóvenes, podían conseguir artículos extranjeros como las medias, lápices labiales, pantalones vaqueros y zapatos-tenis de marca, aunque fuese en el mercado negro.[25] García Canclini menciona que: *"Los nuevos flujos comunicacionales e informatizados engendraron procesos globales en tanto se asociaron a fuertes concentraciones de capitales industriales y financieros"* (1999: 46). Lo que resulta un tanto paradójico, es que en la misma medida en que se "borran" las actuales fronteras geográficas, a la vez se resisten y acrecientan los viejos regionalismos o nacionalismos, sobre todo en algunos países europeos con un gran porcentaje de inmigrantes, muchos de los cuales últimamente provienen de los países de Europa del Este, de Rusia y de las

[25] **Un fenómeno importante de la globalización cultural es la *americanización* de la cultura, o sea "el gusto por todo lo americano", que es una combinación de varios elementos, unos propios y otros de procedencia extranjera. Opina J. N. Pieterse " (la americanización) Es una cultura que combina elementos de otras muchas y esta densidad cultural es causa de atracción subliminal que ejercen los medios populares, la música, la televisión y el cine americanos". Pieterse, J. N. (1996) "Globalization and culture: three paradigms", en *Economic and Political Weekly*, Vol. 31, No. 23, pp. 1389-1393.**

ex-repúblicas occidentales. Es importante tener en cuenta también el caso del resurgimiento de los movimientos neonazis en algunos países europeos, como Francia o Alemania, y la misma Suiza, donde ya existe un partido con una tendencia ideológica ultraderecha que llegó al poder. García Canclini argumenta que: *"Para decirlo más claro, lo que suele llamarse globalización, se presenta como un conjunto de procesos de homogeinización y a la vez de fraccionamiento articulado del mundo"* (1999: 27).

Ante esta situación mundial, es de suponerse que también se generen tendencias nuevas globalizadoras en las culturas, ya que están adquiriendo características muy específicas; lo cual pone en tela de juicio la posibilidad de que en un futuro no muy lejano *la cultura global* destruya la heterogeneidad cultural existente dentro de los países y convierta al mundo en una *nación de consumidores*. Desde luego, que este planteamiento se vislumbra muy remoto, o de plano imposible de que llegue a cristalizar algún día por la raigambre cultural de los hidrocálidos; está el ejemplo de diversas cadenas de tiendas de ropa de vestir para caballero que han cerrado por falta de clientela, que algunas franquicias transnacionales de comida rápida no han tenido el éxito deseado como en otras ciudades del país. Para Hannerz y Monsiváis no existe la cultura global unificada, sino culturas globales en plural. Así, para este último, cuando se mezclan lo internacional y lo local, podemos hablar "peruanización" o "mexicanización". (Rosas Mantecón, 1992: 91).

Hoy en día, la cultura está sufriendo profundos altibajos debido a varios fenómenos mundiales, como son: los grandes flujos "nómadas" que se llevan a efecto en puntos diversos del planeta, el surgimiento de ciudades globales como Nueva York, Londres y Tokio, que rigen el destino financiero del mundo, y como resultado del gran avance de los medios masivos de comunicación e informáticos, la aparición de productos de cultura mundial, como son las telenovelas venezolanas, brasileñas y mexicanas, que produce el consorcio Televisa, las películas de Hollywood y las grandes transnacionales como Mc Donald´s, Malboro y Coca-Cola, que han perdido su carácter nacional para penetrar hasta los rincones más apartados del orbe, e imponer pautas culturales con el objetivo de alterar habitos de consumo en la gente. Según García Canclini (siguiendo los pasos de Borja y Castells), una ciudad global contendría los siguientes aspectos: en primer lugar, un fuerte dominio de las empresas trasnacionales; en segundo, la

población es multicultural; en tercero, importante concentración de élites artísticas y científicas y, por último, el turismo es local e internacional (García Canclini, 2000: 167). Ortiz por su parte señala que:

> *Cuando nos asomamos a la realidad, nos sorprendemos la rapidez con que marcha el proceso de desterritorialización. Mc Donald's, Coca-Cola [...], pantalones Jeans, son productos consumidos por todos. En las calles de Nueva York o París, en la zona franca de Manaos, en los puntos más alejados de Asia o de América Latina, nos encontramos con marcas familiares* (1994: 174).

El consumo de la cultura

Por consumo se entiende el empleo sistemático de mercancías y servicios para satisfacer las necesidades de los hombres; el comprar un auto para uso personal, el comer un producto alimenticio como leche, pan o carne, el comprar un suéter para cubrirnos del frío o unos lentes para protegernos de los rayos solares, una asesoría jurídica, la preocupación por cuidar el medio ambiente o el pago de una renta de vivienda, son algunos ejemplos de distintos asuntos vinculados al consumo. A partir de las últimas décadas, en diversas sociedades, los individuos se han preocupado por consumir otro tipo de artículos como son aquellos que sirven para mejorar la salud o prevenir enfermedades, para lograr una buena condición física y cuidados personales -bajar de peso- mediante la compra de productos de belleza. Sin embargo, la esfera del consumo no es un espacio "neutro", *"...el consumo es un sitio donde los conflictos de clase, originados por la desigual participación de la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes"* (Castells, 1974: 60).[26] Piñuela Raigada señala que:

> *Se considera **bienes y servicios de consumo** aquellos en cuya contratación comercial exige que sean **bienes acabados**, por consiguiente se diferencian de todos aquellos productos sociales considerados como **bienes de transformación**; el criterio mediante el cual se distinguen los bienes acabados de los bienes de transformación, es el destino a que se someten unos y otros en el marco de la actividad económica; [...] el destino a que se someten los **bienes de consumo**, queda*

[26] Se están creando nuevos hábitos de consumo, que tienen por finalidad aspirar a mejorar la salud por medio de la práctica del cuidado de la higiene, que en muchos casos resulta obsesiva. Desde la década de los setenta, es común el florecimiento de tiendas naturistas, de los llamados nutricentros y de gimnasios para bajar de peso, que pululan en varias partes de la ciudad, sobre todo en los centros comerciales y el centro histórico, sin contar la cantidad de productos que se anuncian a diario por la televisión. La televisión trae el culto al cuerpo -lo que nos recuerda a los griegos en las grandes metrópolis mexicanas, y en menor medida en las ciudades de rango medio como la nuestra, no están ajenas a este tipo de influencias.

excluida la posibilidad de transformarlos para obtener de ellos nuevas mercancías (1987: 44).

En el mismo tenor, expresa su opinión del consumo Ramón García Pelayo y Gross:

> *(El consumo) es el empleo consuntivo de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. Ejemplo: Bienes de consumo, cooperativas de consumo, etc. /Bienes de consumo: Gasto que se hace de los productos naturales o industriales. /Sociedad de consumo: Nombre dado a las sociedades de los países industrializados en las cuales, al considerarse satisfechas las necesidades básicas de la mayoría de la población, se orienta la producción a la fabricación y a la venta de artículos superfluos* (1984: 200).

Es pertinente observar que cada nación está regida por una realidad social, por lo que los patrones de consumo que rigen son diferentes en cada una de ellas, e incluso en un mundo en donde las economías se han integrado como resultado del proceso de globalización; el dinero, paradójicamente, al igual que cualquier otro producto material, como los que acabamos de enunciar, se convierte en una mercancía global, porque lo que actualmente produce más rentabilidad económica en el mundo es la especulación financiera. En esta situación, juegan un primer papel los grandes organismos supranacionales como la Organización Mundial del Comercio, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, que son los que tienen mayor influencia en el mundo, en comparación con la producción de bienes manufacturados.

Un especulador de la Bolsa puede ganar millones de dólares con sólo cambiar sus capitales de un país a otro, mientras que un grupo de empresarios extranjeros corren el riesgo de que su firma, instalada en un determinado país, se clausure debido a convulsiones sociales u otro tipo de accidentes fortuitos, lo que ocasionará pérdidas en sus ganancias. Como resultado de la apertura comercial, se están creando nuevas costumbres en los hábitos del consumo, debido a la enorme cantidad de productos que ofrece el mercado, muchos de los cuales eran desconocidos por millones de personas en el planeta. En el continente latinoamericano, el Tratado del MERCOSUR y el TLC están acelerando este proceso, de tal forma que se está generando un nuevo tipo de consumidor al que se le podría agregar el calificativo de "posmoderno". Aunque es importante destacar que no es indispensable presentar un conjunto de datos estadísticos para explicar que el tratado comercial de México con los otros dos países de norteamericanos: Canadá

y Estados Unidos, lejos de ser la panacea para que nuestro país saliera de la pobreza, la realidad es que ha sucedido todo lo contrario, pues los pobres se han multiplicado y no han superado la miseria en que muchos se encuentran. *"De acuerdo con las estimaciones del Banco Mundial, el número de personas en situación de "pobreza absoluta" que, en su mayor parte, se en cuentran en los países menos avanzados, habría aumentado prácticamente al ritmo que la población mundial, durante la última década del presente milenio"* (Jolly, Rosenthal y Tokman, 1994).

La pasión por adquirir cosas, y más si lo que se compra son marcas comerciales occidentales que simbolizan estatus -la tienda en donde se adquiere un determinado producto denota que el comprador pertenece a cierto nivel social-, se convierte entonces en una compulsión en la poblaciones de los países desarrollados. En Aguascalientes, por ejemplo, comprar un artículo como una loción en el centro comercial *Villasunción*, o tomarse un café en *Sanborns* es sinónimo de prestigio. Se dice, y con mucha razón, que la gente muere en los países pobres por desnutrición debido a la falta de proteínas, mientras que en los países ricos, fallece por exceso de comida que produce enfermedades como el colesterol (Reimer, 1981: 16). La occidentalización que vive el mundo es más intensa que a inicios del siglo XX: Rao ha planteado que:

> *Al igual que desaparecen muchas lenguas locales, se abandonan también modos de vida tradicionales: las comidas rápidas, estilo occidental, sustituyen a los hábitos alimentarios locales; las marcas gigantes (occidentales también, en su mayoría, si se incluye Japón en el grupo de los países occidentales) [...] suplantan a los productos locales; la música pop y las formas de diversión norteamericanas dejan sin trabajo a los artistas locales, cuyas habilidades se pierden. Pero, además de estas convergencias de los gustos, en materia de vestidos música y ocio, se extienden también ciertas subculturas ligadas a la droga, a la delincuencia y a la corrupción* (1998: 41).

El consumo cultural

Es fundamental para los seres humanos, la satisfacción de las necesidades básicas mediante el consumo de bienes y cosas materiales, pero de igual modo, es relevante el significado que manifiestan. Por bienes (materiales) entendemos aquellas mercancías acabadas después de un proceso de elaboración, que puedan ser comercializadas en el mercado, y que al consumirlas, queda vedada la posibilidad de transformarlas en otros objetos. Por tanto, en el consumo finaliza

el ciclo económico de una mercancía. Es en este punto en donde entramos al terreno del consumo cultural, y para ello, García Canclini propone la siguiente definición:

> *El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más de ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tales como suelen explorarse en encuestas de mercado* (1995: 59).

En el consumo cultural en México (1993) García Canclini señala que:

> *Por lo tanto, es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica* (1993: 34).

Las dos definiciones del autor que se han planteado, nos despejan el camino para comprender más a fondo lo que se entiende por el consumo de la cultura. Apoyándonos en ambas, podemos decir que cada vez que escuchamos la música de un cantante favorito en un disco compacto; cuando contemplamos una obra de arte, como por ejemplo la pintura de un paisaje o de una madonna de un pintor universal en un museo, o un poster que compramos de ese mismo cuadro y que contemplamos cuantas veces queramos en una pared de nuestra casa; o cuando disfrutamos una película en un vídeo que hemos rentado o comprado, y que la vemos cuantas veces deseamos, se dice que estamos "consumiendo" un determinado tipo de cultura.

La misma observación se aplica a la gente que acostumbra todos los domingos ir a pasear a un parque o al jardín cercano de su casa. En este caso se está consumiendo el espacio físico de esas áreas naturales, aunque hay que aclarar que no todas las ofertas culturales tienen esta característica. Cada vez que un individuo asiste al cine a ver una película, o a presenciar una obra que se presenta en un teatro, se debe pagar un precio por el boleto comprado. Por tanto, encontramos una diferencia sustancial entre el consumo material y el cultural: en el caso del primero, digamos cuando pagamos por un almuerzo en una fonda, al siguiente día tendremos que desembolsar para consumir otro, mientras que en el segundo caso, podemos ver un vídeo casero o disfrutar las veces que queramos la música de un disco sin volver a tener que gastar.

En las sociedades capitalistas industrializadas, en las que juegan un papel muy importante los medios masivos de comunicación, y en donde se supone que la mayoría de la población ha resuelto sus necesidades básicas, la orientación que se le ha dado a la producción, ha sido la fabricación de productos superfluos, que en nada tienen que ver con las necesidades primarias del hombre; se elaboran no con el fin de que perduren lo más posible, sino por el contrario, que tengan una resistencia lo menos posible para sustituirlo por otro nuevo lo más pronto posible, sea un horno de microondas, una plancha de vapor, una videograbadora o un audio.[27]

En conclusión podemos señalar lo siguiente: desde la década de los noventa, las grandes ciudades mexicanas así como las de tamaño medio, han sufrido cambios notorios, y a ello sin duda alguna han contribuido el atropellado proceso de crecimiento de la mancha urbana, que además de traer el empobrecimiento de las condiciones de vida de los sectores populares, y el deterioro del medio ambiente -no únicamente en las zonas centrales sino también en las periféricas-, también ha surtido efecto en las nuevas formas en que se ha manifestado la cultura, lo cual es de interés particular para el estudio de las ciencias sociales. Así pues, en Aguascalientes, al igual que cualquier ciudad del mundo, los niños, jóvenes y ancianos, tienen -o deberían tener- los espacios urbanos bien delimitados en donde pasar el tiempo de ocio.

Hubo un tiempo en que las culturas se podían concebir independientes unas de otras. Pensamos por ejemplo en la decadencia de las rutas terrestres entre Europa y Asia ocasionada por la navegación, en las culturas de los indios americanos antes de la colonización inglesa, o de los chichimecas antes de la llegada de los españoles; pero en la época en que vivimos, con el pasar de los siglos es impensable creer en ello. En el transcurso de los siglos, el tiempo y el espacio se han achicado con el desarrollo tecnológico, las comunicaciones y las vías de comunicación áerea y terrestres. Ejemplo de ello es que a partir de los ochenta existen otras variantes de estudios antropológicos que se realizan en el contexto urbano y no sólo en el rural.

[27] Es por esta razón que en muchos países del mundo, incluyendo a México, se ha producido una gran variedad de revistas para el consumidor como la inglesa Which, la estadounidense *Consumers reports* y la mexicana *Revista del consumidor*, entre otras más. Por otro lado, existen organizaciones como la *Procuraduría Federal del Consumidor* y el *Instituto Nacional del Consumo en Francia* (*INCF*), que tienen como tarea, aconsejar a la población acerca de la calidad de productos que circulan en el mercado, que en muchas ocasiones tienen bajo nivel de calidad, o se elaboran de tal manera que al fallar se vuelven a comprar; esto ha ocasionado que si se recomienda un producto, las compras suban o bajen según su calidad.

A continuación, y para cerrar este inciso, expondré la definición de consumo cultural de Raúl Nieto, que se complementa con las anteriores, pero que también nos sirve de base y enlace con el tema de los consumos culturales en la ciudad de Aguascalientes. Posteriormente, dedicaremos un apartado de este capítulo a presentar algunos aspectos sociales, históricos y culturales que son propios de la mentalidad y prácticas hidrocálidas, ya que a la sociedad citadina se le cataloga de conservadora como a otras similares del Bajío o del Centro Occidente del país. Es en este contexto, que una de las pretensiones de este trabajo es conocer las semejanzas y diferencias con otras de su mismo rango, pero también con las grandes metrópolis como son Guadalajara, Monterrey y Ciudad de México. Esta es la definición de Nieto Calleja sobre consumo cultural en esta última ciudad:

> *Por consumo cultural estamos designando al conjunto de actividades realizadas de manera casi exclusiva en el tiempo libre de trabajo y/o estudio, y que representan distintas formas de acceso, no sólo a las actividades de alta cultura y formas institucionalizadas -en oferta de las distintas industrias culturales e instituciones estatales dedicadas a tales actividades-, sino a un conjunto de prácticas sociales y formas de socialización voluntarias y electivas que las personas estrablecen en las cuales transcurre una parte significativa de su vida cotidiana. Tal parte la consideramos fundamental en la medida en que muchas veces aparece como la explicación que da sentido a toda la vida; o también aparece reiteradamente como el leit motiv de habitar en una ciudad* (1998: 254).

2.3.- Cultura y sociedad en una ciudad de rango medio.

Remembranza de un Aguascalientes que no volverá

¿Qué es lo que ha ocurrido con el comportamiento de los hidrocálidos desde fines de la década de los setenta hasta hoy en que hemos entrado al siglo XXI? Es crucial que ese periodo lo consideramos como un parteaguas de una ciudad de servicios y agraria, a otra de índole moderna e industrial. Al respecto, nos podemos hacer las dos reflexiones siguientes: ¿cómo ha cambiado la cultura y la vida cotidiana en la ciudad a raíz de los factores anteriores?; y por tanto, ¿cuáles son las ofertas culturales que existían hace cuatro décadas y las que en la actualidad se ofertan a la sociedad hidrocálida? Creemos interesante conocer si esos cambios culturales entre la gente han sido efecto de la urbanización acelerada y el auge industrial; si han sido producto de una alta tasa de inmigrantes provenientes de otros estados del país, que aproximadamente se calcula

cercana a un 25% de la población total que tiene el Estado; y si esto no es así, valdría la pena preguntarse por las causas verdaderas.

Una visión un tanto romántica, aunque real, acerca de la vida cotidiana en el Aguascalientes de hace veinticinco años, nos recuerda algunas vivencias de sus habitantes, como el hecho de que las calles de la ciudad, con excepción de las del centro, eran más bien un lugar de convivencia entre los vecinos, que meras vías de tránsito como lo son ahora. Era un cuadro común observar a las familias sentadas en las aceras platicando afuera de sus casas, mientras que sus hijos jugaban a "la roña". Estas prácticas cotidianas eran posibles, en gran medida, porque no había la gran cantidad de automotores.

Los autos que circulaban por las calles de la ciudad eran pocos, ya que ésta era pequeña, y porque una buena parte de la población era pobre; por eso, las personas se trasladaban de su casa a la escuela o al trabajo en bicicleta si las distancias eran muy cortas. Cierto que todavía vemos a obreros de fábricas y de la construcción trasladarse en este medio, pero su número se ha reducido ante el incremento de automotores. Se añoran en el día las pláticas nocturnas que los jóvenes llamaban "plancha", que sostenían con la novia en las puertas o ventanas de las casas de los padres de ésta, o las sostenidas en la sala ozaguán cuando el novio era bien visto. Lo mismo decimos de los paseos dominicales que los citadinos acostumbraban a realizar alrededor del Jardín de San Marcos o El Parián, durante los que compraban una nieve o tomaban una taza de café o una malteada en las pocas cafeterías que existían en ese histórico centro comercial.

A partir de hace dos o tres décadas, algunas de las familias han preferido como lugar de esparcimiento los grandes centros comerciales, donde pueden comer en algún restaurante o franquicia de comida rápida, mientras que los niños se divierten en los juegos mecánicos, y los adolescentes se toman una taza de capuchino antes de asistir a una función de cine, en alguna de las varias salas de multicinemas ubicadas dentro del área de la plaza comercial. Estos pasatiempos contrastan radicalmente a la manera en que se organizaba el núcleo familiar tres décadas atrás; entonces, la parentela, más numerosa que la de ahora, parecía estar más unida y el uso del tiempo era más flexible y menos "especializado"; consideraban las reuniones familiares

oportunas para la socialización. Aunque la costumbre no ha desaparecido, hoy es menos frecuente que las familias se encuentren a esa hora, como antaño.

Lo mismo puede decirse de los paseos tradicionales. A mediados del siglo XX era común que las familias fueran "de día de campo" a las orillas del Río San Pedro para comer bajo un frondoso árbol, y después pasarse la tarde cantando, bailando, corriendo y haciendo competencias de natación, era uno de los pasatiempos preferidos. Su deleite era gozar la naturaleza, sus abundantes aves y peces, sus aguas cristalinas de lo que sólo han quedado huellas, pues esos lugzares están ocupados fraccionamientos y conjuntos habitacionales que recuerdan aquellos años de tranquilidad: "Los Pirules", así se llamaba el Río San Pedro; "Colinas del Río", "Colonia de las Flores", "Pozo Bravo", "Las Huertas", hoy Colonia Insurgentes-, "La Noria" y el legendario puente "San Ignacio" que fue objeto de leyendas.

Aguascalientes. ¿Un modelo nacional de ciudad media?

A mediados de la década de los setenta -cuando la población del Estado tenía aproximadamente 430,000 habitantes (IX Censo General de Población y Vivienda. Proyecciones); en la siguiente comenzaría la ciudad a alteraciones radicales en los diversos ámbitos sociales y urbanísticos. Es, quizó por este aspecto que sea una de las ciudades intermedias más estudiadas por atropólogos y urbanstas (Aguilar Díaz y Bassols Ricárdez, 2001: 149). La mayroría de los investigadores coinciden en que ha sido consecuencia del auge industrial gestado en el Estado desde fines de los setenta, y producto del establecimiento de industrias de capital nacional y extranjero. Los fenómenos más destacados en los últimos son un desbordado crecimiento urbano y los cambios sociales y culturales en sus habitantes, que se calcula ser 75 por ciento del total que habitan en el Estado.

En este tenor, coincido con el sociólogo Louis Wirth (1897-1952), en el sentido de que la caracterización (no es el crecimiento sino la caracterización) de una ciudad radica en el crecimiento, aspectos políticos, sociales, económicos y culturales, a cula más importantes porque de ellos se derivan los tres factores que nos ayudan a comprender la ciudad como un proceso de urbanización y como modo de vida: el tamaño, la densidad de población y la heterogeneidad social. En su obra *El urbanismo como modo de vida* que escribió en 1938 opina lo siguiente:

El urbanismo se enfoca: 1. Como estructura física que abarca una base de población, una tecnología y un orden ecológico; 2. como sistema de organización social que abarca una característica estructura social, una serie de instituciones sociales y una pauta típica de relaciones sociales; y 3. como conjunto de actitudes e ideas y constelación de personalidades que participan en formas típicas de comportamiento colectivo (Wirth, 1985: 66).

Son significativas las nuevas experiencias que se están generando en el ámbito de lo laboral. Al respecto, algunos estudiosos del desarrollo en la Entidad coinciden en que las grandes industrias, en particular las transnacionales, se han instalado en la localidad debido a la aparente "tranquilidad social" que tradicionalmente ha reinado en el Estado. La falta de beligerancia de la clase obrera puede deberse al dominio total del corporativismo sindical, y a que los grupos de poder económico que han propugnado porque no se de luchas obreras, que en comparación con las de sus similares de otros estados del país se cuentan en cero.

Un ejemplo del dominio del corporativismo sindical es lo confesado por los Trabajadores Ferrocarrileros de la República Mexicana en manifiesto desplegado el 11 de marzo del 2001 en apoyo al Gobernador de la Entidad *"...por sus logros en beneficio de la sociedad de Aguascalientes, así como por su "trabajo sin límites"*. En el mismo texto defendían al Ejecutivo estatal de las *"críticas sin fundamento patrocinadas por los que en un tiempo comieron de la mano del Gobernador"*. (Valadez, 2001: 17). Al respecto, A. Moreno Mata afirma:

Uno de los factores que explican el éxito [...] de la modernización económico-industrial de Aguascalientes lo constituye la hegemonía política mantenida en la entidad durante las últimas tres décadas. Esto se ha apoyado fundamentalmente en un férreo control de las estructuras corporativas y de los sindicatos obreros de la localidad, que han redundado en la existencia de ciertas ventajas comparativas, escasa conflictividad laboral, bajos salarios y un "clima político estable" que favorecen la instalación de industrias (Moreno Mata, 1993: 22).

Asienta más de un analista, que el desarrollo económico en el Estado no hubiera sido posible sin el apoyo de los sindicatos locales, la mayor parte afiliados a la CTM, que han brindado a las empresas locales en mano de obra barata. Debido a éto y a su pujante desarrollo, se considera a la ciudad de Aguascalientes como una de las cinco ciudades de rango medio más sobresalientes en lo económico y social, al grado de que la han clasificado entre las primeras del país en lo que

se refiere a bienestar social. León Bendesky y Víctor Godínez Zúñiga, ejecutivos del Sistema de Información Regional de México destacaron:

> *Aguascalientes se ubica como líder nacional en materia de crecimiento económico, como consecuencia del alto dinamismo de su estructura social, comercial y empresarial y a la creciente economía [...], cuya indudable fortaleza le coloca como una de las entidades más industrializadas del país y con el mayor crecimiento de su Producto Interno Bruto (PIB), el cual se ubica en el 5.9 por ciento cuando la media nacional se ubica en el 4.7 por ciento* (*Crisol*, 47: 2000).

En este contexto, en julio del 2001, se publicó en el periódico *Reforma* de la ciudad de México, un estudio sobre a la calidad de vida en las ciudades principales del país, otorgándole el primer lugar a la ciudad de Aguascalientes. Para entender este fenómeno, es oportuno echar una mirada al contexto internacional, en particular al llamado nuevo orden mundial -léase reestructuración del sistema capitalista financiero e industrial-, ya que éste es, en última instancia, el ámbito en el cual se originan los cambios endógenos en las ciudades. Como se recordará, la segunda mitad de la década de 1980, y toda la siguiente, se pueden caracterizar como uno de los períodos de mayor trascendencia del siglo XX, ya que el mundo se transformó en otro, una vez que el sistema capitalista entró en una fase global, después de haber pasado por una etapa internacional, al cobrar mayor influencia los grandes organismos financieros como el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en las economías de los países "emergentes". En este contexto, las ciudades de hoy se transforman en gran medida por una combinación de factores exógenos e internos de la sociedad local. Clara muestra de esto es la instalación de las importantes transnacionales ya mencionadas: su establecimiento no hubiera sido posible, de no contar con el consentimiento de las élites políticas y empresariales estatales.

El sentido de pertenencia a los barrios tradicionales

Las formas de vida y tradiciones en los habitantes de la ciudad no han permanecido estáticas, sino que al igual que lo económico, urbano y socio-político, han sufrido grandes alteraciones de raíz. Antes, en la década de los setenta, por ejemplo, en barrios con mucha tradición e historia como el de Guadalupe o la colonia Fátima, compuesto por muchas personas originarias de Los Altos de Jalisco, mostraban una huella cultural y económica muy propia a ese lugar, por su

mentalidad triunfalista, por su vida frugal y ahorrativa, pero sobre todo por su catolicismo arraigado, común en esa región limítrofe con el estado de Aguascalientes; lo cual le ha recordado a algunos investigadores la vida piadosa de los calvinistas, que estimuló el inicio del desarrollo del capitalismo en Europa central, y que describe Max Weber en su monumental obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (1930). Para Weber, ética protestante y espíritu del capitalismo, son dos categorías a las que llama tipos ideales, que se desprenden de todo un proceso histórico que es el siguiente: *"teoría calvinista profesionalismo ascético-secularización (consecuencia inesperada)-profesionalismo laico-espíritu del capitalismo"* (Bravo, 1980: 96). El antropólogo Guillermo de la Peña opina lo siguiente sobre la Región de Los Altos de Jalisco, cuando observa la relación que existe entre las prácticas protestantes y la mentalidad de los alteños; inclusive, emplea el concepto *ethos* de Weber:

> *La iglesia católica reforzaba el ethos de esta sociedad ranchera: un ethos de la vida frugal y esforzada, respetuosa de la autoridad, profundamente religiosa. Las organizaciones piadosas proporcionaban una estructura corporativa y jerárquica. La ideología religiosa y ritual cotidiano imbuían de significado a una existencia de escasas recompensas materiales* (De la Peña, 1981:42-43).

Pero no solo podemos observar reproducciones de la cultura alteña en zonas específicas de la ciudad, sino también en municipios como Calvillo, en donde sus habitantes se identifican en gran medida social y culturalmente con la región de "Los Altos", al grado que decenas de calvillenses tuvieron una participación muy importante en la *Guerra Cristera*. Otro ejemplo es la Colonia Ferronales, que en un tiempo se conoció como "La casa de los gringos".

El anterior asentamiento, al igual que el Barrio de Guadalupe, por las características peculiares de sus habitantes, se hizo de una *personalidad original,* que se manifiesta no solamente en lo socio espacial, sino también en lo simbólico. En el mismo tenor, se puede hablar sobre el *Barrio de Triana*, ubicado en pleno centro urbano, que se encuentra solamente dividido por otro barrio tradicional, que es el de *La Salud* ubicado en la avenida Paseo de la Cruz. En efecto, en este barrio que, como su nombre lo indica fue fundado por andaluces, se respira un aire fresco, en comparación al del resto de la ciudad, sea esto por su bello *Jardín de la Paz*, por sus antiguas casonas, y sobre todo por su *Cristo Negro* que es muy venerado por los habitantes que viven en

ese lugar; muchos de ellos también llegados de Los Altos de Jalisco, como resultado del movimiento cristero en la primera mitad del siglo XX.

Un acercamiento a los nuevos hábitos culturales

Como ya decíamos, los hidrocálidos, en particular los jóvenes, acostumbraban pasear los domingos dando vueltas por la Plaza de Armas, en El Parián, donde el atractivo era ir a alguna de las dos neverías, o el Jardín San Marcos, localizados en el centro de la ciudad, con el fin de buscar novia o novio. Las familias eventualmente asistían a una función de cine en alguna de las pocas salas que había en la ciudad. Ahora, niños, adolescentes y familias en general, se pasan horas diariamente de descanso en los centros comerciales, comen en vistosos locales, compran una prenda o producto de su interés, o simplemente contemplan la diversidad de artículos que se exhiben en los lujosos aparadores de los almacenes, mientras sus hijos se entretienen en los juegos mecánicos y otras atracciones. Se han generalizado nuevas prácticas de consumo que como señala Daniel Millar son algo semejante a un ritual (Miller, 1999: 26-27). Rosana Reguillo ejemplifica lo anterior haciendo el comentario siguiente:

> *Los centros comerciales, por ejemplo, lejos de ser "no lugares" según los ha caracterizado Marc Augé [...], se constituyen en espacios de interacción, socialización y múltiples intercambios para los jóvenes y ante el incremento de la inseguridad y de los miedos urbanos, parecen constituirse en el "último reducto" seguro para ciertas clases sociales y para ciertos actores urbanos definidos por la edad y el género. La ciudad se restringe a la plaza y la experiencia urbana se achica. Hay ahí elementos importantes de reflexión* (Reguillo Cruz, 1998: 51).

En relación a esta cita, viene a mi memoria aquellos días de gloria en esta capital-estatal, cuando en los inicios de la década de 1910 se construyó la estación de los ferrocarriles, experiencia que generó una serie de interacciones sociales novedosas, como producto del contacto de múltiples sujetos sociales: viajeros locales y foráneos, obreros del riel, usuarios, vendedores ambulantes, trabajadores de la estación y población en general. Al igual que las familias, ya no acostumbran a realizar los paseos dominicales, tan valorados hace un par de décadas; la Plaza de la Patria ha dejado de ser el principal lugar de esparcimiento, debido al surgimiento de otras zonas de concentración humana en la periferia, o entre ésta y el centro.

Aguascalientes, como otras ciudades, ha perdido su centralidad única; ha provocado la creación de varios centros en la periferia. Por otro lado, la ciudad-capital está sufriendo la transición de este fenómeno urbano, ya por la presencia de grandes cadenas comerciales de capital extranjero y nacional como *Villa Asunción*, *Soriana*, *Wall-Mart*, *El Dorado* y *Price Club*, como por las franquicias de comida, zonas industriales y una significativa cantidad de grandes complejos habitacionales como Pilar Blanco, Ciudad Satélite Morelos, Ojocaliente y la Ciudad Jesús Terán Peredo, por mencionar solamente algunos de los más conocidos. Éstos tres últimos se encuentran localizados conjuntamente al oriente de la capital, y se calcula que su población es la misma que la que tuvo la capital del Estado a principios del siglo XX.

Cabe hacer mención, que debido al crecimiento de la mancha urbana en la capital -que entre 1980 y 1998 se incrementó en 5,095.27 hectáreas (Sedeso, 1998)-, han proliferado como hongos los asentamientos irregulares. Entre 1986 y 1991 se generó el 27% de los asentamientos irregulares que existen actualmente, y entre 1992 y 1998 se desarrolló el 73 restante. Hasta mediados de 1998 existían 42 colonias sin municipalizar de las 280 que tenía el municipio de Aguascalientes en total (*El Sol del Centro*, 7/06/1998: 11). Como resultado de estos cambios en la estructura de la ciudad, y del contacto entre los habitantes nativos con los migrantes que han provenido de otros estados del país, comenzaron a generarse nuevos comportamientos socioculturales, que son muy diferentes al citadino de los setentas.

Es evidente la relación que existe entre el crecimiento de la ciudad y el surgimiento de nuevos actores sociales, que revisten características culturales muy específicas; en este contexto, podemos encontrar casos que nos hablan de una transición cultural en la ciudad. Tal es el caso de la familia que cada vez está perdiendo su identidad como comunidad patriarcal por factores como el trabajo femenino que dota a las mujeres de cierta independencia económica y ha obligado a modificar los roles masculinos; por ejemplo, una mayor participación de los esposos en la crianza de sus hijos. Álvaro Rodríguez Durán, miembro del Instituto Mexicano de Estudios Sociales, destaca la existencia en Aguascalientes cuatro tipos de familias: nuclear, extensa, semi extensa y seminuclear. Esta última, está constituida por un sólo progenitor, que por lo regular es una mujer soltera, viuda, divorciada con hijos, es la está proliferando en la ciudad y el estado de Aguascalientes (*El Sol del Centro*, 2003: 5/A).

Debido a la urbanización tan intensa en la ciudad, en los barrios tradicionales como el de Guadalupe, El Encino-Triana y la Colonia Ferronales, la calle está dejando de ser el lugar de encuentro y comunicación entre los vecinos, donde las personas de mayor edad pasen largo tiempo conversando sentados, en sus sillas de madera en los pórticos de sus casas, mientras sus hijos podían jugar a "pares y nones" y a "los encantados", o de plano tomaban como cancha deportiva las calles, porque ahora se han convertido en uso exclusivo del automovil. El entretenimiento de tres décadas y media, tenía mucho que ver con los lazos familiares, que eran más estrechos. Antes de 1980, los citadinos respiraban un aire de tranquilidad provinciana, la indigencia no era tan crónica como ahora; ahora un 10% de la población estatal se debate en la pobreza extrema (*Hidrocálido*, 12/01/1998: 4/A), aunque buena cantidad de este porcentaje pertenece a inmigrantes. En resumen, era fácil en Aguascalientes que en épocas anteriores las relaciones entre los individuos fueran más directas, porque estaba más integrada la familia y porque las distancias físicas no eran tan grandes como ahora. A partir de los ochenta, y hasta hoy en día, la industrialización y proliferación de nuevos centros de consumo ha cambiado profundamente las añejas costumbres y tradiciones: han sido barridas por los vientos de cambio.

Es preciso conocer, entonces, el modo de vida de los hidrocálidos, cómo se están transformando sus hábitos, cuál es su actitud hacia las prácticas religiosas como organizadoras de su vida cotidiana, qué actividades realizan algunos sectores sociales, como el de los obreros en el tiempo libre fuera del trabajo: si se quedan en casa para descansar a ver televisión con la familia, o se reunen con amigos para pasar el tiempo. También es importante tratar de conocer el tipo relación que manejan durante el entretenimiento y los media que prefieren para distrarese: cómicos o deportivos, telenovelas o noticieros, programas científicos o culturales; y si la renta de películas se orienta a temas eróticos, policiacos o de esparcimiento simple. No debemos eludir conocer las actividades a las que se dedican las familias los fines de semana o los días festivos, partiendo de la idea de que para un importante sector de la sociedad han dejado de ser prioritarios en su práctica cotidiana los ejercicios religiosos.

Dentro de este panorama, se debe considerar que el citadino de hoy es más fiestero que el de hace 25 años. Se dice a menudo de la ciudad de Aguascalientes, que es una de las ciudades de

rango medio mexicana que mejor se han planificado; pero esta eficiencia urbanística puede contrastar con una cierta pobreza en cuanto a actividades o su escaso patrimonio monumental, tal vez por la ausencia de población indígena originaria y la austeridad de la vida colonial. Sin embargo, no por ello la ciudad ha descuidado la valoración de su propio patrimonio o la importancia de las fiestas tradicionales. Aguascalientes se ha esforzado por producir patrimonios, tradiciones, y no cesa de buscar nuevas formas de expresión cultural.

SEGUNDA PARTE
LAS TENSIONES ENTRE TRADICIÓN Y MODERNIDAD

Capítulo III.- Comercio en la sociedad hidrocálida.

3.1.- Prácticas sociales en los centros comerciales.

Bosquejo histórico de los centros comerciales

El surgimiento de los centros comerciales ha originado cambios radicales en la estructura urbana de las ciudades. Este fenómeno se ha detectado también en Aguascalientes, ya que al instalarse en zonas residenciales, sus habitantes han optado por dejar de ir al centro para abastecerse de las mercancías que requieren, entretenerse o simplemente para cumplir con el pago de un servicio, ya que en las plazas comerciales se ubican diversos locales que están a disposición de los usuarios para el pago de los recibos del teléfono, la luz, el agua y el predial, entre otros. Esta situación se presenta también en las zonas populosas enclavadas al oriente de la capital, en donde se han instalado grandes cadenas de almacenes, con la finalidad de satisfacer las necesidades materiales de las personas de escasos recursos y no tengan que trasladarse al centro de la ciudad, lo cual requiere pérdida de tiempo si viajan en autobús, o de dinero si prefieren tomar un taxi. Es por ello, que en el centro histórico de la ciudad, en particular la *Plaza Patria*, *El Parián*, el *Jardín de San Marcos* y el mercado *Terán*, están dejando de ser los sitios más atractivos, que por tradición frecuentaban los citadinos.

Encontramos el origen de los centros comerciales en la ciudad de París, pues fue allí donde por vez primera se construyó un pasaje peatonal, el cual fue aprovechado por los comerciantes para instalar sus puestos y ofrecer sus productos a los transeúntes. Pero no fue sino hasta finales de la Segunda Guerra Mundial, cuando los centros comerciales tuvieron una evolución significativa en las ciudades norteamericanas; fue tal su proliferación, que para fines de la década de 1980 existían en Estados Unidos 30, 600 (Schiller citado por Silva, 1994: 41). Los centros de consumo tienen, en América Latina, semejanza con los *shopping mall* estadounidenses y los *shopping centeres* europeos, aunque difieren de los primeros en que son más modestos; y de los segundos,

porque son de dimensiones mayores y porque contienen una gama más variada de comercios y servicios.

Fue en la década de los cincuenta cuando tuvieron origen en Latinoamerica las tiendas de autoservicio, siendo en la década siguiente y la primera mitad de los setenta en que aparecen en algunas de las principales ciudades de este Contunente. Es el caso de Sao Paulo, Brasil (1966); la Ciudad de México (1969); Caracas, Venezuela (1972) y Bogotá, Colombia (1974). En la década de 1980 aparecen en las capitales de otros países como Buenos Aires, Argentina; Montevideo, Uruguay y Santiago de Chile (Gormsen, E. y R. Klein-Lupke: 1-2).

En nuestro país, el primer centro comercial de grades características fue *Plaza Universidad*, que fue inagurado en 1969 en la ciudad de México. Dos años después, se crea *Plaza Satélite*, que ocupa casi el doble de superficie que el anterior con 74, 000 metros cuadrados. En el transcurso de la década de 1980, *Perisur* fue la plaza comercial más importante del Distrito Federal con 150 establecimientos y grandes almacenes departamentales (Ramírez Kuri, 1993: 43-44 y 116-118). Es en esta década que se expanden vertiginosamente en las ciudades medias y principales del país los llamados *templos del consumo,* debido al aumento demográfico y al flujo constante de la emigración; mencinamos como ejemplo Plaza Fiesta San Agustín, en Monterrey, Plaza del Sol y Plaza Patria, en Guadalajara. La estructura urbana de las ciudades medias se ha transformado con el surgimiento de los complejos comerciales; ejemplo son *Plaza Dorada,* en Mérida, *Plaza Fiesta,* en Tijuana y *Villasunción* en Aguascalientes. Es a partir de la década de los noventa, hasta la fecha, cuando asistimos al nacimiento de un nuevo concepto de plaza comercial en la capital del país, en donde juega un papel primordial el diseño basado en la hiperrealidad, como Disneylandia, que consiste en combinar elementos de la naturaleza y de lo arquitectónico: la simulación de nubes en el techo de los almacenes un almacén y locales, que se asemejan a selvas con animales salvajes (López Levi, 103).

Características de los centros comerciales en Aguascalientes

Considero importante hacer mención de algunos de los almacenes y tiendas de comercio de capital local, que por muchos años fueron los de más prestigio en la ciudad; pero debido a la invasión de los grandes consorcios comerciales, de capitales foráneos y nacionales, algunos han

desaparecido, y los que quedan apenas cuenta con con el mismo potencial económico que antaño. Es el caso de *Muebles Colonial,La Casa de Vidrio*, *El Cisne* y *El Remate*; todas ellas actuaron en un tiempo en que todavía era redituable la producción y comercialización de los productos del campo, como la industria vitivinícola, el durazno y la guayaba, verdaderos símbolos de modernidad en una pequeña ciudad donde aún se respiraba un aire provinciano.

De igual importancia que las anteriores, aunque de mayor antigüedad, es el centro comercial *El Parián*, que ha sido remodelado más de una vez a través del tiempo; en la actualidad consta de una planta alta, una baja y un sótano; lo conforman 93 recintos, que ofertan una gran diversidad de mercancías y servicios. Lo mismo puede encontrar el cliente un local de intercambio de divisas, que una tienda de jugos; una zapatería, que una librería; un local de ropa, que una tienda de tarjetas postales o un local especializado en curiosidades de Asia. Esta plaza comercial es también importante desde una perspectiva histórica, ya que fue el lugar donde se instaló por primera vez la feria comercial, que más tarde dio origen a la actual Feria de San Marcos. El visitante o turista, puede contemplar una serie de fotografías de este edificio tomadas en diversos años, junto a una placa alusiva a este complejo que se encuentra en el último piso del edificio.

Cuando comienza la industrialización acelerada en el Estado, debido a que el campo hidrocálido ya no daba para más, al extremo que "el maíz se cultiva al precio de oro" según expresión del Gobernador Rodolfo Landeros Gallegos, se empezó a poner en marcha un proyecto diferente basado en el desarrollo fabril era la punta de lanza de su campaña. Ignacio Ruelas Olvera recuerda este episodio: *Una de las mayores aspiraciones es promover la más viva y estrecha solidaridad en todos los habitantes de esta tierra en una gran empresa: transformar a Aguascalientes en un Estado moderno, con una economía predominantemente industrial* (Ruelas Olvera, 2001: 8).

Como resultado de este proyecto, se fueron instalando en la capital estatal grandes cadenas comerciales de capital internacional; es el caso de *Wall-Mart,* en la actualidad la transnacional que más beneficios económicos ha redituado a nivel mundial; *Soriana*, que pertenece a una cadena de tiendas surgidas en La Laguna; *Costco* y *Price Club* de capitales norteamericanos; *Suburbia*, que últimamente ha sido absorbida por el consorcio *Wall-Mar,t* al igual que *Sam's*

Club; *Gigante* y *Bodegas Aurrerá,* entre otras más. El almacén comercial *Ley,* del que son propietarios los señores Juan Manuel y Álvaro Ley, mexicanos de ascendencia china, originarios de Culiacán, Sinaloa, y que desde esa ciudad y en otras dentro del mismo estado como Mazatlán, y algunas ciudades circunvecinas como Guaymas y Puerto Vallarta, Jalisco, han logrado expander por varias partes del territorio nacional sus mercancías, destinadas sobre todo a los sectores populares de bajos recursos económicos; incluso la zona urbana de la ciudad de Aguascalientes donde está ubicada esta tienda, se caracteriza por ser un complejo masivo de viviendas populares.

A excepción del centro comercial *El Parián*, que tiene una historia más antigua; la *Comercial Mexicana* que surgió a fines de los sesenta, fue uno de las primeros establecimientos comerciales -en la actualidad existen tres tiendas en la ciudad, la última de las cuales comenzó a ofrecer sus servicios hace poco tiempo, y es la única que está situada en una zona de viviendas populosas y de clase media y baja- que se instalaron en la ciudad al igual que *Fábricas de Francia*, que forma parte de la cadena de tiendas *Liverpool* de la ciudad de México. Estas dos últimas fueron junto con las tres tiendas *La Quemazón*, de capital local, las pioneras de todas las anteriores. En 1970 entró en funciones la primera tienda, pero en el transcurso de los noventa, la mayoría se fueron extinguiendo ya que no pudieron resistir la competencia con los modernos centros comerciales foráneos que invadieron la capital.

Según información proporcionada por Gilberto Barba González, *La Quemazón* se fundó en 1952 como almacén de tiendas, y se ubicaba en el centro de la ciudad, en el Pasaje Ortega y la calle Unión como tienda de mostrador, siendo el dueño de la misma el Sr. Barba Alonso. A principios de los setenta se abre como autoservicio, la que se encontraba en la Avenida 5 de mayo en la zona céntrica. En 1976 abre *La Quemazón*, la segunda sucursal que se localiza sobre el Segundo Anillo de Circunvalación, cerca del colegio Marista. Por la importancia que tuvo *La Quemazón* en la sociedad local, quisiera añadir solamente que estas tiendas de autoservicio se expandieron a otras ciudades de estados cercanos al nuestro.

Después de que se instalaran empresas como *Bodega Aurrerá*, *Comercial Mexicana*, *Gigante*, etcétera, fue cuando tuvo su decadencia *La Quemazón* hasta terminar con el giro en confección.

Hoy en día se encuentran super tiendas en Villa Hidalgo, Rincón de Romos, Lagos de Moreno y *Plaza Vestir*. En la actualidad, el "Grupo Barba" está constituido por varios empresarios, los que conformaron el Grupo *Confecciones de Aguascalientes,* que ha creado diversas empresas que se han dedicado a la prducción de ropa. Es el caso de *Jobar, Geranio, Montserrat, Alfa* y *San Gerardo Textil.* Es pertinente mencionar, que *La Quemazón* también marcó un precedente en cuanto a modernidad, ya que fue la primer tienda de la ciudad que utilizó escaleras eléctricas. También, que en la década de los setenta, durante el sexenio del Presidente Luis Echevarría, surgieron las tiendas CONASUPO por todo el país, tanto en el medio urbano como en el rural, con la finalidad de apoyar a la población del campo con productos baratos. La ciudad de Aguascalientes contó con CONASUPOS en diversos puntos de la mancha urbana: Victoria, Primo Verdad, Morelos, Libertad, así como en el área rural.

En la actualidad, el resultado de la instalación de grandes cadenas comerciales en diversas zonas urbanas de la ciudad, independientemente de que sea una zona residencial, popular o de clase media, reconfiguran la estructura urbana e imprimien a ésta una nueva imagen; lo más interesante para el etnógrafo urbano es que coadyuvan a crear nuevos hábitos, en cuanto a la forma de consumir el tiempo de ocio. En la actualidad cuenta con varios núcelos comerciales de ´primera calidad, en los que existe diversidad de locales comerciales. Por ejemplo, *Plaza Universidad,* justo frente de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, donde está ubicada *Soriana; Plaza San Marcos,* donde se ubica *Gigante,* donde antes estuvo *Almacenes Blanco; Villasunción,* donde se ubican *Fabricas de Francia* y una de las tres bodegas *Aurrerá.* Cuenta también con sendas tiendas de la *Comercial Mexicana* en zonas populosas: una forma parte del *Centro Comercial El Dorado,* otra está localizada junto a los ex *Multicinemas Dorado 70* en el centro urbano. Finalmente, está *Plaza Galerías,* donde se encuentran *Wall-Mart, Suburbio* y *Price Club,* ubiadas a la la salida a Zacatecas.

Por último, en *Plaza Patria* que forma parte del centro histórico, está *Expo Plaza* que cuenta con un total de ochenta condominios ubicados en el área ferial, y que por cierto los condóminos están con problemas con los administradores, los que adciendo *tener la mayoría de acciones, se han apoderado del control del conjunto mercantil"* (*El Sol del Centro,* 5/11/2002: 7/A). A los anteriores debemos añadir ell *Centro Comercial Torre Plaza Bosques,* edificio el más alto y

moderno de la ciudad, donde se ubica *Sambors* y un conjunto de locales comerciales. Las cadenas comerciales no han dejado de multiplicarse en la ciudad; a mediados de noviembre del 2002 se inagura otra *Bodega Aurrerá* para abastecer a cerca de 100,000 habitantes que viven al oriente de la ciudad, donde se encuentra uno de los fraccionamiento más densos de la capital, como *Ojocaliente y Ciudad Jesús Terán.* Últimamente se estableció en Villasunción la tienda de auto servicio *Carrefour,* hoy *Chedraui*, de capital francés, con una inversión aproximada de 126 millones de pesos está dando empleo a 300 personas. Este hipermercado fue inagurado por el gobernador Felipe González el jueves 16 de mayo cerca del complejo comercial *Villasunción* (*El Sol del centro*, 21/09/2003: 1/A). Este almacén, tiene un nuevo concepto en servicios, ya que cuenta con una sección de descuentos especiales para los consumidores[28].

Sin duda, *Plaza Galerías* es el centro comercial más grande, localizado en la zona más opulenta que hay en la ciudad. En ella se encuentran, además de dos cadenas comerciales que se han mencionado, los multicinemas *Centro Galerías*, y una gran cantidad de negocios que venden productos y servicios de diversa índole. La diversidad de las ofertas de los negocios ubicados allí la hace extraordinariamente atractiva: *Lusacell*, *American Express*, *Unefon*, tiendas de regalos y jugueterías, *Telcel*, *Moy* (juegos para niños), un restaurante *Vips*, *Interlingua*, *Dormimundo*, *Inverlat*, un *Video Centro*, exposición y venta de autos al aire libre, un banco *Scotia Bank*, *Stafeta*, *General Nutrición Center*, neverías, tiendas de deportes, *Develyn Opti-Express*, cafeterías, *Xalí* (venta de artículos plata), y varios locales de comida que van desde taquerías y torterías, hasta pizzerías, restaurantes de comida japonesa y libanesa, ect.

Plaza Vestir: un centro comercial que ha resistido las embestidas globalizadoras

Mención mención aparte *Plaza Vestir*, una de las obras principales que realizó el gobierno del profesor J. Refugio Esparza Reyes, a través del Lic. Carlos Lozano de la Torre, quien fue su principal promotor e impulsor. Este centro comercial es el más importante distribuidor de la industria textil en el Estado, que más bien aparenta ser un museo de artesanía, en donde se

---

[28] *Ives Louski Pane, director de Activos de la compañía en México, entregó ayer al gobernador Felipe González la carta-compromiso para la realización de este proyecto comercial. La tienda de autoservicio Carrefour se convertirá de esta manera en la número 23 que se establece en el territorio nacional, y la cual comenzará a ser construida desde los primeros días del próximo mes de octubre en los terrenos del Centro Comercial Villasunción (Hidrocálido, 2002: 11-A).*

exhibe y se compra lo mejor de la producción del bordado en Aguascalientes, y a la que acuden visitantes locales y del re4sto del paíz y extranjero. Este complejo locatario, que en el 2002 cumplió 25 años de servicio, es único en su género en América Latina, especializado en lo que se refiere a la industria del vestido. Con la creación de *Plaza Vestir*, la ciudad despegó hacia la modernidad, a la par de otras grandes empresas como *Estambres San Marcos* y *Bordados Maty*, dejando atrás las pequeñas empresas domésticas esparcidas por diversos rumbos citadinos, sobre todo del antiguo barrio sanmarqueño dedicado al quehacer textilero.

En este centro comercial, el cliente puede encontrar deshilados, bordados, tejidos, ropa en general de diversos estilos y blancos; y por la misma variedad de prendas que se exhiben a la venta, es un lugar obligado de visita para el turismo nacional y de otros países, sobre todo de Estados Unidos. En un inicio contó con 60 tiendas, las que han aumentado a 120 locales, aunque en la catualiad solo están abiertas 95; entre los que se encuentran una tienda de *La Quemazón*, ya que algunos comerciantes se unieron para logran una mayor aceptación en el mercado. *Plaza Vestir* funciona casi en un cien por ciento.

En la actualidad, *Plaza Vestir* no tiene el auge local y regional que tuvo cuando inició, debido a la fuerte competencia con los mega centros comerciales que se han instalado en la ciudad, y a la apertura como centro textil de Villa Hidalgo, que ha impulsado notoriamente la producción textil; tal es la competencia, que compradores del Estado optan por viajar a la cercana ciudad jalicience para mecar ropa, lo cual le ha quitado una gran cantidad de clientes. Pese a esa competencia, siguen llegando a *Plaza Vestir* compradores desde ciudades y regiones lejanas, como de la zona fronteriza, Ciudad Juárez y Tijuana, del sureste de la República o del Golfo de México, como Veracruz; esto se debe a la calidad y los bajos precios de las mercancías que no encuentran en sus lugares de origen.

Otra cuestión importante de este centro comercial es la modernización de sus instalaciones en su conjunto, ya que además de tiendas, *Plaza Vestir* cuenta de estacionamientos sin costos, dos cafeterías y vehículos que trasladan gratuitamente a los clientes a la Central Camionera, a los hoteles en que se hospedan los clientes y a otros puntos de la ciudad, aparte de la difusión que se hace por los medios de comunicación. Además, su diseño hace que los clientes al entrar se ven

obligados a hacer el recorrido por los pasillos donde se ubican las tiendas; aunque lo hagan de manera fugaz, se dan idea del conjunto de mercancías que se ofertan; lo que los inclina a no salir sin alguna prenda.

Un paseo por los centros comerciales

Llegamos a un punto en que nos hacemos la siguiente reflexión: ¿Qué es lo que atrae como imán visitar los centros comerciales a estratos medios y altos, niños, jóvenes, adultos y familias en genera? La gente de poblados circunvecinos, como la de los estados de Zacatecas, Jalisco y San Luis Potosí viene a comprar alimentos y productos que en sus lugares de origen no los hay, o son más caros. Y en cuanto a la *Central de Abastos,* para abastecerse de los productos perecederos por los bajos precios en que se ofertan; también porque de paso se entretienen por encontrar un buen ambiente.

La sociedad actual tiende cada vez más a que lo privado se haga público, ylo público privado. La pregunta que nos hacemos es ¿hasta que punto se está generadno este fenómeno en nuestra Entida? En las tres grandes metrópolis del país, México, Guadalajara y Monterrey, estamos asistiendo a un cambio social en que la vida pública se hace cada vez más privada. Los resultados obtenidos de las encuestas sobre Consumo Cultural aparecidas en el periódico *Reforma*, entre el 20 de enero y el 4 de febrero del 2001 así lo atestiguan: En estas tres ciudades, los entrevistados prefieren dedicar el tiempo de ocio a ver televisión (62% DF, 79% MTY y 72% GDL), convivir con sus familias (53% DF, 57% MTY y 42% GDL) y oír música (37% DF, 40% MYT y 36% GDL). Ir a los centros comerciales no es una actividad predilecta de su población, aunque cada vez son más quienes frecuentan para pasearse (González Rodríguez, 2001: 2c).

En estos sitios se construyen nuevos hábitos de consumo, ya que generan infinidad de actividades que van desde el intercambio hasta el esparcimiento; y esto es posible por la sencilla razón de que ahí se encuentra todo tipo de establecimientos, como queda ndicado arriba: locales de servicios y variado comercio y productos como aparatos eléctricos, ropa, discos, bancos, grandes almacenes, cervecerías, cafeterías, agencias de viajes, restaurantes de lujo y de comida rápida y cines, entre otros. Hay muchas familias que van a las plazas comerciales a divertirse o a comprar algún producto que necesitan, pero también un elevado porcentaje de "mirones de

escaparate", que no solo van a "pasar el rato para ver a quien se encuentran", sino a conversar y olvidarse un poco de las tareas rutinarias. Ramírez Kuri ha señalado:

> *Desde esta perspectiva, es posible referirnos a los centros comerciales como sitios donde se recrea y transita "la moda como ciclo de consagración muy corto" que mediante "la magia de la firma", se valora, se expresa y se redefine continuamente en los escenarios del consumo [...] Estos escenarios donde se reproducen las prácticas sociales, son ámbitos impulsores de la cultura del consumo. En el curso del tiempo, se han transformado en lugares de interacción social significativos para quienes los usan y legitiman socialmente, vinculándose a las formas de vida e influyendo en los gustos de las diversas poblaciones que concurren a ellos* (1998: 327).

Si tomamos como ejemplo el mismo centro comercial *Galerías*, nos damos cuenta que los visitantes son en su mayoría familias jóvenes que llevan a un recién nacido en carrito, niños, adolescentes, jóvenes y en menor medida gente adulta. Sin embargo, éstos se distribuyen y concentran en lugares de interés según edades. Así, los jóvenes son clientes asiduos de las cafeterías en donde encuentran ocasión de chatear; a los restaurantes del tipo *Applebee´s* de una cadena norteamericana, lugar apropiado para jóvenes que tienen dinero; visitar esos lugares es signo de estatu social elevado, en comparación con la mayoría de los demás; también son clientes asiduos de tiendas de discos y de las funciones de los multicinemas, de salas con vieojuegos, donde matan las horas del día. Los niños se divierten en alguna de las atracciones *Moy* bajo la supervisión de sus padres. Son las parejas jóvenes recién casados y mujeres acompañadas de alguna hija las que más frecuentan las tiendas *Wall-Mart* y *Suburbio,* con el fin de comprar los alimentos, ropa y productos que la familia requiere, además de otros artículos necesarios para el hogar.

En las grandes tiendas de autoservicio de esta ciudad, es válida la observación de Daniel Miller cuando hace referencia a la división simbólica, entre el hombre que trabaja y gana dinero, y la mujer que es la que lo gasta cuando va al supermercado, ya que ella es la especialista en distinguir la calidad de los productos que compra y en ahorrarse unos cuantos pesos. Es poco común ver a hombres que llevan carrito por los laberintos de un almacén, ya que consideran esta labor exclusiva del sexo femenino:

Tampoco resulta sorprendente que muchas sociedades hayan efectuado una división simbólica radical entre la producción y el gasto, como cuando se asigna a la producción un género, disociado al sexo masculino del acto de comprar y convirtiendo al consumo en una actividad puramente femenina, la de una mujer cuyo trabajo no es valorado excepto cuando expresa su diligencia como gasto. En este contexto las mujeres se vuelven los agentes que gastan lo que se supone han producido los hombres (Miller, 1999: 120).

Es la gente mayor de edad, es decir las personas de treinta años en adelante, la que en gran medida se encuentra en el los restaurantes *VIPS* de *Galerías* y *Expo Plaza,* aunque no podemos convertirla en "regla de oro" de que gente de esta edad se localice en los lugares mencionados, pues estos restaurantes lo frecuentan también familias y jóvenes: Pero lo que sí es observable a primera vista, es que la mayoría pertenecen a las clases medias-altas y altas, en comparación con otros centros comerciales como *Plaza San Marcos* donde se ubica el almacén *Gigante*, que tiene una infraestructura de menor calidad, y por ende menos lujosa, en donde se ofertan productos y servicios no de alta calidad, puesto están dirigidos a las clases media-bajas y a los sectores más populares.

Una situación parecida es el ambiente que se desarrolla en el centro comercial *Villasunción*, localizado en el sur de la ciudad, que al igual que *Galerías*, es un lugar en que una gran cantidad de gente acostumbra ir de compras los fines de semana, a comer en el restaurante *Doña Petra* o simplemente a "pasar el rato". Al igual que otros, como *Plaza Vestir*, está construida de manera circular, de tal forma que, al mismo tiempo que se detiene el visitante a mirar los aparadores, pasea por todo el complejo, como en décadas atrás lo hacían nuestros padres y abuelos alrededor de la histórica *Plaza de Armas,* hoy *Plaza Patria,* en el corazón de la ciudad. Resulta sintomático observar que, aún en la actualidad, los habitantes de los municipios acostumbren a pasear los domingos en las plazas principales de los pueblos como se hacía antaño en esta ciudad en la Plaza de Armas y la Alameda.

Nos preguntamos ¿hasta qué punto algunos centros comerciales se han diseñada con el fin de atraer la clientela, como si estuviera dando vueltas en el *Jardín de San Marcos*? Para Cuauhtémoc Ochoa, es posible comparar un centro comercial con una micro ciudad de servicios y de diversiones. *El centro comercial, independientemente de su tipología arquitectónica, es un simulacro de ciudad de servicios en miniatura. Se opone al centro tradicional con una propuesta*

de cápsula espacial acondicionada por la estética del mercado" (Ochoa Tinoco, 2001: 130-131). El autor se refiere a la ciudad de México, pero considero es válida esta apreciación para una ciudad de rango medio de provincia como la nuestra. Ciertamente existen diferencias, pues los centros comerciales de Aguascalientes no los podemos catalogar en el momento "zonas de refugio", en donde el visitante se protege contra la delincuencia urbana, como ocurre en la ciudad de México. Podemos decir que aquí el paseante que asiste a los centros comerciales, no solo para consumir cosas materiales, sino también culturales, pues al interno de los mismos hay espectáculos públicos y juegos infantiles: sí es para todos un paseo, una ocasión de consumir y matar el tiempo libre.

En un sondeo preliminar, percibimos que los residentes de fraccionamientos residenciales ocupan el tiempo fuera del trabajo descansando, leyendo, toman la copa con sus amistades, o van a comer a un restaurante en compañía de su familia; y que pasear en las plazas comerciales les interesa poco, salvo cuando necesitan comprar un producto. Los de clase media, descansan, hacen quehaceres domésticos o preparan las tareas para el día siguiente, y los sábados y domingos van a "dar la vuelta" a los centros comerciales, y asisten a una función de cine por la tardes o noche. Los más jóvenes van a los parques *Miguel Hidalgo* y *Héroes Mexicanos;* y cuando tienen dinero van a bailar a una discoteca, antro, bar o merendero. Finalmente, los de clase baja ocuan el tiempo libre en descansar, las amas de casa bordan ropa ajena y remiendan la propia, hacen de comer, salen a los centros comerciales a "distraerse un rato", y solo algunas de ellas conviven con su familia porque trabajan. En fin, el centro de la ciudad, así como el contexto arquitectónico histórico que lo circunda (*El Parián*, la *Plaza Patria*, etc.), está pasando a segundo término en cuanto a las preferencias de los paseantes, porque las plazas comerciales son cada vez más de su arado. Auneuq sea contraria a lo que arriba dijimos, traigo esta cita de Ochoa Tinoco para enriquecer nuestro trabajo:

> *Para esta visión el consumo debe ser trivial y, en nuestra ideología, los [...] centros comerciales deben ser símbolos del vacío más puro, llenos de cosas efímeras que cuentan con el poder de disipar la seriedad del trabajo en una objetivación de la nada. La noción de violencia primitiva en el sacrificio es reemplazada por la idea o el ideal de la civilización, la obra más compleja de la especie humana, arrasada por una orgía de gasto. Una imagen dilecta es [...] como el arte, desvirtuada por la comercialización vulgar... la bandeja de té con una representación de Velásquez* (Miller, 1999: 122).

3.2.- Minisupers *Oxxo* y tiendas de abarrotes.

En un mapa que publicó esta cadena de tiendas en 2002, se contabilizaban en la ciudad 30 de ellas; para fines 2004 había subido en nmero de *Oxxo* a 51 y otras dos instaladas en Jesús María y Maravillas. Según el encargado de esta franquicia en Aguascalientes, el Mtro. Jorge Flores Moreno, estas tiendas provienen de la ciudad de Monterrey y el giro que manejan es la venta de abarrotes, vinos y licores; que la primera que se instaló fue en octubre de 1995, y que por lo general se ubican en las esquinas de las calles y en gasolineras, pero antes se hacen estudios previos de mercado. En lo que respecta al horario de trabajo, existen dos turnos, el primero de 12 12 horas en que trabajan entre 5 o 6 empleados; en el segundo que es de 24 horas, laboran entre 7 y 8 trabajadores. Esta cadena de minisupers están distribuidos por toda la ciudad, cuatro de estos, los llamados *Oxxo Express*, ofrecen servicio las 24 horas del día, y se ubican en puntos estratégicos de la ciudad.

Es interesante observar, que algunas familias hidrocálidas prefieren ir a comprar a la tienda de la esquina o al *Oxxo* más cercano el litro o el galón de leche que necesita para sus hijos, y no como antaño al lechero que llegaba a las propias puertas de las casas con los dos tambos de leche a los lados de su bicicleta; el lechero que llamaba a las puertas de los hogares es ya una figura del pasado en nuestra ciudad. Nos preguntamos ¿hasta qué punto las tradicionales "tienditas" o misceláneas están del barrrio están el camino de desaparecer? Realmente así es, porque la gente prefiere comprar sus artículos de consumo en un centro comercial atraídos por la barata de los precios y la publicidad, o en alguno de los minisupers como es la cadena comercial arriba señalada. El mayor peligro lo ven en las aparentemente ofertas y variedad de productos que ofrecen los supers, aparte de toda la mercadotecnia que deslumbra la vista de los compradores, del "servicio a la carta" que ofrecen: lo anterior hace que vea el cliente la comodidad de hacer su pedido sin tener que molestarse y bajar de su auto; lo que definitivamente va el perjuicio de la trasdicional tienda o tendejón de la colonia.

Sin embargo, aún conserva el estaquilllo de la esquina una fuerte clientela en la población de escasos recursos, aunque sea solo para comprar lo indispensable para el momento, como pan, azúcar, huevos, leche, pastas para sopas, refrescos, y otros productos básicos. Según el Señor

Antonio Hernández, Presidente de la Asociación de Abarroteros y Pequeños Comerciantes, en 2002 aparte del "terrorismo fiscal" al que Haciendo sometió a sus agremiados, son los supermercados, los almacenes comerciales y los autoservicios, quienes les han arrebatado la clientela a las tiendas de abarrotes; señaló que en los tres últimos años 108 de estas tiendas cayeron en bancarrota (*El Sol del Centro*, 14/11/2002: 4/A).

Según algunos comerciantes de la Asociación, los dueños de los *Oxxo*, en connivencia con las autoridades locales, hacen "guerra sucia" contra las tiendas de las colonias populares. Como queda dicho, la gente "que vive al día", es la que prefiere ir a las tienditas a comprar los artículos que no encuentra en los *Oxxo,* o porque en esos establecimientos solo venden paquetes completos de velas, cereveza, cigarros, etc.; también porque al no tener no tiene dinero en el momento el tendero del barrio les fía, pues todavía hay entre él y la población confianza. En recorridos realizados por algunas colonias populares, localizadas en distintos puntos de la ciudad con el fin de observar esta situación, encontramos que los tendejones están lejos de suspender sus actividades comerciales.

Confirma nuestra aseveración haber detectado posteriormente buena cantidad de tiendas de abarrotes en plena actividad, lo mismo en el centro que en las grandes avenidas; sobre toto en espacios masivos colonias y barrios, donde en muchas de sus calles hay no sólo una, sino dos y hasta tres, e incluso muchas de ellas se encuentran instalada en la misma casa-habitación. Esta observación echa por tierra, al menos por el momento, las declaraciones de Hernández Esparza, en el sentido de que cadenas de autoservicio como los *Oxxo* están quitando clientes a los abarroteros. No cabe duda que el incremento de tiendas, papelerías, puestos de tacos, etc., es una secuencia del desempleo y bajos salarios que hay en Aguascalientes; por eso muchas de las familias han optado para obrevivir poner pequeños negocios, que en ocasiones prospera y en otros no, siendo los mismos miembros de .la familia quienes los atienden y reciben la remuneración[29].

---

[29] ***El estado [...] tiene una estructura comercial de 14 mil 655 establecimientos que operan con 41 mil 151 de personal ocupado y por su importancia económica en las ventas, en primer lugar están los supermercados y mini supers que registran 2,300 puestos de trabajo, los cuales suman a cajeras, despachadoras y empleados de pasillo [...] Los abarrotes y misceláneas son 4 mil 282 establecimientos que representan casi un 30% del número total de unidades comerciales; sin embargo los 7,553 puestos de***

Las colonias antes mencionadas son auténticos micro mundos; caminar por sus calles principales un domingo por la noche, nos da la impresión de estar inmersos en una gran festividad por el hacinamiento de gente que se encuentra paseando, situación que genera un gran bullicio. Son cientos las familias que salen a cenar a alguno de los puestos ambulantes de comida callejera o cenadurías fijas; mujeres y hombres adultos maduros y ancianos platican fuera de la iglesia principal después de terminada la misa dominical; niños que compran un vaso de "chaskas", maíz con crema, picante, sal y limón; y otros, casi bebés, caminando tomados de la mano con su madre y en la otra llevando un globo de gas; jóvenes con apariencia de cholos comprando el "six" de cerveza o el litro de tequila en alguno de los expendios; en fin, es tal la cantidad de tiendas y tendejones de abarrotes en esas zonas, que nos hace pensar que tardarán en desaparecer. Nos llama la atención que en *Ciudad Satélite Morelos*, zona urbana de viviendas que se localiza tan lejos del centro de la ciudad, que por lo mismo, los vecinos del lugar han organizado sus propias diversiones los fines de semana, como son las tradicionales kermesses, los espectáculos artísticos, y otros más, que se efectúan los domingos por la tarde en la plaza donde se encuentra el monumento a la figura de José María Morelos, y que durante la *Feria*, aumenten este tipo de eventos, ya que muchos vecinos no tienen para pagar el taxi que los lleve a la Feria y menos para cubrir los altos costos en el recinto ferial.

Contrastan con esos macromundos sociales los "micro mundos" conformados en las zonas residenciales, como *Los Bosques*, *El Campestre* y *Vergeles*, situados al norte de la ciudad, área que se ha dado en llamar la "zona dorada" de la ciudad. En esos lugares se respira elegancia, confort y opulencia, y que además llama la atención su aspecto urbano y social. En estos micromundos se encuentra a poca gente caminando u observando en las calles, por lo que pareciera que nos encontramos en zonas desiertas. En estos espacios se han perdido los gritos del aguamielero, del vendedor de ropa vieja, del comprador de botellas viejas, de la raíz camote, del vendedor de tierra para macetas y de tantos otros personajes del pasado que lucharon por sobrevivi; también ha desaparecido el peluquero de barrio, el panadero, los relojeros, los sastres que hacían al cliente un traje a la medida; hasta las serenatas y los "gallos" porque perturban el

---

trabajo con que despachan estos negocios representan un 18% del personal ocupado en este sector (López, 2001: 14).

sueño de sus moradores. En su lugar han surgido nuevos sujetos sociales que que se están creando formas y estilos diferentes de existencia.

3.3.- Comentarios.

La proliferación de nuevas ofertas culturales en la ciudad de Aguascalientes, como son los centros de renta de vídeos, la televisión por cable, el Internet, y la telefonía celular, no solo están cambiando su aspecto físico, sino también el social. Y como más de una ocasión hemos asentado, es la construcción de grandes centros comerciales lo que mayormente ha contribuido a que el citadino de los distintos estrastos cambie sus hábitos culturales y consumo de tiempo libre; situación que también está ocasionando una transformación entre lo público y lo privado. En base a una encuesta piloto, se comprobó que muchas familias hidrocálidas pertenecientes a diversos estratos sociales, al igual que en otras partes del país, descansan los fines de semana paseando por los centros comerciales, aunque como queda dicho, son los jóvenes y adolescentes de los sectores medio y medio-alto los que más asisten a estos escenarios del consumo masivo. Ciento que no ha resultado exitoso del todo, pues en una encuesta se detectó que alrededor de 30 centros comerciales se encontraban prácticamente ociosos, situación preocupante ya que el comercio citadino tiene influencia en una región de aproximadamente 4 millones de habitantes; Luis Miguel Rentería Arias, dirigente de la CONCANACO, mencionaba lo siguiente en 1988:

> *En 1999 se buscará la optimización de los 42 centros comerciales del Estado, de los cuales 12 operan con aceptables resultados, en tanto que el resto se encuentran prácticamente abandonados. [...] señaló que entre los 42 centros comerciales se cuentan con 2,500 locales, de los cuales sólo 1,500 se encuentran ocupados y el resto están subutilizados* (*De Santos Velasco*, Hidrocálido, 30/12/1998: 1-A).

Rememorando lo mencionado en líneas arriba, en el sentido de que se está dando una transición respecto a los espacios públicos y privados en esta ciudad-capital, y que la gente los ha escogido para pasar el tiempo libre, debo mencionar que son producto del trabajo etnográfico realizado en esos lugares. Posteriormente, presentaremos los resultados a los que se llegaron con la aplicación de los cuestionarios, las gráficas y su interpretación correspondiente, en busca de que lo qu estamos idiciendo sea más consistente; por ahora menciono estas conclusiones:

a) A partir de la década de los ochenta, las plazas y centros comerciales se han venido a constituir en lugares de esparcimiento e interacción social de las familias citadinas, de la misma manera que a principios de siglo lo fue la Alameda y en los setentas la Avenida Madero. Debido a esta nueva experiencia, el *Centro histórico* conformado por la *Plaza Patria*, el *Jardín de San Marcos*, el *Mercado Terán* y *El Parián*, y que hace más de un cuarto de siglo eran los lugares privilegiados de distracción, están dejando de ser el único centro de la ciudad y convertido en uno más de "los centros" los ubicados en la periferia urbana, como son el *Centro Comercial Galerías*, *Villasunción*, *Plaza Kristal* y *El Dorado*, entre los más conocidos.

b) Plaza Vestir es uno de los pocos centros comerciales de capital local que ha sobrevivido a las embestidas modernizadoras, aunque no tiene el mismo auge que hace 26 años. Esta decadencia se debe también a que el desarrollo textil se ha dado en otras ciudades como Moroleón, Gto. y Villa Hidalgo, Jal., con las cuales ha tenido que competir. También el contrabando de prendas de vestir proveniente de China está afectando sensiblemente la industria textilera tradicional, por los precios bajos y su baja calidad, no sólo en esta Entidad, sino también en el resto del país y del mundo.

c) Pese al incremento de los super *Oxxo*, siguen proliferando las tienda de abarrotes y tendejones en toda la mancha urbana, principalmente en las colonias populares, debido a la crisis económica que padece un alto sector de la sociedad. Se ha criticado que las mini tiendas de la referida cadena comercial cuenten con licencia para vender bebidas embriagantes, a pesar de que algunos de estos negocios se ubican a menos de 150 metros de escuelas y templos. Al respecto, anota el Señor Hernández Esparza, ex presidente de la Asociación de Abarroteros y Pequeños Comerciantes, que algunos *Oxxo* operan fuera de la ley, ya que venden vinos y cerveza cerca de estos lugares con el conocimiento de las autoridades. Las tiendas de abarrotes, al igual que modestas papelerías y mercerías, se han convertido en la tablita de salvación para muchas familias, aunque a decir de un conocido abarrotero la situación se torna cada vez más difícil para ellos, ya que no solamente compiten con los centros comerciales, sino también con las cadenas de tiendas y el Agropecuario. "El Chino", conocido tendero de la ciudad hace remembranzas de su oficio:

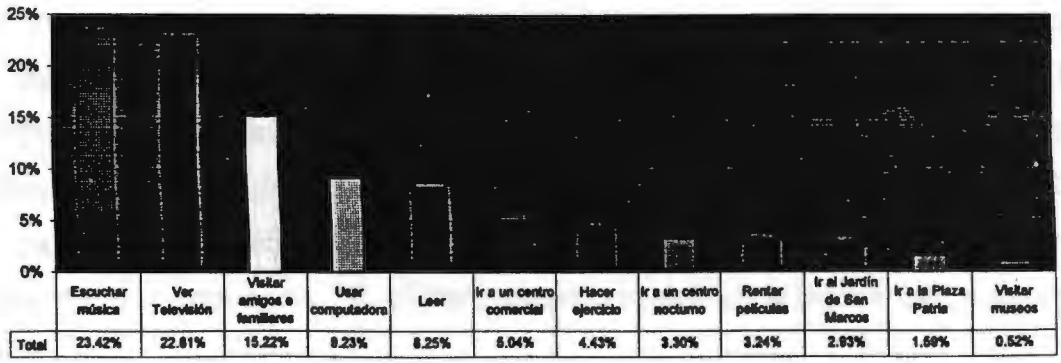
Un kilo de arroz, también uno de azúcar, un cuarto de manteca y unos mejorales son enunciados que desde 1957 ha escuchado "el Chino", primero como empleado de El Puente, donde trabajó por 22 años consecutivos y más tarde tras su propio mostrador localizado en la calle Hornedo de la zona centro (Lozano Galindo, 2005: 6/A)

3.1.- De las siguientes actividades, dígame el número de horas que dedicó a cada una el último fin de semana.- Según la población entrevistada, 766 (23.42%) horas las dedicaron a escuchar música y 746 (22.81%) a ver la televisión en su hogar, y solo dedicaron 17 horas (0.52%) a visitar museos y 165 (5.04%) las ocuparon en ir a un centro comercial. La clase alta fue la que más escuchó música, 314 horas; vio la televisión, 294; visitó amistades y amigos, 74, y utilizó la computadora, 267. Mientras que la clase baja no leyó, no uso la computadora, no fueron a un centro nocturno ni tampoco a un centro comercial. De los datos anteriores, podemos destacar que las visitas a los centros comerciales no representan las principales actividades de los entrevistados, sino escuchar música y ver la televisión; pero aun así, es significativa la importancia que tiene para un cierto número de personas irse a pasear a esas "cápsulas espaciales" de la ciudad, que frecuentan la gente de toda edad y género, aunque los más asiduos son los jóvenes.

1. Actividades del fin de semana (horas).

	GRUPOS SOCIALES	Escuchar música	Ver Televisión	Visitar amigos o familiares	Usar computadora	Leer	Ir a un centro comercial	Hacer ejercicio	Ir a un centro nocturno	Rentar películas	Ir al Jardín de San Marcos	Ir a la Plaza Patria	Visitar museos	TOTAL	%
1	Clase Alta	314	294	274	267	176	104	81	93	65	63	34	6	1771	54.14%
2	Clase Media	217	252	138	35	94	61	64	15	41	33	18	11	979	29.93%
3	Clase Baja	235	200	86	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2750	84.07%
	Total	766	746	498	302	270	165	145	108	106	96	52	17	3271	100%
	%	23.42%	22.81%	15.22%	9.23%	8.25%	5.04%	4.43%	3.30%	3.24%	2.93%	1.59%	0.52%	100.00%	

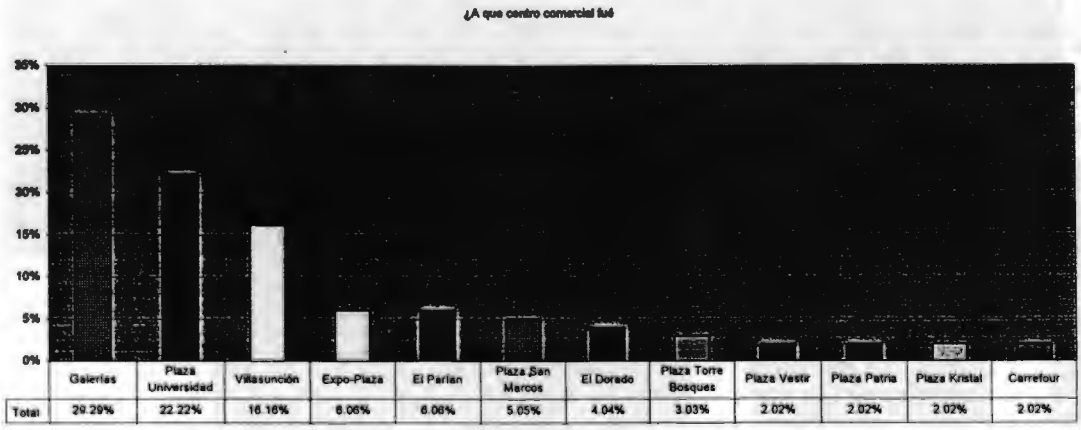
De las siguientes actividades, dígme el número de horas que dedicó a cada una el fin de semana.



3.2.- ¿A qué centro comercial fue?.- El centro comercial más visitado fue Galerías (29.29%) seguido por Plaza Universidad (22.22%); los menos concurridos fueron Plaza Vestir con apenas 2 visitantes (2.02%); el centro comercial Carrefour, también con 2 (2.02)% personas; Plaza Kristal con 2 (2.02%) y Plaza Patria con 2 (2.02%). Cabe observar, que la clase alta es la que más visita los centros comerciales más concurridos como Galerías, 24; Plaza Universidad, 19 y Expoplaza, 4, a excepción de Villasunción que es más visitada por la clase media, 6 y Plaza San Marcos, 4. La clase baja por su parte, es la que más frecuenta el centro comercial más antiguo, El Parián, 3 y las plazas comerciales más populares que son Plaza Patria, 1 y Plaza Cristal, 1. Esta gráfica nos demuestra que los sitios más tradicionales en la ciudad para pasearse, sobre todo los domingos, continúan siendo El Parián y la Plaza Patria, aunque existen otras opciones.

2. Centro comercial al que asiste.

	GRUPOS SOCIALES	Galerías	Plaza Universidad	Villasunción	Expo-Plaza	El Parían	Plaza San Marcos	El Dorado	Plaza Torre Bosques	Plaza Vestir	Plaza Patria	Plaza Kristal	Carrefour	Total	%
1	Clase Alta	24	19	5	4	3	1	3	3	2	0	0	1	65	65.66%
2	Clase Media	5	1	6	1	0	4	0	0	0	1	1	0	19	19.19%
3	Clase Baja	0	2	5	1	3	0	1	0	0	1	1	1	15	15.15%
	Total	29	22	16	6	6	5	4	3	2	2	2	2	99	100%
	%	29.29%	22.22%	16.16%	6.06%	6.06%	5.05%	4.04%	3.03%	2.02%	2.02%	2.02%	2.02%	100%	

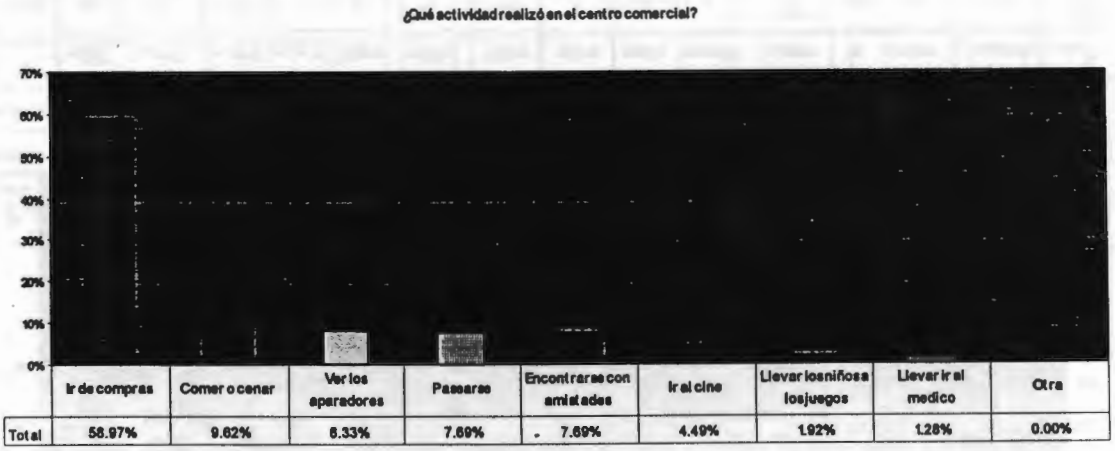


3.3.- ¿Qué actividades realizó en el centro comercial?.- En las respuestas a esta pregunta, hay una gran diferencia entre el 58.97% de los informantes, que dijeron ir a un centro comercial a realizar compras, con el resto de las opciones, siendo la clase alta la que más

realiza esta actividad, 41 personas, y la que más acostumbra ir a comer o a cenar, 9 personas. Por el contrario, sólo el 1.92% llevaron a los niños a los juegos y el 1.28% lo hicieron para ir al médico. Cabe anotar que el 23.71% de ellos fueron a los centros comerciales en busca de interacción social: el 8.33% para ver los aparadores, el 7.69% para pasearse y el 7.69% en plan de encontrarse con amistades y pasar el tiempo; los que sumados nos dan un alto porcentaje, situación que nos viene a confirmar, que en la ciudad de Aguascalientes, los centros comerciales también sirven para "ir a dar la vuelta" o a "pasar el rato", y no solamente para ir al cine o de compras, llevar los niños a los video juegos o sacar dinero en el cajero.

3. Actividades realizadas en el centro comercial

	GRUPOS SOCIALES	Ir de compras	Comer o cenar	Ver los aparadores	Pasearse	Encontrarse con amistades	Ir al cine	Llevar los niños a los juegos	Llevar ir al medico	Otra	TOTAL	%
1	Clase Alta	41	9	10	8	10	7	3	2	0	90	57.69%
2	Clase Media	26	1	0	1	1	0	0	0	0	29	18.59%
3	Clase Baja	25	5	3	3	1	0	0	0	0	37	23.72%
	Total	92	15	13	12	12	7	3	2	0	156	100%
	%	58.97%	9.62%	8.33%	7.69%	7.69%	4.49%	1.92%	1.28%	0.00%	100%	



3.4.- ¿Cuándo fue la última vez que visitó un centro comercial?.- De un total de 186 informantes, que equivale al 100% de los entrevistados, el 50.00% fueron a un centro comercial en un lapso de menos de 7 días, el 29.57% lo hicieron en el transcurso de tres semanas, y el 20.43% lo hicieron en más de cuatro semanas. En el análisis de las clases sociales, observamos que el 69.32% de las personas de la clase media alta y alta son los que más frecuentan estos lugares, que el 27.59% de la clase media son los que más lo hacen en menos de tres semanas y el 34.48% de la clase baja lo hace en más de cuatro semanas. Los datos anteriores sugieren que las plazas comerciales, ubicadas fuera del Centro Histórico de la ciudad, se han convertido en otros tantos "centros" que atraen a la población. Es por esta razón que la ciudad es ya multicéntrica, con rasgos de metropolización parecidos a los de las tres grandes ciudades del país. Una vez que hemos tratado el impacto social y urbano de los centros comerciales en la ciudad, pasemos a reflexionar en uno de los temas de mayor interés, los cambios en la cultura gastronómica entre la población.

4. Última visita a un centro comercial

	GRUPOS SOCIALES	Días	% Días	Menos de 3 semanas	% Menos de 3 semanas	Más de 4 semanas	% Más de 4 semanas	TOTAL	TOTAL
1	Clase Alta	61	69.32%	24	27.27%	3	3.41%	88	100%
2	Clase Media	10	25.00%	15	37.50%	15	37.50%	40	100%
3	Clase Baja	22	37.93%	16	27.59%	20	34.48%	58	100%
	Total	93		55		38		186	
		50.00%		29.57%		20.43%		100%	

¿Cuándo fue la última vez que visitó un centro comercial?

	Clase Alta	Clase Media	Clase Baja
% Días	69.32%	25.00%	37.93%
% Menos de 3 semanas	27.27%	37.50%	27.59%
% Más de 4 semanas	3.41%	37.50%	34.48%

Capítulo IV.- Cultura alimentaria: cambios y resistencias

4.1.- De los tacos a las hamburguesas.

Existe en Aguascalientes una gran variedad de comida mexicana. Se oferta desde los tacos y tortas de lechón en un puesto ambulante, hasta las tres cenadurías que tienen toda una tradición en lo que respecta a antojitos mexicanos: las cenadurías *San Antonio*, *La Cocina Mexicana Doña Esthela* y *El Rincón Maya.* Este último establecimiento, como indica el nombre, su especialidad es la comida yucateca como los tamales y la cochinita pibil. Hay restaurantes más sofisticados, como *Villa Andrea* y *Mitla*, con una larga historia en la ciudad; el *Mitla* fue fundado por la familia Valdés el 21 de marzo de 1938, y a la fecha lleva tres generaciones. En lo que respecta al *Villa Andrea,* restaurante de los de más alcurnia en la ciudad y muy conocido a nivel nacional, tuvo su origen como *Reestaurant El Fausto* y formaba parte del Hotel Francia. Como información histórica, fue en no de los cuartos del Hotel que Juan S. Garrido compuso la famosa melodía *Pelea de Gallos*, que se estrenó por vez primera en dicho restaurante.

La gastronomía citadina tiene su lado oscuro. Un estudio reciente realizado por el Instituto de Salud del Estado de Aguascalientes registra en la Entidad, un total de 12, 200 establecimientos que ofertan alimentos y bebidas, de los cuales cerca de 4, 000 son restaurantes, taquerías y loncherías; realizó un total de 5, 556 visitas de verificación, cuyo resultado fue desalentador en cuanto a higiene, pues un veinte por ciento están contaminados (*Picacho*, 3/10/2003: 6).

Por otro lado, se puede advertir, que aun y con toda esta gama de platillos nacionales, en nuestra Entidad no se puede hablar de una comida que sea propiamente típica del Estado, y de la cual los hidrocálidos nos sintamos orgullosos de ella, así como los oaxaqueños se sienten por sus famosos tamales o champurraos, los regiomontanos del cabrito, los michoacanos por las carnitas, los jalicienses del menudo, o los poblanos de su tradicional mole rojo. En la ciudad de México, un plato de chapulines, por ejemplo, se vende a cien pesos en un restaurante oaxaqueño, cuando en un mercado de Oaxaca se compran a un precio casi regalado. La reflexión sería pues en torno a si la falta de una comida típica o regional, refleja una falta de identidad del aguascalentense, que para algunos estudiosos del fenómeno social tendría que ver con la historia de la formación

del Estado, pues como está bien documentado, lo que ahora es Aguascalientes, primero perteneció a la otrora Nueva Galicia y más tarde al estado de Zacatecas, por lo que la cultura hidrocálida supone ser un híbrido de ambas regiones.

En cuanto a los hábitos alimenticios, tal vez sea prudente hacer una reflexión hasta qué punto la sociedad de hoy ha dejado de consumir la comida tradicional como los tacos, las enchiladas, el pozole, las flautas, los sopes, las quesadillas, los tacos dorados", las tostadas de pata, las verduras en vinagre, el pollo frito, etc., que se expenden en conocidas cenadurías de la ciudad. En éstas, el mobiliario es modesto, y en varias de ellas encontramos la imagen de la Virgen de Guadalupe, *La Última Cena* o el *Sagrado Corazón* con una vela de color roja encendida en alguna de las paredes junto a un aparato de televisión, que por lo regular transmiten programas del "canal de las estrellas"; o bien un equipo de sonido que propaga música grupera o baladas de *Los Temerarios*, de Juan Gabriel, de Alejandra Guzmán o de Rocío Durcal. En estos lugares, los clientes más asiduos son de la clase media y del sector bajo popular, que han preferido disfrutar una cena tradicional en lugar de hamburguesas, pizzas, hot dogs o el pollo "estilo americano", oertado en las franquicias de comida rápida, que desde los noventa se han instalado en la ciudad. El contraste lo encontramos en una franquicia canadiense, en la que se puede saborear un "sausage" y un refresco de lata por $ 17. 00, tal como se lee en el anuncio principal de la fachada: "A truly canadian experience". El local destaca por lo pequeño, y por la ausencia de clientes, la música que se oye es el pop en inglés americano, y en los anuncios luminosos se contemplan fotografías de lo que se oferta para consumir, así como su respectivo precio.

De las franquicias más conocidas están *Kentucky French Chicken,* de la que existen cuatro en diversos puntos de la ciudad. El primero de ellos se instaló en 1994, en *Plaza Comercial San Marcos,* y los tres restantes en julio, octubre y diciembre de 2003, ubicados uno en el centro de la ciudad, otro en *Plaza Santa Anita* y el cuarto *Villasunción;* oferta también servicio a la carta y en auto. *Burger King* tiene dos establecimientos; el primero lo abrió en 1990 a la salida de la carretera a la ciudad de México, y el segundo el 23 de abril de 2004, adjunta al centro comercial *Galerías. Mc Donald's* cuenta con dos establecimientos, uno abierto en mayo de 1993 en el centro comercial *El Dorado,* y el otro está ubicado en el centro comercial *Galerías* en septiembre del año siguiente.

En el mismo tenor, existe un buen número de firmas de pizzerías: *Pizza Hut* con dos establecimientos; el primero en Avenida Las Américas que data de 1994, y el segundoa establecida en la avenida Universidad en 1997. *Tele Pizza* acaba de cerrar. De *Domino's Pizza* hau cuatro en diferentes puntos de la ciudad. De *Benedetti's Pizza* encontramos 6 establecimientos esparcidos en la mancha urbana. Finalmente *Alferno's Pizzas*, que es la negociación de pizzas más más conocida y extendida een la ciudad.

Aunque para la gente que cuenta con escaso dinero, recurre lo mismo al carrito de "perros calientes" que a las pizzas tipo Jumbo´s; esta última oferta una rebanada de pizza y un refresco por la cantidad de 14 pesos; es precisamente su precio lo que las ha hecho atractivas, particularmente entre los sectores populares. Lo constatamos por las largas filas que se forman de personas de sectores bajos y de edades variadas en algunos de estos establecimientos ubicados dentro de *El Parián* y calle adyacente. Al hablar de pizzas, no podemos dejar de mencionar, que tuvieron origen en el país y la Entidad en los braceros que trabajaron como cocineros en restaurantes y pizzerías de las ciudades norteamericanas, y que al regresar al país empezaron a instalar sus propios establecimientos, pues habían aprendido por experiencia las recetas con que se preparaban.

También han proliferado en la ciudad restaurantes de comida extranjera, unos más lujosos que otros. La mayoría se caracteriza por la modernidad de sus instalaciones y confort; sus servicios son caros, por lo que el acceso a ellos es prohibitivo a personas de bajos ingresos. Es el caso de los restaurantes chinos *La Muralla China* y *Hua Sing,* de estilo pekinés; cantoneses, *El Dragón Rojo* y el *Cam Fei;* italianos, *Alferno´s Pizzas* y *La Piazza da Simona;* brasileño, *El Brasil;* argentinos, *El Garufo* y *Argentinilla*, y los norteamericanos, *Applebee´s* y *Sirlone Stockade*; el atractivo de estos dos últimos son los cortes estilo americano. Por cierto, la mayoría se localiza en el norte de la ciudad, auqneu también los hay en otros puntos. Citamos restaurantes de comida japonesa y oriental, el *Bisyoku,* instalado en Prolongación Zaragoza; el *Susto,* ubicado en Centro Galerías; el *Kimura,* restaurante especializado en "sushi" y "tepanyaki" que está ubicado en el fraccionamiento masivos el Santa Anita; el *Kanikuro* y otro *Kimura,* que se encuentran en el Fraccionamiento Del Valle rumbo a la salida para Calvillo, y el restaurante *Sen Lei*, que lo encontramos en el Fraccionamiento Jardines de Aguascalientes al sur de la ciudad y que oferta

comida china estilo mandarín. En la mayoría de ellos se prepara comida para llevar a casa y tal vez por ello se ven muy desolados. Por último, no olvidemos que también existen restaurantes de comida vegetariana, como el *Devanand* en la calle Emiliano Zapata en el centro de la ciudad. Solo encontramos un un restaurante de comida libanesa, que ha comenzdo a funcionar no ha mucho tiempo.

4.2.- Resistencia social ante la globalización de la gastronomía.

En relación a la variación de los hábitos de consumo alimenticio, existen opiniones encontradas al respecto: por una parte, están quienes afirman que las franquicias o restaurantes de comida internacional no han tenido el impacto suficiente para cambiar las costumbres tan arraigadas de los hidrocálidos en alimentación; aunque encontramos opniones contrarias, es decir, que cada vez son más las personas que prefieren comerse una hamburguesa a una torta. Lo cierto es que en base a visitas efectuadas se ha detectado, que de todos los negocios de comida que se encuentran en uno de los centros comerciales más prestigiosos de la ciudad, el único que se observó vacío fue un local de comida japonesa, en comparación con otros de comida mexicana que estaban muy concurridos por la clientela. En ocasiones se tuvo la experiencia de comer en restaurantes orientales ubicados en diversas zonas de la ciudad, y una de las veces, aparte de un servidor, solo había una o dos parejas tomándose un café o una cerveza, más no consumiendo la exótica comida. Hay mucha inconformidad en los clientes por el impuesto de lujo del tres por ciento, ya que según Luis Miguel Valdés Ortiz, ex consejero de la Industria Restaurantera, situación que los pone en franca desventaja con las franquicias de comida extranjera.

> *A casi 10 meses de la entrada en vigor del impuesto suntuario del 3 por ciento, la industria restaurantera reporta una caída superior al 30 por ciento en comensales, mientras que la recaudación fiscal en torno a este sector está resultando mucho más inferior a lo esperado [...] "Esto nos va con los restaurantes de cadenas o de comida rápida, en los que a lo mejor la ganancia va de 20 a 25 por ciento, pero en un restaurante profesional no". Sin embargo, la rentabilidad varía en cadenas de comida rápida, donde la ganancia es de 20 a 25 por ciento, o bien si se trata de un negocio establecido muchos años atrás* (El Sol del Centro, 30/10/2002: 1-6/A).

Un mes después, el mismo funcionario recalcó la grave merma de comensales en las loncherías, fondas y restaurantes, al grado que para mediados de noviembre, únicamente se ocupaba el 20%

de las mesas. Declaró que *"...tan sólo en las últimas semanas se han registrado más de tres casos de cierres y traspasos de restaurantes, como es el caso de uno que se encuentra por la avenida Ayuntamiento y de dos ubicados en la parte norte y centro de la ciudad, situación que induce a los patrones a bajar las cortinas de sus negocios"* (El Sol del Centro, 14/11/2002: 4/A). Un sondeo preliminar nos permitió conocer que son los jóvenes y los niños de la clase media y alta quienes más gustan la comida de las franquicias; inferimos que se debe a que en dichos lugares se ofertan diversas atractivos regalos sorpresa, juegos y diversiones en los que pueden entretenerse los niños, mientras que sus padres conviven comiendo y platicando amenamente.

En algunos restaurantes donde se comen las tradicionales carnitas, gorditas, quesadillas, etc., como *Carnitas San Pancho,* nombre que toman de su lugar de origen San Francisco de los Romo, conocido como "San Pancho", famoso por la cría de puercos y sus sabrosas "carnitas" y "gorditas" de manteca; siguiendo el ejemplo de los restaurantes de franquicia, han instalado juegos mecánicos para atraer la clientela infantil, donde los niños se entretienen de la misma manera en que lo hacen cuando van a las hamburguesas tipo *Mac Donald's*. Esta esta estrategia utilizada como "gancho" les ha dado buenos resultados, ya que a los niños no les interese tanto lo que van a comer, sino aprovechar el tiempo en las distracciones como el payasito que los divierte. Sin duda muchas vivencias y costumbres sociales se las ha llevado el viento para siempre, y es una obligación de nosotros, conocer las repercusiones de estos cambios en la textura molecular de la sociedad, en la que se encuentra la cultura gastronómica. Por lo mismo, es pertinente que el sociólogo de la cultura y el antropólogo conozca las diversas maneras de comer, a partir de qué es lo que se come, cuándo y dónde se hace, así como el porqué y cómo.

Hoy en día se comprueba en el transcurrir de la vida cotidiana de los hidrocálidos, que continuamos prefiriendo la comida tradicional mexicana, sobre todo la población adulta que es en la que tiene más arraigado esta costumbre. La principal competencia a que debe enfrentarse son los hot dogs y las pizzas, que en las últimas dos décadas es el producto alimenticio más comercializado entre la población. La cocina de otros países también la consumimos, aunque no ha penetrado lo suficiente en los hábitos de la población. Pero creo que la principal causa de no haber perneado los antojitos son los elevados precios, ya que sólo están al alcance de las clases

más acomodadas; por eso los obreros, empelados y clase popular ecceden poco a restaurantes de franquicia o sofisticados y con alto confort.

Para finalizar con este apartado, se presentan algunos puntos de vista sobre las preferencias alimenticias de los encuestados que pertenecen a diferentes estratos sociales, con el propósito de sondear el viraje acontecido en los hábitos alimenticios de los hidrocálidos. Cabe hacer la observación, que los resultados fueron de entrevistas preliminares. Estos son algunas de nuestras conclusiones: Para los habitantes de la clase media alta y alta, la comida nacional continúa siendo la predilecta; el pescado y los mariscos también son de su agrado. Que los los clientes más asiduos a restaurantes de comida no mexicana, y que son los que más frecuencia desayunan, comen y cenan durante la semana en restaurantes de prestigio. Frecuenta desayunar en restaurantes ubicados en zonas residenciales, como *El Campestre* o *Pulgas Panda* y en los que se encuentran en los hoteles de lujo, *Fiesta Americana* o *Las Trojes*; en *Benedetti's* y *VIPS.* Muchos comen en lugares como *Villa Andrea* o *Sanbors;* y *El Rincón Maya* se ha convertido en lugar preferido para cenar.

Las clases media y media baja también prefieren la comida mexicana, y con menos regularidad frecuentan restaurantes de comida vegetariana, oriental, italiana o brasileña. Por lo regular comen en su hogar, y gustan cenar en cenadurías de prestigio como la *San Antonio*; aunque lo hacen más en taquerías semi fijas de fama, como el carrito ambulante de tacos de lechón *Medina,* apellido del recién fallecido dueño de este puesto, ubicado a un costado del Jardín de San Marcos. Algunas familias tienen la costumbre de comprar la comida hecha en alguna de las cocinas económicas, que tanto han proliferado en la ciudad. Al interno de algunas de ellas hay diferencias, pues mientras que alguno de los miembros prefiere ir a comer un platillo tradicional al restaurante "Doña Petra", de *Villasunción*, otros prefieren encargar comida oriental como el "sushi", o una megapizza familiar para comer en su casa y no molestarse en salir de casa.

Las familias de menos recursos económicos, son los clientes más asiduos de las cenadurías de barrio, de los tacos de canasta, hot dogs de los carritos ambulantes y, últimamente, las pizzas que venden locales modestos. Algunos extranjeros que viven en Aguascalientes, se han acostumbrado a la comida mexicana como es el caso de los españoles; en el Segundo Anillo de

Circunvalación se encuentra el conocido restaurant *El Mesón del Taco*, atendido por el propio dueño el señor Ferández, que atiende la representación couslar de España. La comunidad japonesa, numeroso por cierto en la ciudad, prefiere seguir consumiendo la comida de su país natal en restaurantes abiertos en diversos puntos citadinos. A continuación presento los resultados, producto de la observación participante.

4.3.- Comentarios.

a) En primer lugar quiero reiterar en que algunas costumbres están fuertemente arraigadas entre la población hidrocálida y que se han resistido a la influencia de factores endógenos; concretamente nos referimos a los hábitos alimenticios y del vestir. Se da el caso que que un gran porcentaje de la sociedad prefiere cenar en la *Cenaduría San Antonio* y comer *Carnitas San Pancho*, que en una franquicia como *Pizza Hut,* (por cierto en los dos negocios que eixisten de esta marca, el de Avenida Universidad y el de Galerías, frecuentemente se ven si clientes). Lo mismo ocurre con *Pizzasola*, *The Italian Coffe*, *La Butaca*, un restaurante libanés, el de pastas italianas; y lo que pasa en los negocios de restaurat, ocurre en importantes firmas de ropa, al extremoqwue algunas se han visto obligadas a salir de la ciudad por falte de clientela. Enel caso de los restaurantes, frecuentemente donde uno cierra llega otro, como e el caso de un de comida china, que en su lugar abrió un brasileño. Dice Hugo Lozano Galindo lo siguiente:

> *El surgimiento de puntos de comida es irrefenable y lo mismo ocurre a nivel de loncherías o puestos callejeros o semifijos, que en materias de restaurantes debidamente establecidos y de prestigio. La zona norte de la ciudad se ha convertido en un imán para los nuevos restauranteros, y en el lapso de tres años se han asentado ahí establecimientos dedicados a la comida especializada-argentina, brasileña, china, japonesa, rápida, etc., con una rotación frecuente ya que al cierre de una firma, se asienta otra, muchas veces en las mismas instalaciones* (Lozano Galindo, 23/05/2002: 2/A).

b) Cada sociedad tiene su propia cultura, de la cual la gastronomía forma parte. Como quda dicho, en Aguascalientes, sugiero que hay una comida tradicional, más no existe una comida típica, propia de este lugar de la que nos sintamos orgullosos y que sea conocida a nivel nacional, como la hay en otros estados o regiones del país. Algunos afirman que sí existe y mencionan los tacos dorados de papas con repollo, los chiles en curtido, a la pasr de ciertas golosinas, lso dulces

de guayaba, las charrascas, las charamuscas, las "varitas" (manzanas cubiertas con dulce rojo), las "trompadas" y los "ladrillos" de pan, entre otros más. Pero creemos que estos ejemplos no son representativos de comida típica o golosinas por producirse también otras regiones. En fin, que no podemos gloriarnos como Puebla con sus camotes y mole, Celaya e Irapuato con su cajeta y las fresas con crema respectivamente; y lo mismo podemos en comida, pues los platillos que saborea el citadino tienen parte local, regional y nacional.

c) Tres décadas atrás, la ciudad de Aguascalientes se caracterizaba por su pasividad al igual que muchas otras ciudades de provincia; la gente se conocía mejor y en las calles se escuchaban los saludos personalizados como "¡adiós Don Julio!" o "¡adiós Doña Teresa!". Fue a partir de la década de los ochenta como fruto del crecimiento urbano, del incremento poblacional, la migración y de la industrialización, en que se comenzaron a establecer en varios puntos de la ciudad, sobre todo en la parte norte donde se localiza la zona más exclusiva, la apertura de restaurantes de comida internacional, cadenas de franquicias de alimentos, como hamburguesas, pizzas y pollo empanizado "cacheado" estilo americano, que le han dado una fisonomía moderna al viejo rostro de la ciudad. Estos nuevos sitios de gastronomía global incidieron para que los tradicionales restaurantes de lujo, *La Palapa de Charly,* el *Mitla*, *La Mestiza Yucateca*, *Villa Andrea* o el restaurante familiar *México Lindo*, se vieran sometido a una competencia férrea contra éstos, así como el resto de los más de 1,500 locales de bebidas y alimentos.

d) La transnacionalización cultural de la gastronomía, es decir, la manera en cómo se hibridan las diferentes ofertas de comida en Aguascalientes, no ha logrado desterrar los hábitos alimenticios tradicionales de su sociedad. Quienes más consumen alimentos de otros países son las clases altas y medias altas, sobre todo los jóvenes y los niños de esos estratos sociales; pero el hidrocálido común sigue comiendo lo que acostumbra desde su infancia, pues "la otra" le resulta muy "sin chiste" e insípida. No podemos negar, que cada vez que una familia entra a una cadena de comida rápida, como a un *Mc Donald's* o un *Burger King* que ya existen dos de cada uno en la ciudad-capital, es probable que se estén generando futuros consumidores de ese tipo de alimentos, sobre todo los niños que contrarrestan con los tradicionales.

e) Aunque en la actualidad existe una gran cantidad de lugares para comer fuera de la casa, aún no existe una cultura en el citadino de frecuentarlos como en las grandes metrópolis del país, siendo una de las causas que muchos de los comercios cierran a las dos de la tarde para ir a comer y abren a las cuatro. Pero aún así, debido a las grandes distancias que hay entre un lugar y otro de la ciudad, ya sea para trabajar, estudiar, etc., muchas personas han optado por comer fuera de su casa, no con la familia, sino con sus compañeros de trabajo, en un merendero o en una fonda económica donde se prepara comida corrida, o en una lonchería. La costumbre de comer fuera del hogar, estuvo en gran medida influida por los trabajadores del INEGI, en particular los que han venido de la ciudad de México, que por las distancias tan largas tenían la necesidad de comer fuera de su hogar.

f) La historia nos enseñan, que los imperios no sólo imponen al resto del mundo su proyecto económico, sino también su modo de vida, su cultura. En la época en que vivimos, los Estados Unidos influyen para que los demás países adopten la ideología y la forma de pensar norteamericana; pero también sus hábitos de consumo, y entre éstos su cultura gastronómica; en particular, la comida que ofertan las franquicias de comida rápida, de tal forma que hasta la población de un país devastado por la guerra como el iraquí, puede consumir hamburguesas *Mc Donald's*. Lo anterior se explica por la siguiente nota: *"El pasado 13 de octubre, una conferencia en Londres con el título "Hacer negocios en Irak: cómo relanzar el sector privado", recibió la buena nueva de que Mc Donalds, junto con otras compañías, podrán vender hamburguesas y patatas fritas en Irak"* (Docena, 2003: 53). Sin duda que lo que se pretende hacer Irak, en la Entidad ya tiene tiempo de haberse consumado.

g) Debido al establecimiento de restaurantes y franquicias de comida rápida en diferentes rumbos de la ciudad, el paisaje urbano se está transformado de tal manera, que la imagen de la ciudad está adquiriendo matices de modernidad que cada vez suplen las zonas y barrios más tradicionales. Son un ejemplo las cuatro cadenas de la franquicia *Domino's Pizza,* que se encuentran una en Los Bosques, otra en la Avenida Las Américas, la tercera en La Alameda y la cuarta por el INEGI. Lo mismo podemos observar de las dos franquicias de hamburguesas *Burger King*, instalada una al sur de la ciudad y la otra al norte dentro del complejo comercial Galerías. Con la "invasión" de estos establecimientos gastronómicos, la ciudad se moderniza,

pero a la vez empiezan a incrementar focos focos de delincuencia y criminalidad en diversos puntos de la urbe, sobre sobre todo en las colonias y barrios populares.

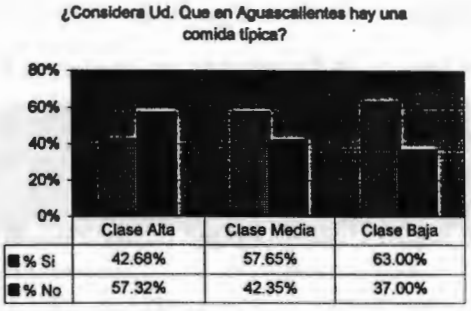
h) Bob Marley, el famoso cantante de reagge jamaiquino, decía que *"un pueblo sin historia es como un árbol sin raíces"* ; y en efecto, en la cultura, y en particular en el folklore popular, que tambien fue motivo de estudio de Antonio Gramsci, y que se caracteriza por su oposición a la cultura de élite, se encuentran las raíces de un pueblo; y en consecuencia, la cocina mexicana forma parte de nuestra cultura que es muy rica en variedades regionales. En nuestro Estado, la falta de una comida típica que nos caracterice, es suplida por personas que se han distinguido por ser verdaderos maestros en el arte culinario, ya que han puesto toda su imaginación y empeño en lo que respecta a la elaboración de infinidad de platillos mexicanos, como es el caso del *Chef* Hilarión, gastrónomo ampliamente conocido en el país. En el mismo tenor, destaca el Licenciado Pedro Chávez Recendez, Director General de Gastronomía Industrial del Bajío (GIBSA), empresa que opera desde 1995 y que se ha distinguido porque vende alrededor de 7 mil comidas diarias a trabajadores que laboran en empresas del centro-norte y occidente del país como Jalisco, Zacatecas y Aguascalientes.

i) Se han realizado estudios sobre la temática gastronómica. Es el caso, de Bronislaw Malinowski sobre la sexualidad y la reproducción biológica, las obras de C. Lévi-Strauss, en particular *Lo crudo y lo cocido* (1968) y *De la miel a las cenizas* (1972), así como Michel De Certeau y Pierre Bourdieu como es el caso de *La distinción*. Estos autores, han estudiado la cultura del consumo gastronómico con gran profundidad, y han encontrado un importante componente simbólico en la manera en que se consume. Para concluir con este capítulo, presento los resultados del cuestionario aplicado en diversas zonas de la ciudad.

4.1.- ¿Considera Usted que en Aguascalientes hay una comida típica?.- Del total de los encuestados, que fueron 267 equivalente al 100%, el 55.06% considera que sí existe una comida típica, mientras que el 44.94% contestó que no. Quienes más creen en la primera opción son el 63.00% de entrevistados de la clase baja y el 57.65% de la clase media; y por el contrario, la clase alta que fue el 57.32%, es la que más está en desacuerdo en que haya una comida originaria de Aguascalientes. En las respuestas a la pregunta siguiente, nos damos cuenta de la diversidad de alimentos que aunque sean típicos o no, de la variedad alimenticia que hay en el Estado.

5. Comida típica en Aguascalientes

	GRUPOS SOCIALES	Si	% Si	No	% No	Total	Total %
1	Clase Alta	35	42.68%	47	57.32%	82	100%
2	Clase Media	49	57.65%	36	42.35%	85	100%
3	Clase Baja	63	63.00%	37	37.00%	100	100%
	Total	147		120		267	
	%	55.06%		44.94%		100%	



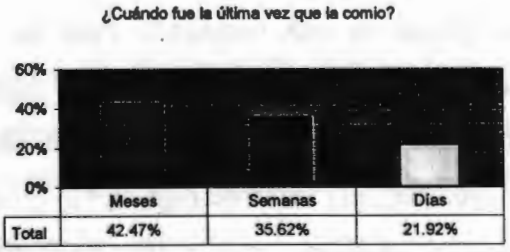
4.2.- ¿Cuál es esta comida?.- Para los 147 encuestados que contestaron esta pregunta, la comida típica consiste en lo siguiente: **Clase Alta**: (1) embutidos (encurtidos a base de tortillas y frituras), (1) "chaskas" (vasos desechables que contienen granos de maíz con chile, limón, sal y mayonesa), (2) tacos de hígado, (1) pozole, (1) enchiladas con pollo, (6) chiles rellenos, (1) birria, (1) enchiladas estilo Aguascalientes, (1) pozole rojo, (1) tacos dorados con papas, (1) "ladrillos" (pan), (5) enchiladas rojas, (4) "gorditas", (1) tacos de tripas, (1) chiles en nogada, (2) pacholas, (1) quesadillas "gringas", (1) "burritos", (1) chilaquiles, (1) "chiquiadas", (1) birria. **Clase Media**: (7) "gorditas", (10) "enchiladas, (8) mole, (5) pozole, (1) arroz, (1) chicharrón verde, (1) frijoles y chile, (2) tamales, (1) lechón, (1) chiles en nogada, (1) quesadillas, (1) nopales con pico de gallo, (4) birria, (1) menudo, (1) chile estilo Aguascalientes, (1) tacos, (1) antojitos mexicanos, (1) carnitas, (1) chilaquiles. **Clase Baja**: (7) carnitas, (15) pozole, (6) "gorditas", (3) tacos, (5) birria, (4) tamales, (3) atole de frutas, (1) enchiladas, (4) flautas, (6) esmeriles, (1) tacos de cabeza, (1) menudo, (1) bolillo con crema, (2) nopales con huevo, (4) "chaskas". Como podemos observar, no existe diferencia para las tres

clases sociales de lo que es una comida típica, ya que para ellas, el pozole, las gorditas o los tacos, por mencionar algunos ejemplos, forman parte de lo que es una comida de este tipo. Para nosotros más bien sería comida tradicional pero no originaria del Estado, a excepción de los dulces de guayaba, los esmeriles o los "ladrillos" de pan por ejemplo.

4.3.- ¿Cuándo fue la última vez que comió una comida típica?.- Esta pregunta la contestaron 146 personas, el 42.47% de ellos afirmaron que comieron un platillo típico en el lapso de meses, el 35.62% en semanas y el 21.92% en menos de una semana. La clase baja es la que más la ha comido en meses -26-, la clase media -20- es la que más la ha comido durante semanas, y la clase baja la ha comido en promedio de días -15-. Respecto a la clase alta, es la que menos la ha comido en meses -16- y semanas -13-. Para algunos informantes de la clase baja que habitan las viviendas más pobres como "Hojalateros" o la Colonia "Palomino Dena", la comida típica consiste en un bolillo con crema y un "cuerito" o frijoles con chile y nopales que según ellos, es lo que desayunan, comen y cenan durante los 7 días de la semana.

6. Frecuencia de comida típica

	GRUPOS SOCIALES	Meses	Semanas	Días	Total
1	Clase Alta	16	13	8	37
2	Clase Media	20	20	9	49
3	Clase Baja	26	19	15	60
	Total	62	52	32	146
	%	42.47%	35.62%	21.92%	100%



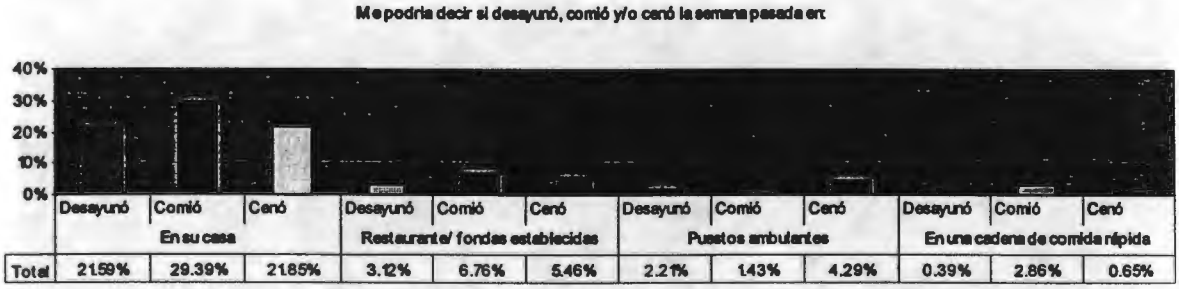
4.4.- ¿Me podría decir si desayunó, comió y /o cenó la semana pasada en un restaurante/ fonda, un puesto ambulante, en su casa o en una cadena de comida rápida?.- Regularmente, los aguascalentenses acostumbran a desayunar (21.59%), comer (29.39%) y cenar (21.85%) en su hogar. Por el contrario, las cadenas de comida rápida son los sitios gastronómicos que menos les agradan para comer, siendo la clase alta la que más frecuenta las franquicias; así por ejemplo, es la que más desayuna -2-, come -18- y cena -4- en dichos establecimientos. También la clase baja es la que más desayuna -94-, come -96- y cena -94- en su casa. En cuanto a las fondas y restaurantes fijos, la clase alta es la que también acostumbra más a desayunar -15-, comer -43- y cenar -30- en ellos. Las respuestas son obvias, ya que la clase alta al poseer un mayor poder adquisitivo, es la que más frecuenta los restaurantes de lujo y las franquicias de comida. Por otro

lado, la gráfica nos demuestra también que aún cuando los hidrocálidos cada vez comen más fuera de su hogar, la casa continúa siendo el lugar predilecto para comer.

7. Comer dentro o fuera de casa.

	GRUPOS SOCIALES	En su casa			Total	Restaurante/ fondas establecidas			Total	Puestos ambulantes			Total	En una cadena de comida rápida			Total	Total General
		Desayunó	Comió	Cenó		Desayunó	Comió	Cenó		Desayunó	Comió	Cenó		Desayunó	Comió	Cenó		
1	Clase Alta	64	67	68	199	15	43	30	88	9	4	19	32	2	18	4	24	343
2	Clase Media	8	63	6	77	7	9	11	27	7	3	10	20	1	4	0	5	129
3	Clase Baja	94	96	94	284	2	0	1	3	1	4	4	9	0	0	1	1	297
	Total	166	226	168	560	24	52	42	118	17	11	33	61	3	22	5	30	769
	%	21.59%	29.39%	21.85%	72.82%	3.12%	6.76%	5.46%	15.34%	2.21%	1.43%	4.29%	7.93%	0.39%	2.86%	0.65%	3.90%	100%

Por otro lado, la gráfica nos demuestra también que aun y cuando los hidrocálidos cada

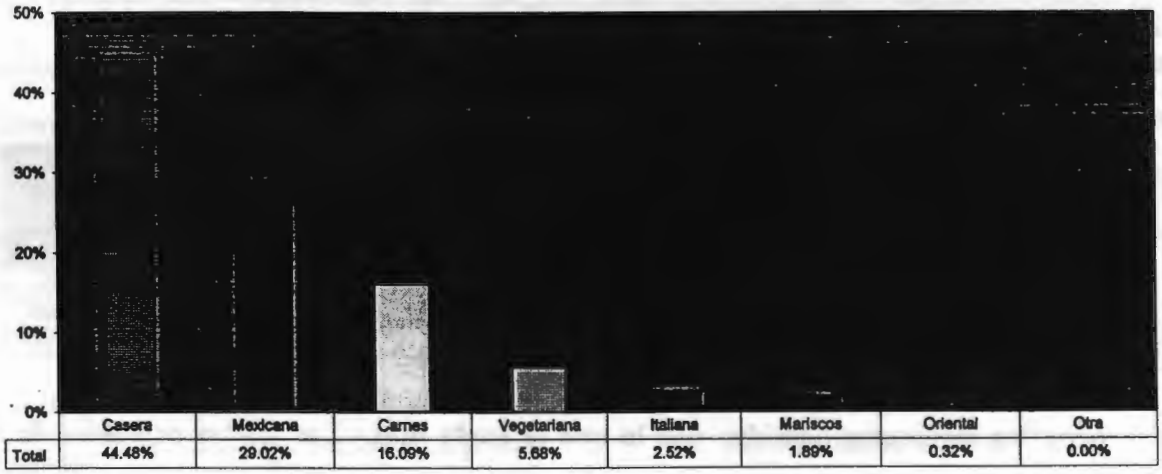


4.5.- Ordene las siguientes comidas por la que le gusta más.- Los gustos culinarios de los aguascalentenses son los siguientes, y varían de una clase social a otra: la comida casera con el 44.48%, la mexicana con el 29.02% y las carnes con el 16.09% son las que más les gusta a los entrevistados. Respecto a la primera, la clase baja -69- es la que más la consume, y la segunda y la tercera les gusta más a la clase media y a la baja, con 39 y 19 cada una respectivamente. Por el contrario, la comida oriental (0.32%), en particular la china, taiwanesa y japonesa, es la que menos les gusta, y la comida italiana -8- y los mariscos -6- les agrada más a la clase alta que a otras. Por otra parte, la comida vegetariana -que cada vez se hace más popular entre la gente, incluso más que la italiana, lo cual nos sorprendió debido al auge que está teniendo entre la población, la prefieren más los miembros de la clase la clase media -13- que las otras dos clases sociales.

8. Gusto culinario.

	GRUPOS SOCIALES	Casera	Mexicana	Carnes	Vegetariana	Italiana	Mariscos	Oriental	Otra	Total
1	Clase Alta	35	14	13	0	8	6	1	0	77
2	Clase Media	37	39	19	13	0	0	0	0	108
3	Clase Baja	69	39	19	5	0	0	0	0	132
	Total	141	92	51	18	8	6	1	0	317
	%	44.48%	29.02%	16.09%	5.68%	2.52%	1.89%	0.32%	0.00%	100%

Ordene de las siguientes comidas por la que le gusta más.

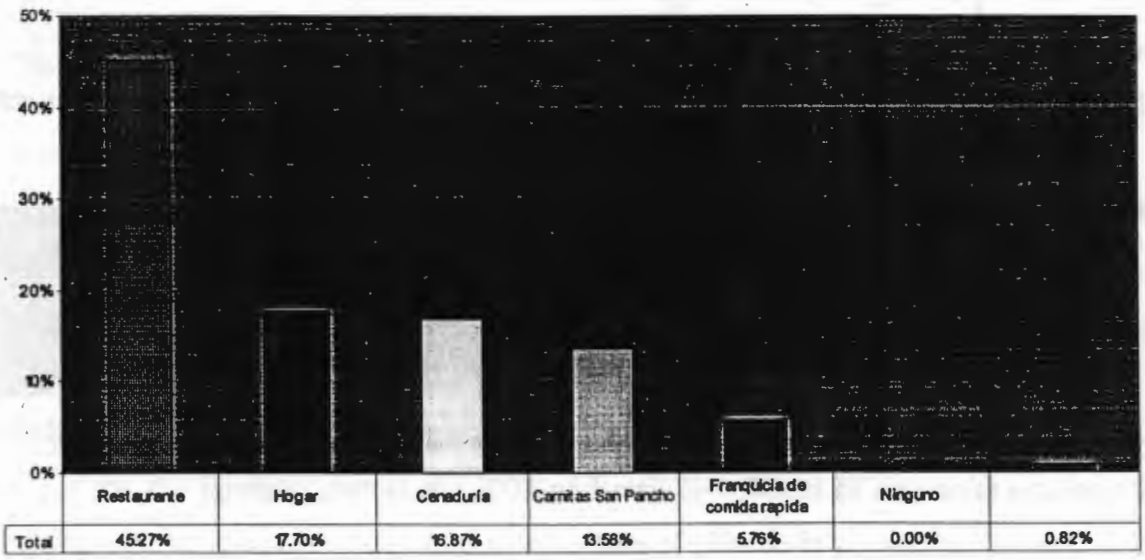


4.6.- En una ocasión especial, ¿a dónde llevaría a comer a sus acompañantes?.- El restaurante es el lugar predilecto (45.27%) de los informantes para llevar a comer a su(s) acompañante(s), sobre todo de la clase alta -58- y la clase media -36-; y en segundo lugar, el propio hogar (17.70%) es el lugar preferido para invitar a los familiares o amistades, en especial para la clase baja -23- al igual que las cenadurías -21-; mientras que las franquicias de comida rápida como *Mac Donald's*, *Pizza Hut* y *Kentucky Fried Chicken* por mencionar algunas de las más conocidas, sólo las escogieron el 5.76% de los entrevistados, y son algunos de los lugares que menos prefieren los informantes para agasajar a sus acompañantes. *Carnitas San Pancho* por otra parte, también resultó ser un lugar no muy frecuentado, siendo los miembros de la clase baja -17- y media -11- los que más lo visitan, en contraste con la clase alta de la que sólo van 5 personas a ese sitio. La gráfica enseña también, que cada vez son más los hidrocálidos que van a comer a una franquicia de comida extranjera, pero es más fuerte el gusto por la comida mexicana.

9. Llevar a comer.

	GRUPOS SOCIALES	Restaurante	Hogar	Cenaduría	Carnitas San Pancho	Franquicia de comida rápida	Ninguno	Otro	Total
1	Clase Alta	58	11	8	5	6	0	1	89
2	Clase Media	36	9	12	11	0	0	0	68
3	Clase Baja	16	23	21	17	8	0	1	86
	Total	110	43	41	33	14	0	2	243
	%	45.27%	17.70%	16.87%	13.58%	5.76%	0.00%	0.82%	100%

En una ocación especial ¿a dónde llevaría a comer a sus acompañantes?

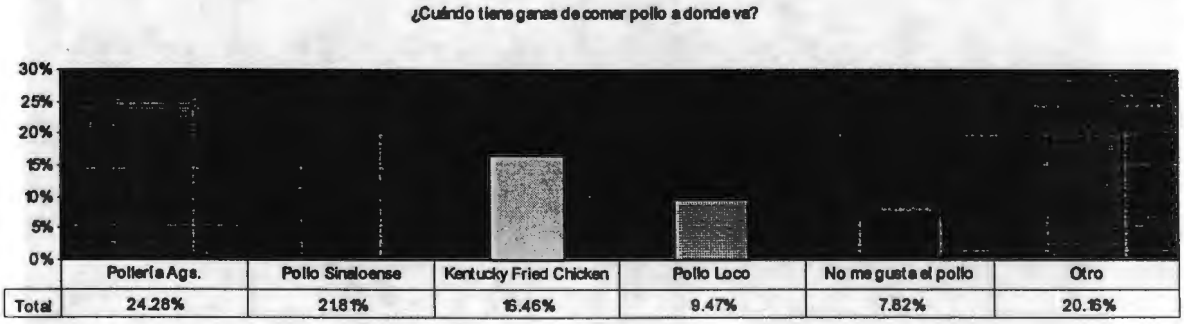


4.7.- ¿Cuándo Usted tiene ganas de comer pollo a dónde va?.- De 243 informantes, la *Pollería Aguascalientes* es el sitio que más escogen los hidrocálidos (24.28%) para comer pollo, siendo la clase baja la que más clientela tiene -25-, seguida de *El Pollo Sinaloense* con el 21.81% que es frecuentada más por la clase media -25- y alta -23-, a quienes también les agrada el *Pollo Loco* -12-. Por otro lado, la franquicia *Kentucky Fried Chicken* con el 16.46% es más visitada por la clase alta -19-, aunque no es muy del agrado de la mayoría. En el rubro "Otro", un número importante de 49 personas nombraron otras rosticerías como *El Pollo Feliz* y pollerías en general. Por otro lado, 19 personas contestaron que no les gusta el pollo. Como resultado final, considero que el pollo estilo americano que oferta la cadena *Kentucky* no ha sido tan del agrado de los hidrocálidos, a excepción de los niños. Antes de pasar a comentar las actividades religiosas en el marco del consumo cultural, Raúl Nieto ha señalado que:

Los hábitos y prácticas alimenticias tradicionalmente son relevantes para entender la estructuración de los órdenes culturales (véase Lévi-Strauss, Sahalins, etc.). En el caso que nos interesa reflejan un tipo específico de uso de la ciudad (Nieto Calleja, 1998: 252).

10. Comer pollo.

	GRUPOS SOCIALES	Pollería Ags.	Pollo Sinaloense	Kentucky Fried Chicken	Pollo Loco	No me gusta el pollo	Otro	Total
1	Clase Alta	18	23	19	9	10	14	93
2	Clase Media	16	25	10	12	3	19	85
3	Clase Baja	25	5	11	2	6	16	65
	Total	**59**	**53**	**40**	**23**	**19**	**49**	**243**
	%	**24.28%**	**21.81%**	**16.46%**	**9.47%**	**7.82%**	**20.16%**	**100%**



Capítulo V.- Prácticas religiosas y secularización.

5.1.- Introducción.

En una ciudad dinámica como Aguascalientes, no es posible dejar de lado el campo de lo religioso, y más en una sociedad que por siglos se ha organizado a imagen de este importante ámbito de lo sagrado. A través del tiempo, de igual manera que en otros estados y regiones del país, los aguascalentenses han sido tradicionalmente católicos, aunque con el pasar del tiempo y sobre todo a partir de la década de los ochentas del siglo pasado, han proliferado otras corrientes religiosas. Entre las más importantes que han penetrado algunos sectores sociales son: los *Mormones*, *Pentecosteses*, *Los Testigos de Jehová* y *Adventistas del Séptimo Día*, secta religiosa de Estados Unidos que esperan el regreso de Cristo-.

Al volver la mirada hacia el pasado, encontramos que ya a principios del siglo XX, los indios aymara en el Perú, fueron convertidos al protestantismo por miembros de esta organización religiosa; aunque su influencia era mínima en comparación con el credo católico. En la actualidad, Brasil, Chile y Guatemala, son los países en donde existe el mayor porcentaje de evangélicos. Por ejemplo, para el año 2000, en Brasil 26 millones de habitantes estaban afiliados a este tipo de congregaciones, lo cual representaba el 18% de la población (Bastian, 1997). En Aguascalientes, el catolicismo es la religión mayoritaria, de tal manera que el año se calendariza conforme a eventos de carácter religioso y popular, de tradición local y nacional. Entre los de pirmer orden mencionamos la Feria Nacional de San Marcos el 25 de abril, la festividad en honor a la Virgen de la Asunción el 15 de agosto, la del Cristo Negro del Encino en noviembre y la de La Purísima en diciembre. Ee un segundo plano se encuentran las festividades que se celebran en todo el país, como la Navidad el 24 de diciembre, el Día de los Muertos el 1° y el 2 de noviembre, y las que se hacen a la Virgen de Guadalupe, el 12 de diciembre. Tanto así, que en la actualidad ya no se dice "el día de..." sino "el mes de...", por la comercialización y consumismo en que se han convertido estos días festivos.

5.2.- Denominaciones religiosas en el contexto de una sociedad católica.

Diversas acepciones del concepto religión

Desde que el hombre apareció sobre la faz de la Tierra, por la falta de un soporte teórico y científico que le ayudara a interpretar los fenómenos naturales, tuvo la necesidad de creer en seres superiores que lo protegiera de los peligros que constantemente lo acechaban: truenos, terremotos, animales feroces, remolinos en las profundidades del agua, huracanes, etc. A través de la historia de la civilización, la religión ha pasado por diversas fases como son el animismo, el naturalismo, el totemismo y el politeísmo. Según la visión antropológica de Edward B. Tylor, para quien las fuentes principales de la religión se encuentran en un padre todopoderoso y en que después de la muerte continúa algo sobreviviendo, *"...la religión antigua surgió de las creencias de la gente en espíritus o seres de tipo divino"* (Barfield, 2000: 439). En el mundo en que vivimos, la práctica del monoteísmo es la que prevalece, pues en extensas regiones del planeta predomine la religión judeo-cristiana, la musulmana o la budista, por mencionar las más universales; aunque se dan casos, de que países como la ex-URSS practique todas ellas.

La religión es parte fundamental de la cultura de cualquier sociedad; el hombre no puede vivir sin creer en deidades sobrenaturales. El sociólogo Emile Durkhein que se interesó sobre el tema de lo religioso, plasma sus observaciones en su obra ya clásica, *Las formas elementales de la vida religiosa* (1915). Para Durkheim lo sagrado -entendido como lo que se encuentra fuera de la realidad y que por ello es extraño al mundo cotidiano- está ligado a la ceremonia o ritual, que tiene como finalidad hacer que los participantes tomen conciencia de la colectividad en que viven. Afirma: *Una religión* -afirma el sociólogo francés- *es un sistema solidario de creencias y de prácticas relativas a las cosas sagradas, es decir, separadas, interdictas, creencias que se unen en una comunidad moral llamada Iglesia, a todos aquellos que se adhieren a ellas"* (Durkheim, 1968: 49). Coincide con Durkheim la postura del antropólogo inglés Gluckman, para quien el ritual sirve para cohesionar al grupo social, pero añade que también es *"una exageración de los conflictos reales de las normas sociales y una afirmación de la existencia de la unidad a pesar de estos conflictos"* (Kuper, 1973: 178). Podemos decir que para Gluckman, el conflicto es una transgresión necesaria para preservar el orden social.

En 1919 E. Troeltch propuso una definición de Iglesia, pero desde una postura crítica, ya que para él ésta es una institución social, en la que sus representantes tienden a unirse a las clases dominantes para continuar su reproducción como clase hegemónica; Troeltch nos hace recordar

la famosa frase de Karl Marx, en el sentido de que "...la religión es el opio de los pueblos". Patricia Fortuny Loret de Mola glosa a Troeltch de la siguiente manera: *"(La Iglesia) Es aquella institución religiosa que afecta, influye, domina, o intenta afectar influir o dominar a la sociedad en la que está inmersa"* (2001: 76). La práctica religiosa es el camino mediante el cual aceden los fieles al mundo espiritual. La Iglesia es un lugar divino en la Tierra, y el sacerdote funge como intermediario entre el mundo material y el sobrenatural en donde reina una o varias deidades que se preocupan por los humanos. Al respecto, es pertinente traer la definición del antropólogo francés C. Lévi-Strauss sobre religión, ya que para él la religión va de la mano con la magia:

> *El antropomorfismo de la naturaleza (en que consiste la religión) y el fisiomorfismo del hombre (por el cual definimos la magia) forman dos componentes dados siempre, y cuya dosificación solamente varía. Como señalábamos anteriormente, cada una envuelve a la otra. No hay religión sin magia, como no hay magia que contenga, por lo menos, un poco de religión. La noción de una sobrenatura no existe más que para una humanidad que se atribuye a sí misma, poderes sobrenaturales, y que presta a su vez, a la naturaleza, los poderes de superhumanidad* (Lévi-Strauss, 1964: 321).

Un punto de vista diferente al de Durkheim y Lévi-Strauss sobre religión es el de Pierre Bourdieu, en quien se manifiesta la influencia de Marx, y por lo mismo se acerca más a Troeltsch. Loret de Mola siguiendo a Bourdieu afirma que para él *"...el campo religioso en cada sociedad reproduce en su interior la dinámica de las relaciones de poder y los conflictos que se dan en lo político y social. En la instancia religiosa, como en la política, se establece una lucha por el monopolio de lo sagrado entre las diversas ofertas religiosas"* (2001: 81). Otro ejemplo semejante al afirmado por Bourdieu, es la lucha que por siglos se ha sostenido entre el ala conservadora y la progresista en el Vaticano.Ted C. Lewellen opinia lo siguiente:

> *El papel de la religión en la política se manifiesta de tres maneras: 1) el poder puede reposar directamente en la religión, como ocurre en una teocracia; 2) la religión puede utilizarse para legitimar a la élite dominante; y 3) la religión puede proporcionar las estructuras, creencias y tradiciones subyacentes que son manipuladas por cuantos aspiran al poder* (Lewellen, 1994: 92).

Es innegable que de la misma manera que en los sistemas políticos existen posiciones encontradas entre partidos opositores que luchan por alcanzar el poder, acontece en los diferentes

sistemas religiosos. Desde otra perspectiva, se puede afirmar entonces, que las creencias y las prácticas religiosas son algunas de las formas de consumo cultural que en el lapso de poco más de dos décadas, han sufrido transformaciones relevantes, y que a su vez, han repercutido en el quehacer cotidiano, y en las costumbres de las personas, y por supuesto en Aguascalientes. Aunque existe una mayor diversidad de religiones en el mundo, la sociedad mexicana continúa siendo católica romana, lo que atestigua las visitas a México del Papa Juan Pablo II recién fallecido. El término *costumbre* es muy amplio, y cuando se habla de *costumbres tradicionales*, como el gusto por una religión en especial, nos referimos a las pautas culturales que son parte esencial de una sociedad cualquiera, y que por lo mismo, son transmitidas de una generación a otra. Los humanos somos transmisores así como receptores de cultura; la forma en que los hidrocálidos estamos habituados a convivir, la manera en que estudiamos, nos comunicamos, rezamos, descansamos, y hasta cómo enterramos a nuestros muertos, tiene que ver con una cultura propia. Esto viene a constatar, que la religión es una parte de la cultura.

Las denominaciones protestantes en Aguascalientes

Según anota Fortuny Loret de Mola, fue en el siglo XIX, cuando llegaron a nuestro país las primeras iglesias llamadas protestantes históricas[30]; más tarde, en las primeras décadas del siglo pasado, surgieron las iglesias *pentecostales*, y a mediados de ese siglo comienzan a propagarse las organizaciones *paraprotestantes*, que provenían principalmente de los Estados Unidos, y básicamente estaban integradas por *Los Mormones*, *Los Testigos de Jehová* y los *Adventistas del séptimo día*. En la década de 1970, cuando el país salía de la [...] década "sesentera", se dio, sobre todo en algunas ciudades como León, Tijuana y Aguascalientes una "tercera ola" de *pentecostalismo* o *neo-pentecostalismo* (2001: 76).

Esta denominación religiosa, según Fortuny Loret de Mola (1994: 52), es una de las que más impacto han tenido en la sociedad mexicana. Sus orígenes se remontan en las primeras décadas del siglo pasado, cuando empiezan a llegar al país, adeptos de esta corriente devota que provenían de los Estados Unidos, que de inmediato iniciaron una labor de proselitismo entre la población. Asimismo, los mexicanos pobres que habían salido de México hacia ese país por la

[30] Según los archvos eclesiásticos locales, fue en 1879 en que por primera vez piden los presbiterianos a las autoridades civiles permiso de construir un templo en la ciudad.

Revolución Mexicana, una vez que finalizó, muchos regresaron al país y comenzaron a propagar en los paisanos en esta religión, a la cual se habían convertido en su estancia por aquellas tierras. De las Iglesias *neo-pentecostales* que han tenido más arraigo en las ciudades mexicanas y de las más conocidas por el pueblo son: *Centro de Oración Palabra de Fe*, *Centro Cristiano*, *Vino Nuevo*, *Castillo del Rey*, *Amistad Cristiana* y *Centro Cristiano Calacuaya.* Cabe hacer la observación, que cada día son más los adeptos de las clases medias en Aguascalientes que se insertan a estas denominaciones religiosas, como son los profesionistas, servidores públicos y funcionarios de rango medio (Hernández, 2002: 32). "*En los años ochenta Fortuny recuerda los pentecostales representaban el 70 por ciento de todos los protestantes mexicanos. El paradigma pentecostal se caracterizaba por tener una tradición oral que predomina sobre la cuestión escrita, una teología narrativa y de experiencia personal que permite una amplia participación en los niveles de reflexión, oración y dirección, por la manifestación y el uso de sueños, visiones y revelaciones* "(2001: 87).

En la capital del Estado, ha bajado de 96% a 88.25% el número de sus seguidores -según datos del XI Censo de Población y del manuscrito *Catálogo de Religiones en México* por Alberto Hernández y José Luis Molina, lo cual significa que aun y cuando predomna en el Estado el catolicismo, se estima que un poco más del 10% de la población, sobre todo la que vive en la ciudad de Aguascalientes, ha preferido formar parte de otras organizaciones religiosas, porque han encontrado en ellas parte de su identidad social. Las que más han proliferado entre la sociedad hidrocálida son: los *Evangélicos*, los *Pentecostales,* que se calcula que en la década de 1980 constituían cerca del 70% del total de los protestantes que había en el país; los *Neopentecostales*, la *Iglesia del Dios Vivo*, los *Adventistas del Séptimo Día*; los *Testigos de Jehová*; la *Iglesia de Jesucristo de los Últimos Días,* la Iglesia *La Luz del Mundo* y otras que oficialmente no están bien especificadas. Genaro Zalpa, en su libro *Las iglesias en Aguascalientes. Panorama de la diversidad religiosa* (2004), dice que hay en el Estado alrededor de 30 denominaciones cristianas.

Por otra parte, según estimaciones de Fortuny Loret de Mola (1994 :61), la *Iglesia Luz del Mundo*, ha logrado conservar muy buenas relaciones con el Gobierno, de tal manera que dentro de la sociedad tapatía, de donde es originaria, ha logrado mantener un nivel de estatus muy

elevado. Lo peculiar es que esta Iglesia, es una congregación religiosa protestante de origen nacional, que se ha difundido por varias regiones del país y en algunas partes del mundo, pero sobre todo en la ciudad de Guadalajara, que es donde se encuentra su sede principal, cuyo templo es considerado el edificio religioso más grande de toda América Latina. Existen en la República Mexicana existen derivaciones de esta secta religiosa en el Distrito Federal, en Tetela del Volcán, Morelos, en El Caponal, Nayarit y en otras ciudades. Fueradel país tiene fundaciones en Los Ángeles, California, Chicago, Nueva Cork y Houston, en los Estados Unidos; en Montreal, Canadá; en Talca, Chile y en Brasil. Un aspecto que llama la atención de esta opulenta Iglesia, en donde se calcula que caben alrededor de 17 mil fieles, es que está ubicada en una de las zonas más pobres de Guadalajara que es la colonia *Hermosa provincia*. La construcción del inmenso edificio lo hicieron miembros de la misma congregación, que no cobraron ni un centavo, y que en su mayoría es gente pobre que vive en los barrios aledaños, muchos de los cuales son fieles devotos (Del Río, 1999: 227-236).

La influencia que ha tenido el protestantismo en los mexicanos, se manifiesta en que Chiapas ha llegado a convertirse en un estado con minoría católica, y con una población que en su mayoría practica otra religión, en comparación con el resto de los estados, pues como asegura Rosalva Hernández Castillo, en dicho Estado las diversas etnias se agruparon de manera diferente en el protestantismo, que mucho tiene que ver con el olvido en que los tiene el catolicismo (2000: 34-36). Desde la década de los noventa, existía ya en el territorio nacional, una entidad de la República, el estado de Tabasco, en donde la religión católica ya no es la dominante, sino las creencias protestantes. Anota Bonfil Batalla:

> *El cambio religioso, el crecimiento de la afiliación a congregaciones protestantes [...], es algo que no podemos negar. Hasta donde sé, aunque todavía no tenemos los datos del censo del 90 sobre esto, algunas tendencias indicarían que, por primera vez, un Estado de la República, concretamente Tabasco, puede tener minoría católica. Con todas las [...] y limitaciones de los datos censales[...], podríamos tener ya quizás un Estado con minoría católica* (1990: 85).

Aún cuando el catolicismo es la religión oficial, no debemos descartar el incremento de otras religiosas que están surgiendo en diversos contextos de la sociedad; especialmente en aquellos lugares en los que vive la gente pobre, como son las zonas marginadas de las ciudades, en las

poblaciones semi rurales y rurales, e incluso en las comunidades indígenas como es el caso de Yucatán y de otros estados. La práctica de las creencias protestantes, en particular los *Pentecostales* y *Los Testigos de Jehová*, se ha infiltrado en las escuelas públicas, en donde se han suscitado serios problemas debido a que algunos niños de educación primaria se han negado a prestar honores a la bandera, ya que en sus familias se les ha inculcado otro tipo de valores que no corresponden a los de su propia nacionalidad. En Aguascalientes, de igual manera que en otras entidades de la república mexicana, se han generado serios problemas en algunos planteles educativos, entre los padres de familia, muchos de los cuales cambiaron de religión cuando se fueron a trabajar a E. U., y sus hijos que practican esta profesión con los directores de algunas escuelas oficiales. Según Carlos Garma Navarro, investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa de esta corriente religiosa, la identidad de estas "agrupaciones de disidencia religiosa" se basa en *"los procesos psicológicos del individuo que reafirman la existencia propia frente a la alteridad del otro"*(Zarate Vidal, 1997: 121). Acerca de este conflicto, Garma Navarro Navarro opina:

> *Dentro de las escuelas mexicanas, la creciente presencia de niños, que profesan la religión conocida como Los Testigos de Jehová ha creado un conflicto lamentable. Estos niños se niegan a saludar la bandera nacional y hacer honores a la bandera nacional durante los actos cívicos que se realizan en los planteles semanalmente. Su credo les prohíbe llevar a cabo estas acciones, ya que se interpreta literalmente el precepto del Viejo Testamento que prohíbe la adoración de imágenes e ídolos. Las autoridades religiosas indoctrinan a sus miembros que esta regla se debe aplicar incluso a los símbolos patrios. En las familias de los creyentes, se les exhorta a los niños a obedecer esta concepción* (1994: 21).

Los problemas entre sociedad y grupos religiosos protestantes no son privativos de Aguascalientes, sino que se han generado en otros estados del país, e incluso en otras naciones, en particular con *Los Testigos de Jehová*. Esta asociación religiosa se fundó en Estados Unidos a fines del siglo XIX, y actualmente tiene su sede en Brooklyn, Nueva York. Se fija como objetivo para sus miembros, que ganen adeptos por medio de la proclamación del Reino de Jehová, ya que según ellos, en su doctrina sólo existe un Dios que es Jehová, el cual creó un Hijo que fue el Arcángel Miguel. Además de que se niegan a prestar honores a los símbolos patrios, también se les prohíbe participar en las guerras, hacer el servicio militar, rechazan las transfusiones de sangre, las vacunas y el transplante de un órgano del cuerpo, etc. En el mes de noviembre último

presentaron sus dirigentes la Asamblea de Distrito en el Auditorio Morelos, espacio que se destina por lo regular a exhibiciones deportivas, a conciertos de música, la que estuvo engalanada con la presencia de Alan Parsons Project y "El Puma" *Celosos Proclamadores del Reino 2000*, a la que asistieron cerca de cinco mil adeptos de diferentes clases sociales, así como invitados especiales, con la finalidad de escuchar consejos para practicarlos en base a preceptos bíblicos (*El Sol del Centro*, 18/11/2002: 10/A).

Breve historia del catolicismo en la Entidad

El estado de Aguascalientes ha sido uno de los estados de la República Mexicana que más se ha caracterizado por su religiosidad, que lo hace ser un Estado apostólico, católico y romano, al igual que Los Altos de Jalisco y el Bajío. Confirma lo que estamos diciendo la reciente visita que realizó Juan Pablo II el 8 de mayo de 1990. El Papa, cuyo destino era la ciudad de San Juan de los Lagos, hizo una breve escala en el aeropuerto Jesús Terán de esta ciudad para saludar a cerca de 6,000 mil fieles que pernoctaron la noche en ese lugar con la esperanza de ver, aunque fuera por unos minutos, al representante de Dios en la Tierra. Entre gritos de emoción, sollozos de alegría y aplausos, no cesaron de oírse porras como "Juan Pablo Segundo, te quiere todo el mundo"; el Pontifice respondió a los "corazones calientes" con la misma emoción e hizo un llamado al profesorado para que modernizaran la educación. Por cierto, en una de las zonas más concurridas de la ciudad de Aguascalientes, se acaba de develar un bello monumento en honor a Juan Pablo II, quien ha sido el guía espiritual de la Iglesia Católica por mucho tiempo (Brand, 2003: 64), y en la que se han ofrecido misas después de su muerte.

Uno de los episodios más importantes en la historia de México, y que tuvo fuertes repercusiones en el estado de Aguascalientes, fue la llamada *Guerra Cristera,* episodio que ha estudiado a profundidad el historiador Jean Meyer. Comenzó en 1926 y se le llamó así porque los que tomaron las armas llevaban a la espalda la cruz; loscristerios defendieron a ultranza su credo religioso y a Cristo su guía. En Aguascalientes, al igual que en otras regiones y estados del país, sobre todo de Jalisco y en El Bajío, el movimiento estaba compuesto por gente campesina y de conviciones religiosas profundas; sus acciones se desarrolaron fundamentalmente en el medio rural. Esta guerra tuvo dos facetas: la primera, el preludio, inició en marzo de 1925 con el homicidio de varios creyentes cuando salían de misa del templo de San Marcos, y terminó en

1929 con la firma de los llamados *arreglos* entre el gobierno de Portes Gil y la Jerarquía Eclesiástica.

La segunda etapa ocurrió entre 1933 y 1938, durante el gobierno del General Lázaro Cárdenas en un contexto en que las relaciones entre la Iglesia y el Gobierno estaban en su punto más álgido. Esta segunda etapa estuvo dirigida princiaplemnte contra los maestros que defendían la educación socialista, y en ella se dieron hechos de sangre en que los cristeros victimaron a algunos profesores de tendencia socialista. Culminó con la muerte de los líderes cristeros que participaron en el evento y porque la Jerarquía Ecleswiástica les retiró su apoyo. Después de todo, resulta un tanto extraño que esta contienda bélica, haya tenido resultados positivos para el desarrollo económico, social y cultural de la Entidad, ya que la guerra provocó que muchos inmigrantes de los poblados cercanos, en particular la de Los Altos de Jalisco, se marcharan de sus lugares de origen, y rehicieran una vida nueva en estas tierras. Con el paso de los años, esta gente de espíritu emprendedor, que por siglos se había dedicado a la ganadería, logró que nuestro Estado se convirtiera en la segunda cuenca lechera en el país.

A partir de que finalizó esa conflagración social, se restructuraron en la ciudad y diócesis diversas asociaciones piadosas, como la Adoración Nocturna, las Damas Católicas, los Caballeros de Colón y Acción Católica ensus cuatro ramas, por mencionar algunas de las más conocidas, que aún se encuentran en funciones. Otra característica que resalta en la religiosidad de los aguascalentenses, es que no únicamente veneran a la Virgen de Guadalupe, sino también a la Virgen de la Asunción y a la Virgen de San Juan de los Lagos, que son las más conocidas. En relación a esta última, es toda una tradición desde mucho tiempo atrás para el pueblo aguascalentense, que desde fines del mes de enero y hasta el 2 de febrero de cada año, cientos de fieles realizan largas peregrinaciones a pie desde todos los rincones del Estado a esa ciudad jalicience para visitar a la Virgen sanjuanera, con el fin de darle gracias por un favor recibido o por un milagro que les fue concedido, como la cura de un accidente o de una enfermedad sin remedio, la superación de un problema económico, etc.

Otro acontecimiento de carácter religioso, que se liga con aspectos políticos y que merece ser relatado por sus repercusiones sociales, fue el que sucedió en 1975. Por problemas con parte del

clero y con algunos católicos, El Vaticano destituyó de su cargo al obispo Salvador Quezada Limón, y nombró en su lugar al obispo Alfredo Torres Romero como Administrador Apostólico, situación que no fue bien vista por la Iglesia conservadora local, y de otros sectores de la sociedad; en especial de la burguesía y el pueblo hidrocálido de aquella época, que no concebían que un sacerdote con ideas avanzadas pudiera gobernarlos. En respuesta, ambos sectores de la sociedad utilizaron varios medios, programas en la radio, desplegados en los periódicos, volantes, etc., con la finalidad de coaccionar a la sociedad a fin de presionar al Vaticano para que les regresara a su obispo depuesto. La petición tuvo respuesta positiva y el prelado regresó a la titularidad de la diócesis.

El *Quincenario Mariano* y la *Romería* en honor a la Virgen de la Asunción, comenzaron a realizarse en la década de 1930 durante el episcopao de Don José de Jesús López y González y adqurió fuerza a partir de que se hizo cargo de la diócesis D. Salvador Quezada Limón; ambas celebraciones han tenido desde entonces un impacto fuerte impacto no sol entre la población citadina, sino también en el ámbito regional y nacional. La *Romería,* que en el 2004 celebró su edición XLIV, tuvo efecto la noche del 15 de agosto, siendo lo mas sobresaliente el desfile de congregaciones religiosas, asociaciones laicas, los trabajadores de empresas, terminando con la parada de diversos grupos de transportistas, como los autobuses urbanos, taxistas y transportes de carga pesada, haciéndose acompañar de diversos carros alegóricos.

Los carros alegóricos se presentan adornados con globos de varios colores, entre los que destaca el azul y el blanco, los colores de la túnica de la Virgen; hacen un extraordinario bullicio a su paso, por el pitido ensordecedor y el ruido de las máquinas, con el fin de llamar aún más la atención entre el público, que desde muchas horas antes de su inicio, llueva o truene, que es lo más seguro por estas fechas, se vuelca con ansiedad en el límite de las aceras de algunas de las calles principales de la ciudad, para contemplar el espectáculo dedicado a honrar la Virgen de la Asunción. Fueron alrdedor de 20 carros los que desfilaron que hacían alusión a motivos bíblico-históricos y escenas de carácter piadoso.

En una de las últimas romerías, desfilaron representando los siguientes motivos: *Los profetas mayores, Santa Teresita del Niño Jesús, San Isidro Labrador, Santo Tomás de Aquino*

"teólogo", Esther una mujer justa, Dios como fuente de Santidad, San Juan Bosco "educador", Santa Isabel de Hungría, El Arca de la Alianza, El patriarca Jacob, San Francisco de Asís y *El Buen Pastor.* Asimismo, se hizo alusión a *Los mártires mexicanos* recién canonizados por Juaa pablo II, como fue el Padre Toribio, el Padre Julio Álvarez y otros. Además de los simbólicos carros, hubo bandas de guerra -de hombres y mujeres-, motociclistas de policía y tránsito, ciclistas, los "pendones marianos" con los colores del Vaticano, amarillo y blanco, y en general peregrinos de los vecinos estados como Jalisco.

Un espectáculo que en particular llama la atención al público, ha sido el de *Los Matlachines Internacionales de Aguascalientes* con "el viejito de la danza" como una figura especial, que por cierto nos recuerda a "la vieja bruja" del teatro balines, que describe Clifford Geertz acerca de esa sociedad. Forman el conjunto danzantes profesionales que personifican los sentimientos de los pueblos indígenas prehispánicos, conocidos como los chichimecas, que fueron grupos nómadas que habitaron una gran área del centro y norte del país. Este sincretismo entre indio/español; sagrado/secular y religión católica/creencias prehispánicas, ha sido bien documentado por Carlos Monsiváis:

> *Monsiváis ha descrito, en el atrio de la Basílica de Guadalupe, este encuentro sincrético entre la religiosidad popular tradicional y la modernidad mediática, de la siguiente manera: "...Sea cual fuere la causa, los danzantes no se afligen por su heterodoxia, al Señor sólo le ofende la maldad de los corazones, y, en la práctica, el vestuario típico se agranda hasta comprender máscaras y trajes de luchadores, el Caballero Águila se asocia con Octagón, el Tlatoani es pareja de El Santo, el Enmascarado de Plata y el volador de Papantla alternan con Spider Man. Si el motivo es piadoso, el uso de lo actual lleva su perdón a cuestas [...] El nuevo sincretismo es sencillo, admite las mezclas porque las considera variaciones de un tema del siglo XVI [...]* (Citado en Nieto. 2001: 52).

El catolicismo continúa arraigado en el corazón de los aguascalentenses, por lo que permanece con gran fuerza en lo más oculto de la sociedad en que vivimos, aún cuando se está dando la intromisión de otras sectas religiosas. Por cierto, fue durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari en que se vuelve a dar un acercamiento entre el Gobierno y la Iglesia Católica, después de muchos años transcurridos desde la expedición de las Leyes de Reforma en 1859; *"...la presencia de curas de alto rango y de un delegado apostólico en el primer informe presidencial en diciembre de 1988 y la visita del Papa a México en 1990"* (Bastian, 1990: 26-28). Dice un

refrán que "para muestra un botón", y esto sale a relucir por las declaraciones que el arzobispo de Yucatán Emilo Berlié hizo hace tres años, en el sentido de que la impartición de la religión en las aulas no debe asustar a la gente. Este tipo de aseveraciones causaron expectación en algunos medios sobre todo los progresistas, ya que es conocido por la sociedad, lo que afirma el tercer artículo de la Constitución Mexicana. Dicho artículo menciona lo siguiente: *"La enseñanza es libre. La ley determinará qué profesiones necesitan título para su ejercicio"*. Pero como dice el Sr. Berlié

> *La formación en las aulas no tendrá ningún resultado si no se acompaña de principios y valores éticos y religiosos. Que no nos espante la educación confesional, si el país se ostenta como democrático y plural, que entonces sea congruente y permita el culto religioso en los planteles públicos, que dé libertad a los alumnos católicos, mahometanos, presbiterianos, protestantes y demás religiones, para que tengan espacios de oración en las escuelas, manifestó el arzobispo de Yucatán, Emilio Berlié Belaunzarán* (Acuña Medina, 2/05/2002: 1-A).

Estos discursos reflejan el interés por parte de un grupo de la Iglesia católica por ganar espacios en el ámbito de lo social, que a través del evangelio buscan el poder, gracias a la coyuntura que existe en este momento en que el PAN está en el poder. Presento una información histórica de los orígenes y desarrollo de la Iglesia Católica en Aguascalientes. Para ello, en gran parte me apoyé en información que extraje del libro *Fiestas populares* (1996), del Licenciado Miguel Muñoz Díaz, y de la obra del historiador Doctor José Antonio Gutiérrez Gutiérrez, *Historia de la Iglesia Católica en Aguascalientes Tomo I* (1999).

La ciudad de Aguascalientes fue decretada diócesis católica el 27 de agosto de 1899 por el Papa León XIII. Desde aquel año, el Estado ha sido gobernado por seis obispos: José María Portugal (1902-1912), Ignacio Valdespino (1913-1928), José de Jesús López y González (1930-1950), Salvador Quezada Limón (1951-1984), Rafael Muñoz Núñez (1984-1998) y Ramón Godínez Flores, quien desde 1998 ocupa el cargo de obispo hasta la fecha. Se estima que en 1980 había cerca de 22 parroquias en la ciudad y 41 en lo que va de este año, aparte de las 17 Capellanías, lo cual es congruente con el elevado incremento poblacional. La Diócesis de Aguascalientes, ha inscrita desde su erección a la Región Occidente con sede en Guadalajara, que está integrada por ocho diócesis que son las siguientes: Aguascalientes, Aguascalientes; Autlán, Jalisco; Ciudad

Guzmán, Jalisco; Colima, Colima; la Prelatura de Jesús María conocida como *El Nayar*; San Juan de los Lagos, Jalisco; Tepic, Nayarit y la ciudad de Zacatecas, Zacatecas.

En la ciudad de Aguascalientes, existen cinco Decanatos: Decanato Centro, Decanato Oriente, Decanato Poniente, Decanato Norte y Decanato Sur. Mencionaré a continuación los que corresponden al Decanato Centro ya que son de los más conocidos por los feligreses, sin descartar la importancia que tienen los demás. En primer lugar, la Catedral Basílica de la Diócesis, ubicada en la actual Plaza de la Patria, y que es donde se encuentran las oficinas episcopales. Respecto a esta parroquia, fue en el siglo XVII en que se estrucutró administrativamente, y en la siguiente centuria contó con el edificio que actualmlente se desempeña como Catedral (Gutiérrez Gutiérrez, 1999: 143-144). Es en este recinto donde se venera a Nuestra Señora de la Asunción el 15 de agosto, con varios eventos como peregrinaciones, danzas, juegos pirotécnicos, quincenarios y la *Romería*.

En la Parroquia del Sagrado o Conventito se venera a Nuestra Señora del Rayo la última semana de julio, y a la Virgen de Guadalupe el 12 de diciembre con un triduo; el Templo Expiatorio del Ave María, lugar en donde se expone de día y de noche al Santísimo Sacramento y la Parroquia del Señor del Encino, ubicada en el tradicional Barrio de Triana, en la que se venera al Cristo Negro el 13 de noviembre; su fiesta lo constituye un trecenario en el que se realizan actividades religiosas y profanas, como son: el tradicional marathón, fuegos pirotécnicos, una romería, peregrinaciones, y termina con el paseo del Cristo por las calles del Barrio. Acerca de la historia del templo de El Encino, que por cierto su fisonomía ha sido afectada por la instalación de industrias, José Antonio Gutiérrez Gutiérrez, basándose en datos de primera mano opina lo siguiente:

> *Se concluyó -la Iglesia de El Encino- en 1796 a esfuerzos y solicitud del actual cura Br. Dn. Miguel Martínez de los Ríos, a cuya consecuencia se concedió licencia y facultad por el M. I. y V. S. Deán y Cabildo Sede Vacante a dicho cura para su bendición y dedicación de la Sacratísima Imagen, y en su virtud se verificó uno y otro en el día 10 y 11 de marzo de dicho año de 1796, quedando también erigida en Ayuda de Parroquia* (1999: 270-271).

La Parroquia del Señor San José. En este recinto se realizan dos celebraciones principales: la primera está dedicada al Señor San José el 19 de marzo, con un novenario en el que se organizan diversas actividades como kermesses, danzantes y un concierto, entre otros eventos más; la segunda se realiza en honor a la Virgen de la Medalla, más conocida como la *Medallita Milagrosa,* con una misa en su honor, una serie de ejercicios religiosos y peregrinaciones. Sobre los orígenes de esta iglesia, se supone que fue por 1690 cuando se abrió al público, ya que una década después, el 28 de mayo de 1700, se hace mención en documentos de aquella época, de una visita que realizó Fray Luis de Rosas, Visitador General (Gutiérrez Gutiérrez, 1999: 264). La Parroquia de Nuestra Señora de Guadalupe. Las celebraciones a la Santísima Virgen en este barrio consisten en un docenario, peregrinaciones, danzas, kermesses, un marathón, las tradicionales mañanitas y una escaramuza charra (en el Estado existen tres grupos de mujeres que se dedican a practicar una gran diversidad de actividades de la charrería). También se encuentra la Capellanía del Señor de los Rayos, que depende de la parroquia de Guadalupe, que se encuentra en el Jardín del Panteón de los Ángeles. De acuerdo al Doctor José Antonio Gutiérrez, de esta parroquia no se tiene una fecha exacta de inicio, pero se apoya en datos del Licenciado Carlos Salas, quien afirma que fue el 9 de febrero de 1769 y se terminó a mediados de 1789 (1919: 103).

También se localizan en el Decanato del Centro, La Parroquia de Nuestra Señora del Carmen, que es venerada con tres festejos: La celebración a San Marcos Evangelista, el 25 de abril en el marco de la Feria Nacional de San Marcos; la fiesta en honor de Nuestra Señora del Pueblito, con un recorrido que los creyentes hacen por las calles llevando flores, y además se realizan danzas y cánticos con el fin de rendir homenaje a la Virgen y atraer el buen temporal, y la celebración a la Virgen del Carmen el 16 de julio, en la que aparte de música, verbena y peregrinaciones, se efectúa un novenario en su honor. La iglesia de San Marcos es una de las más antiguas de la ciudad y de mayor tradición, pues se tienen noticias de que en la década de 1630 se construyó la primera capilla (Gutiérrez Gutiérrez, 1999: 261). De igual manera, el 13 de junio en el Templo de San Antonio, se festeja a este patrono por los agustinos.

Por último, el Templo de San Diego atendido por los frailes franciscanos, lo que organizan dos fetividades al año, una a San Francisco de Asís, el 4 de octubre con mañanitas, predicaciones, un

novenario y otras actividades; y la de la Purísima Concepción de San Diego el 8 de diciembre, en donde se realiza una participación de las asociaciones del templo y otras actividades religiosas y populares. Cabe señalar que esta Iglesia es una de las más distinguidas de la ciudad por su hermosa arquitectura, sobre todo el Camerín de San Diego, que se ubica en la parte posterior del altar dedicado a este Santo. (Muñoz Díaz, 1996: 81-93).

5.3.- La secularización de las prácticas religiosas.

En Aguascalientes, se dice que muchos de los católicos lo son, pero sólo de ocasión; en otras palabras, que no asisten a misa ni mucho menos ejercen otro tipo de actividades litúrgicas como ordena la religión, por lo que inferimos que la sociedad hidrocálida se encuentra en proceso de secularización. Por citar un ejemplo, es común oír preguntar a familiares, parientes o amigos del festejado(a) cuando hay alguna ceremonia religiosa, como puede ser el bautizo de un recién nacido; el ritual de los quince años, que marca el paso de la adolescencia a la edad adulta, la boda de una pareja de jóvenes, o las "bodas de plata" de un matrimonio, por lo primero que se pregunta es por la dirección del salón de fiestas, ya que no podrán asistir a misa por alguna causa determinada. A los jóvenes les gusta asistir a las misas dominicales, sólo por ligar con las muchachas y viceversa; e incluso, en eventos más serios como el funeral de algún conocido, familiar, pariente o amigo, se acostumbra a hacer algo semejante. En este tipo de situaciones se aprovecha el momento para interactuar con las amistades y parientes.

Otro ejemplo que vale la pena mencionar es el referente a la *Semana Santa,* en la que hasta hace un poco más de treinta años, la población "guardaba" realmente los días santos en casa. En muchas de las familias hidrocálidas estaba prohibido ver la televisión, oír el radio, ir al cine, comer carne y se bañaban con agua fría; y no obrar así era considerado pecado. Todo lo contrario de lo que sucede hoy, los católicos se encerraban en sus hogares para leer la Biblia, orar, visitar los Siete Templos y realizar otros ejercicios religiosas por el mismo estilo. Desde hace más de un cuarto de siglo, se observa una transición en las prácticas religiosas y que poco a poco cambia la sociedad.

En la actualidad, el recogimiento espiritual durante la Semana Santa ha desaparecido entre la población. Para la mayoría de las familias aguascalentenses, al igual que para muchas otras del

país, es una oportunidad para salir de vacaciones, y para los que se quedan en casa a aprovechar los días santos, para ir al cine y no aburrirse, o ir a un restaurante a comer mariscos acompañados de un par de cervezas, aunque éstos se encuentren colmados de clientes. Incluso, la tradicional costumbre de hacer capirotada está desapareciendo, o si se hace, "ya no es como se preparaba cuando éramos niños"; según comentan las personas de edad. En el mismo tenor, cada vez más durante la cuaresma se come carne los viernes, a excepción de el Miércoles de Ceniza y el Viernes Santo. El hecho, pues, que los creyentes acudan con menor frecuencia a los oficios religiosos los domingos, y otro tipo de actitudes como la diferencia que tienen los jóvenes con la Iglesia en torno al uso del condón y los anticonceptivos, coinciden con las opiniones de algunas personas, en el sentido de que los católicos hidrocálidos son más bien "de onda", ya que en la práctica no lo son; aunque es cuestionable la cifra que presenta por ser tan alta.[31]

Aún cuando es frecuente calificar a sociedad aguascalentense de "mocha", por lo dicho hasta ahora se debe tomar con cuidado este calificativo, en cuanto que no es tan dada a practicar las creencias religiosas. Es común, que la actitud de muchos fieles hacia aquellos que no son católicos, o que se han convertido a otra religión es estigmatizarlos; también observar en las casas ya sea en la puerta principal o en una ventana de la misma, una estampa con un santo católico o un letrero que dice: "En este hogar somos católicos. No recibimos propaganda protestante". Pero nos parece más bien una salidad diplomática de cerrarle las puertas a los que no profesan sus creencias por acostumbrar ir de puerta en puerta. Esto se puede pasar, no así que que se llegue a la ageresión verbal contra de pastores que tocan a sus puertas; lo que demuestra esa actitud es que en nuestro medio hay gran falta de tolerancia hacia otro tipo de creencias religiosas. Lo que no se puede negar es que la influencia de las sectas protestantes es grande, sobre todo *Los Testigos de Jehová;* el Obispo Emérito Rafael Muñoz Núñez declaró lo siguiente:

> *La fe se debilita en muchos cristianos influenciados por teorías e ideologías adversas que pululan en el ambiente; incluso en nuestra patria, ya por el ambiente materialista y secularista, ya por la influencia y virulencia de tantas sectas, sentimos que en muchos cristianos han hecho un impacto tremendo, afectando no*

[31] *En su inmensa mayoría lamentó -anota Aranda Cervantes- que los católicos sean ocasionales, de onda social, estimando que apenas un 10 por ciento son convencidos, vivientes y proyectores. Mientras que la gente no conozca los signos del culto, mientras no aprenda su significado, no puede esperar que vayan a misa con devoción y serán mayores las posibilidades que vayan solamente a las ceremonias de bodas, bautizos, etcétera* (Acuña Medina, 2/05/2002: 1-4).

sólo la fe de la gente sencilla, sino hasta el fervor mariano (Lozano Díaz de León, 15/01/2003: 1/A).

5.4.- Comentarios.

a) A partir de las dos últimas décadas, las prácticas religiosas están transitando por un cambio en la sociedad, ya que el creyente común las está realizando de manera muy diferente a lo acostumbrado, o de plano ya no las practica. En primer lugar, el catolicismo de esta sociedad local se haya impregnado por por la religiosidad de los emigrantes jalicienses y, que pese a ello, está sufriendo cambios importantes, aunque creemos que no en lo sustantivo. En segundo lugar, aún y cuando la religión católica en los últimos años continúa siendo un elemento integrador en la organización de la vida cotidiana de los hidrocálidos, también se han desarrollado otras asociaciones religiosas como *La Luz del Mundo*, los *Adventistas del Séptimo Día*, los *Pentecostales* y los *Testigos de Jehová*, entre otras, que cada vez gana más adeptos. Estos últimos, han tenido problemas en algunas escuelas de la localidad, por lo que las autoridades del Instituto de Educación han tenido que intervenir.

b) La sociedad en Aguascalientes continúa siendo mayoritariamente católica, pero desde la década de los ochenta y el curso de los noventa, las sectas protestantes han ganado muchos adeptos entre la población, sobre todo de los sectores populares; últimamente se ha adherido gente pertenecientes a las clases medias altas como son los profesionistas y funcionarios públicos. Las causas que han influido en la conversión del credo católico a otra religión las podemos resumir en las siguientes:

- El olvido y la apatía que la Iglesia Católica ha mostrado hacia los problemas sociales y económicos de los sectores pobres de la sociedad, sobre todo del campo y zonas marginadas urbanas, lo que ha traído como consecuencia la pérdida de muchos fieles. El obispo D. Ramón Godínez Flores calcula que los templos registran una asistencia de entre 40 y 50% obligados a asistir a y al cumplmiento de la Iglesia, aun y cuando Aguascalientes se encuentra en una región del país, El Bajío y Los Altos de Jalisco, donde se considera que la población es de las más practicantes.

- El atraso de una estructura clerical tradicional, que le impide entender problemáticas actuales de una sociedad cada vez más informada y alfabetizada; por ejemplo, su oposición a los métodos modernos de planificación familiar en los jóvenes, como el uso del condón en el hombre y del diafragma en la mujer, su falta de crítica hacia la corrupción que ha caracterizado a funcionarios de los últimos gobiernos, etc. Así se expreso el obispo Rafael Muñoz Núñez en alguna ocasión:

> *Va pasando el tiempo en que la figura del sacerdote, aún en nuestras comunidades cristianas era venerada [...] y su autoridad plenamente aceptada. Hoy, señaló, "el sacerdote se ha convertido en el signo de la contradicción, que hoy, más que nunca es el hombre crucificado" y exhortó a los sacerdotes a aceptar y "saborear" la fecundidad de la cruz* (Lozano Díaz de León, 15/01/2003: 1/A).

- Los escándalos alrededor de la Iglesia Católica, como el abuso sexual por parte de algunos sacerdotes a menores de edad, el supuesto vínculo de algunos prelados con el narcotráfico, como el caso conocido de la relación del Nuncio Mons. Jerónimo Prigione con los hermanos Arellano Félix, así como el supuesto vínculo del Obispo Juan Sandoval Iñiguez con bandas de narcotraficantes. El Obispo D. Ramón Godínes Flores declaró: *"todos estos escándalos que se han dado por los sacerdotes abusadores de menores [...] ha influido para que los fieles se alejen de los templos"* (Macías Zúñiga, 29/08/2003: 9).

- Las películas en donde algunos sacerdotes se involucran en relaciones sexuales con una amante y otras problemáticas; son ejemplo *Los cuervos están de luto,* que protagonizara la actriz Isela vega; *El crimen del Padre Amaro*" y *Amén,* que trata de la supuesta posición que tomó el Vaticano durante la II Guerra Mundial respecto al nazismo. Cuando se exhibió la cinta *El crimen de Padre Amaro,* se polemizó mucha polémica, al grado que la Iglesia recomendó al público no ir a verla, lo cual lejos de quesucediera, le benefició porque la gente acudió al cine por mera curiosidad o morbo

c) Un amplio sector de la sociedad, que aunque haya sido bautizada en la profesión católica o se diga que pertenece a ella, en la vida cotidiana no la práctica. Dos ejemplos de ello son: la Semana Santa, la aprovechan muchos idrocálidos para salir de vacaciones a las playas, o en lugar de visitar los Siete Templos el Jueves de Corpus prefieren ir al cine, porque esos actos les parecen aburridos. Y en las fiestas navideñas, en las tradicionales pastorelas brillas por su

ausencia, pues cada año son menos las familias y grupo de amistadas que salen a la calle a sacar al Niño Dios alrededor de la manzana. La ceelbración de las posadas cada vez interesa menos y ni siquiera lo hacen para tomarse un ponche mezclado con bebidas etílicas. El Obispo D. Ramón Godínez Flores ha calificado este catolicismo "nylon", puesto que el 80% de los fieles no valoran las misas de los domingos; de cada 100 católicos hidrocálidos, solo 25% participa en la misa dominical (2004: 1/A).

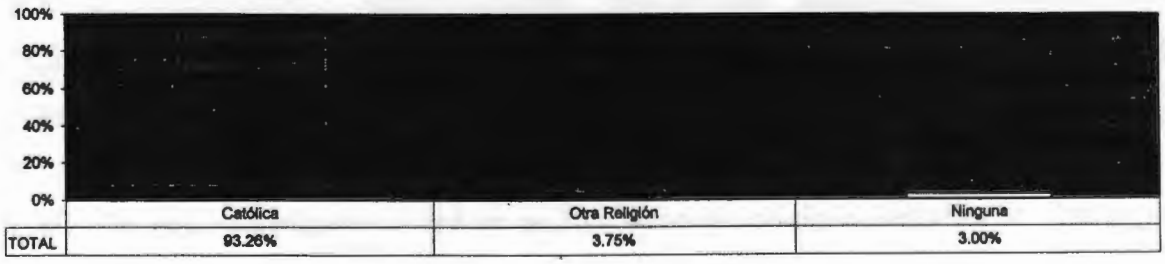
5.- Actividades Religiosas

5.1.- ¿Cuál es la religión que Usted profesa?.- La sociedad hidrocálida es católica casi en su totalidad; según información del INEGI, Aguascalientes es el segundo estado más católico en México. Las respuestas fueron las siguientes: de 267 encuestados, 93.26% practican la religión católica, 3.7% otra religión (1 Testigo de Jehová, 1 "lumismático", 1 "sólo cree en Dios" y 7 cristianos evangélicos), y 3.00% dijeron que no tienen creencias religiosas. La clase baja 96 resultó ser más católica que las otras dos, y la clase media y alta son las que más simpatizan con religiones protestantes, aunque el número de creyentes es todavía muy bajo. Todo indica que el número de adeptos va en aumento.

11. Religión profesada.

	GRUPOS SOCIALES	Católica	Otra Religión	Ninguna	TOTAL
1	Clase Alta	79	4	5	88
2	Clase Media	74	4	2	80
3	Clase Baja	96	2	1	99
	Total	249	10	8	267
	%	93.26%	3.75%	3.00%	100%

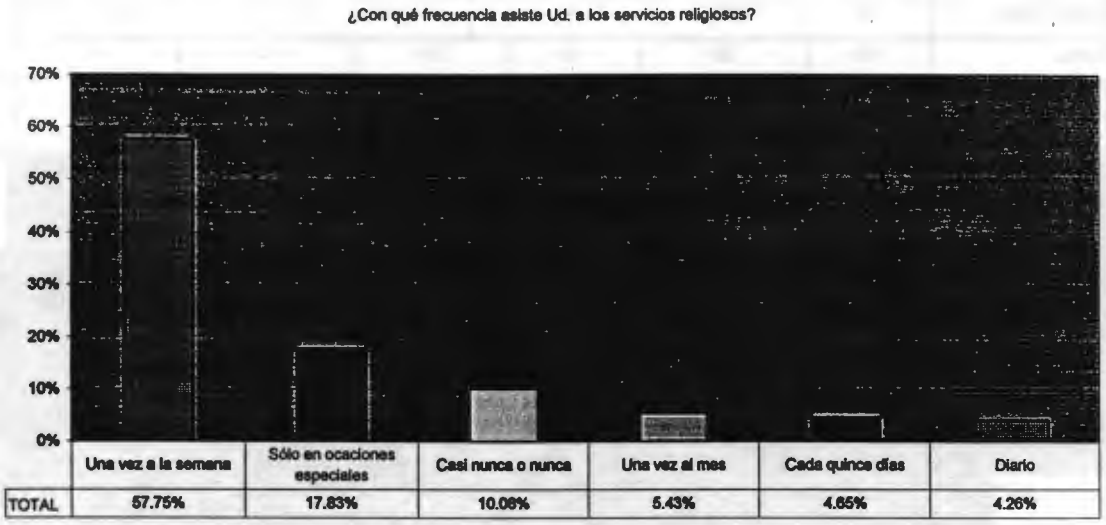
¿Cuál es la religión que Ud. profesa.



5.2.- ¿Con qué frecuencia asiste Usted a los servicios religiosos?.- De 258 personas, que corresponde al 100% de los encuestados, el 57.75% de los informantes dijeron que asisten una vez a la semana, seguidos del 17.83% que afirmaron que sólo en ocasiones especiales, y el 4.26% de ellos, que fueron los menos sobre todo personas que rebasaban los cincuenta años, contestaron que diariamente. La clase media es la que más asiste a los servicios religiosos 52 una vez a la semana y diariamente 6, y la clase baja supera a las demás en que "sólo en ocasiones especiales" -22- y "casi nunca" 17 practica actividades religiosas, y la clase alta 7 es la que más realiza dichas practicas al mes.

12. Asistencia a servicios religiosos.

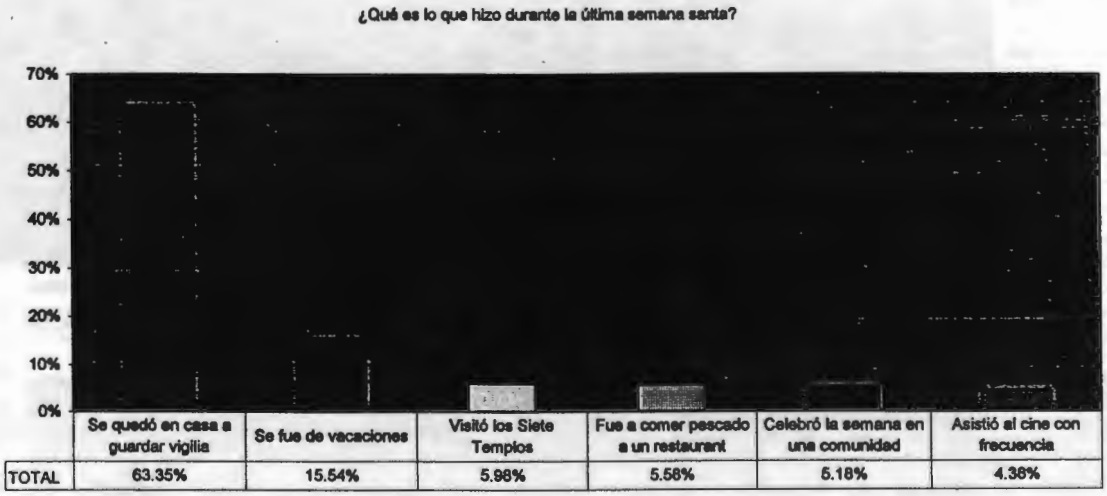
	GRUPOS SOCIALES	Una vez a la semana	Sólo en ocasiones especiales	Casi nunca o nunca	Una vez al mes	Cada quince días	Diario	TOTAL
1	Clase Alta	46	19	6	7	4	3	85
2	Clase Media	52	5	3	4	4	6	74
3	Clase Baja	51	22	17	3	4	2	99
	Total	149	46	26	14	12	11	258
	%	57.75%	17.83%	10.08%	5.43%	4.65%	4.26%	100%



5.3.- ¿Qué es lo que hizo durante la última Semana Santa?.- De 251 encuestados que contestaron esta pregunta, el 63.35% se quedaron en su casa a guardar vigilia y el 15.54% se fueron de vacaciones. La clase alta 20 es la que más se va de vacaciones y la clase baja 74 la que se quedó más en su casa durante Semana Santa. Es importante observar que si a esta última barra le agregamos la visita a los Siete Templos, tendremos un total de 69.33%; y si a la barra "salir de vacaciones" se le añade el 5.18% de la barra "celebró la Semana Santa en una comunidad", nos da un total de 20.72%. Por otro lado, si juntamos dos actividades lúdicas como son "salir a comer pescado" (5.58%) y "asistir al cine" (4.38%) tenemos un total de 9.96%. En general, esta gráfica nos demuestra que un número significativo de hidrocálidos no guardan vigilia durante la Semana Santa.

13. Actividades en Semana Santa.

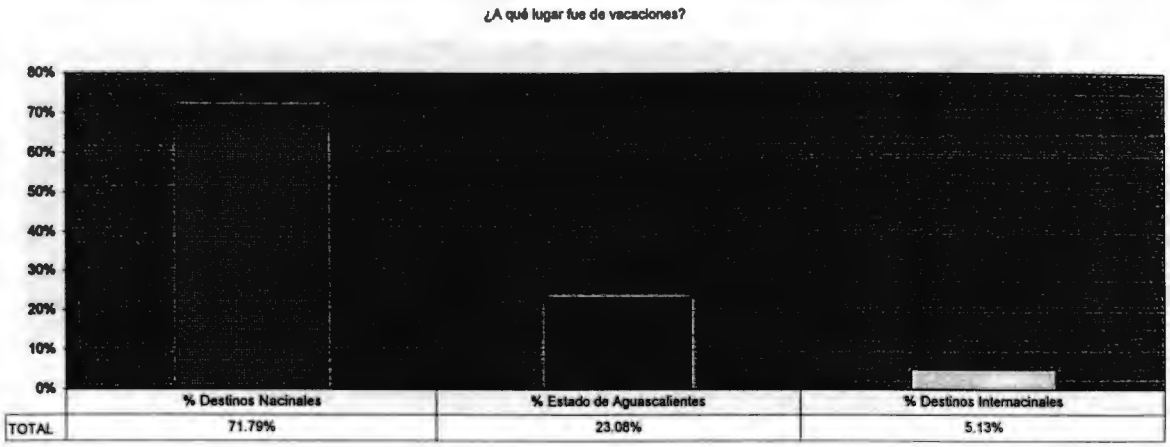
	GRUPOS SOCIALES	Se quedó en casa a guardar vigilia	Se fue de vacaciones	Visitó los Siete Templos	Fue a comer pescado a un restaurante	Celebró la semana en una comunidad	Asistió al cine con frecuencia	TOTAL
1	Clase Alta	28	20	5	13	8	10	84
2	Clase Media	57	8	6	1	4	1	77
3	Clase Baja	74	11	4	0	1	0	90
	Total	159	39	15	14	13	11	251
	%	63.35%	15.54%	5.98%	5.58%	5.18%	4.38%	100%



5.4.- ¿A qué lugar se fue de vacaciones?.- Los lugares que escogieron las 39 personas que fueron de vacaciones fueron los siguientes: Destinos nacionales el 71.79% de los vacacionistas, 23.08% dentro del estado de Aguascalientes y sólo el 5.13% viajaron al extranjero. La clase alta fue la que más viajó a algún lugar de la República Mexicana -18(85.71%)- y fuera del país -2(9.52%), y la clase media y baja pasearon en algún sitio del Estado con 4 cada una. Los lugares a visitar fueron: **Clase Alta**: (2) Zacatecas, (1) Monterrey, Nuevo León y (1) "al rancho". (1) Manzanillo, Colima y (1) Valle de Bravo, Estado de México. (2) Manzanillo, (2) Puerto Vallarte, (3) Real de Catorce, San Luis Potosí (1) Sevilla, España(1) Las Vegas, Nevada (1) Distrito federal, (1) Guadalajara, (1) Río Verde, (1) San Luis Potosí, (1) Michoacán, (1) Zacatecas y (1) Sierra Fría. **Clase Media**: (1) Melaque, Jalisco, (1) Huasteca, (1) San José de Gracia y (1) "a la granja". (1) Ciudad de México, (1) Zacatecas, (1) Sierra Fría, Aguascalientes y (1) "al rancho". **Clase Baja**: (1) Puerto Vallarta, (1) Guayabitos, (1) Zacatecas, (1) Paraíso Cascán y (1) Betulia (rancho). (1) Mazatlán, (1) Irapuato, (1) Guadalajara, (1) "al rancho" y (1) "a acampar".

14. Lugar donde paso las vacaciones.

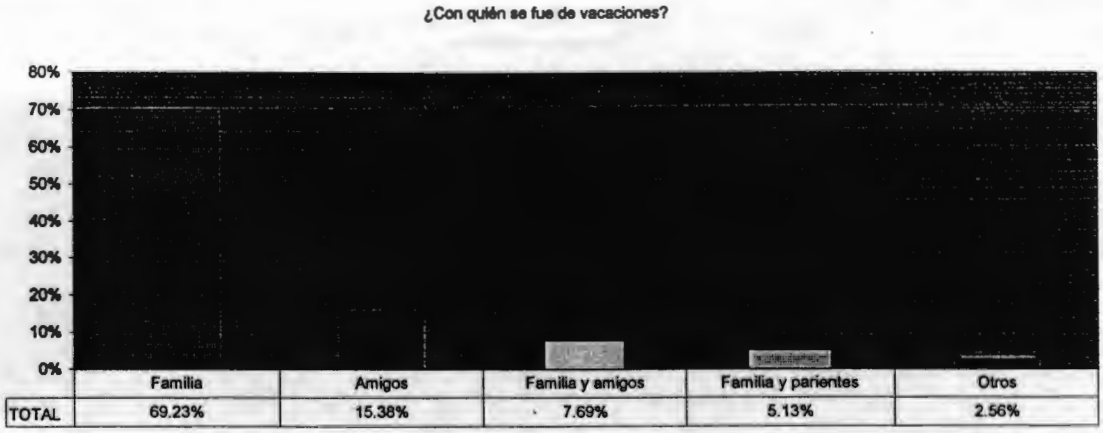
	GRUPOS SOCIALES	Destinos Nacionales	% Destinos Nacionales	Estado de Aguascalientes	% Estado de Aguascalientes	Destinos Internacionales	% Destinos Internacionales	TOTAL	%
1	Clase Alta	18	85.71%	1	4.76%	2	9.52%	21	100%
2	Clase Media	4	50.00%	4	50.00%	0	0.00%	8	100%
3	Clase Baja	6	60.00%	4	40.00%	0	0.00%	10	100%
	Total	28	71.79%	9	23.08%	2	5.13%	39	100%
	%	71.79%		23.08%		5.13%		100%	



5.5.- ¿Con quién se fue de vacaciones?.- En los resultados de esta gráfica resalta que los encuestados salen más de vacaciones con su familia (69.23%), en particular la clase alta con 13 viajeros, en segundo lugar con los amigos (15.38%), y en tercero la familia y los amigos (7.69%). Por el contrario, llama la atención que sólo una persona que corresponde al 2.56% (por cierto de una congregación evangélica) aproveche las vacaciones de un evento católico para salir de la ciudad a descansar; en el mismo tenor, la clase alta y baja salen más de vacaciones con los familiares y parientes con un miembro cada una. **Clase Alta**: (2) Familia y (2) familia y amigos. (1) Familia y (1) grupo musical evangélico. (10) Familia, (3) amigos, (1) esposo y amigos y (1) primos y amigos. **Clase Media**: (3) Familia y (1) amigos y (4) familia. **Clase Baja**: (4) Familia, (3) Familia, (2) amigos y (1) "con mi tía". Por las respuestas enunciadas, nos damos cuenta de que la mayoría de los vacacionistas lo hicieron con su familia y en segundo con sus amistades. Por tanto, infiero que los lazos familiares en las familias aguascalentenses aun son muy fuertes, aunque no como treinta años atrás en que la unidad era más sólida y la práctica ritos se llevaban con exactitud en la Cuaresma como por ejemplo, el bañarse con agua fría, no ver televisión ni oír radio y abstenerse de comer carne.

15. Con quién vacacionar.

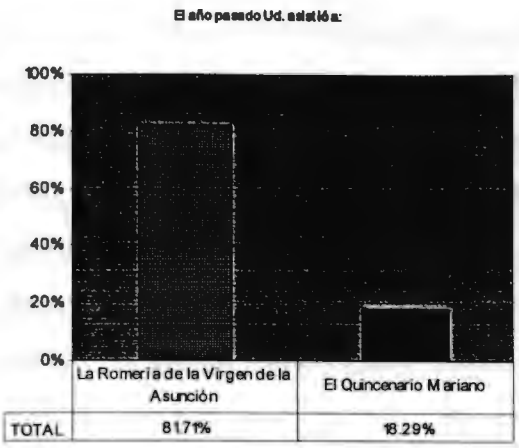
	GRUPOS SOCIALES	Familia	Amigos	Familia y amigos	Familia y parientes	Otros	TOTAL
1	Clase Alta	13	3	3	1	1	21
2	Clase Media	7	1	0	0	0	8
3	Clase Baja	7	2	0	1	0	10
	Total	27	6	3	2	1	39
	%	69.23%	15.38%	7.69%	5.13%	2.56%	100%

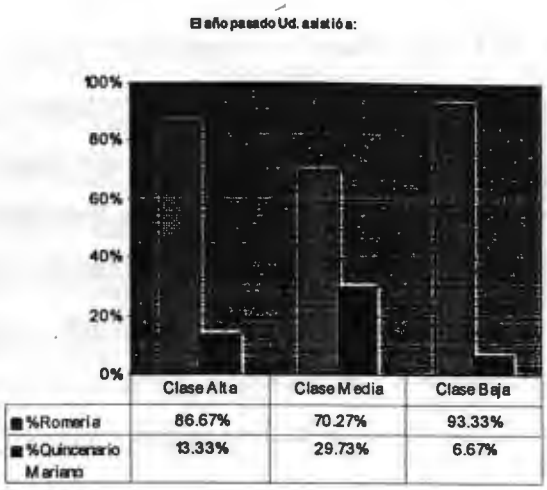


5.6 ¿El año pasado Usted asistió a? De 82 personas que corresponde al 100% de los entrevistados, el 81.71% asistieron a la Romería de la Asunción, y únicamente el 18.29% asistieron al Quincenario Mariano. Observamos también que la clase media es la que más asistió al Quincenario (29.73%), y esta misma clase (70.27%) junto con la baja (93.33%) fueron más a la Romería. La clase alta por su parte, es la menos interesada en asistir a estos eventos religiosos, que a nuestro parecer son más de carácter popular.

16. Festividades de la religión popular.

	GRUPOS SOCIALES	La Romería de la Virgen de la Asunción	% Romería	El Quincenario Mariano	% Quincenario Mariano	TOTAL	%
1	Clase Alta	13	86.67%	2	13.33%	15	100%
2	Clase Media	26	70.27%	11	29.73%	37	100%
3	Clase Baja	28	93.33%	2	6.67%	30	100%
	Total	67	81.71%	15	18.29%	82	100%
	%	81.71%		18.29%		100%	

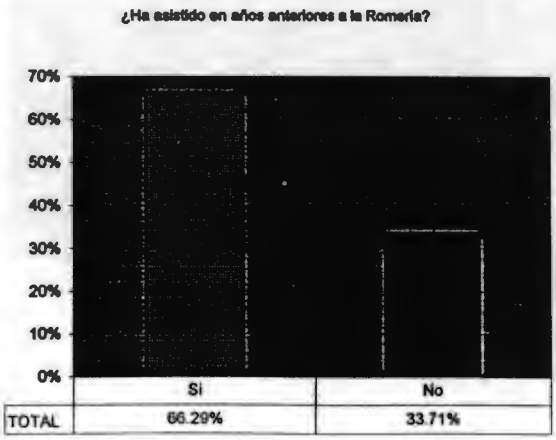


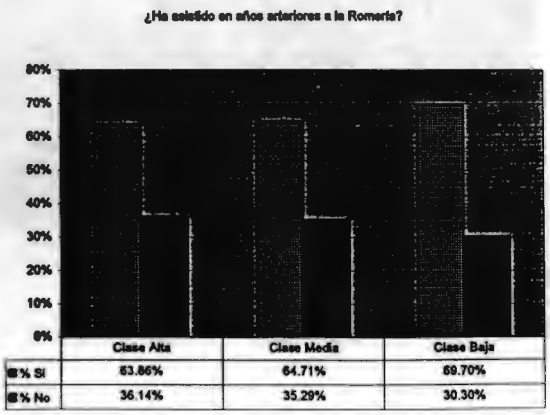


5.7.- ¿Ha asistido en años anteriores a la Romería?.- En esta gráfica, de 267 personas que contestaron esta pregunta, el 66.29% dijeron que sí han asistido en años anteriores a esta festividad, y por el contrario el 33.71% opinaron que no. De las tres clases, la baja (69.70%) es la que más ha asistido a esta festividad, y casi en la misma situación se ubican la clase media y alta con el 64.71% y el 63.86% de porcentajes respectivamente. Por otra parte, las tres clases sociales tuvieron igual proporción, 30 miembros para cada una, con respecto a su asistencia en años anteriores a este evento de carácter religioso.

17. Romería de la Asunción.

	GRUPOS SOCIALES	Si	% Si	No	% No	TOTAL	%
1	Clase Alta	53	63.86%	30	36.14%	83	100%
2	Clase Media	55	64.71%	30	35.29%	85	100%
3	Clase Baja	69	69.70%	30	30.30%	99	100%
	Total	177	66.29%	90	33.71%	267	100%
	%	66.29%		33.71%		100%	

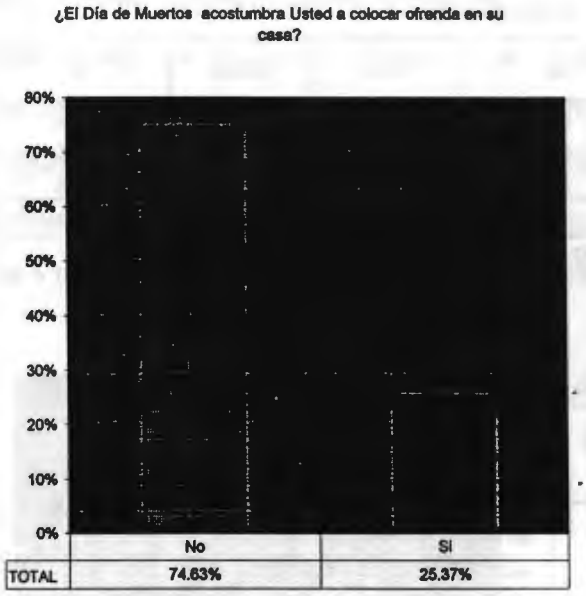


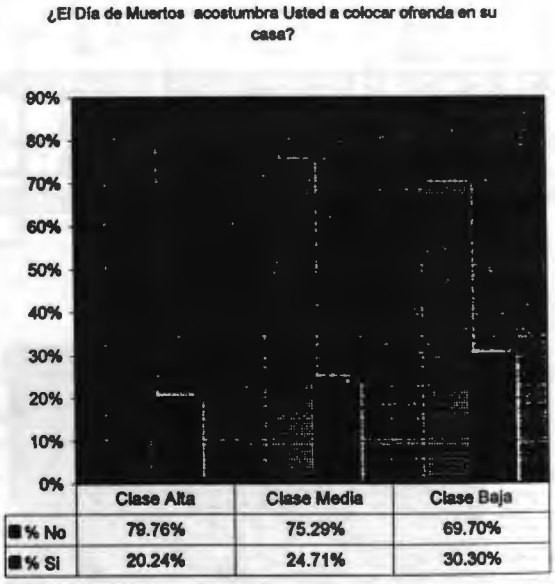


5.8 ¿El *Día de Muertos* acostumbra Usted a colocar ofrenda en su casa? Para esta pregunta, se aplicaron 268 entrevistas y los resultados fueron los siguientes: el 74.63% de los encuestados no acostumbran a poner ofrendas en sus casas, mientras que el 25.37% si lo hacen. Es interesante observar, que la clase que está más habituada a esta tradición es la clase baja con el 30.30%. Considero que es una tradición popular (de origen prehispánico y mesoamericano) relativamente nueva en las familias hidrocálidas, ya que es una práctica étnica proveniente de los estados del Sur de la República y de occidente como lo es el estado de Michoacán, y en la que cada vez participan más los miembros de la clase media y alta de Aguascalientes.

18. Día de Muertos.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	%
1	Clase Alta	67	79.76%	17	20.24%	84	100%
2	Clase Media	64	75.29%	21	24.71%	85	100%
3	Clase Baja	69	69.70%	30	30.30%	99	100%
	Total	200	74.63%	68	25.37%	268	100%
	%	74.63%		25.37%		100%	



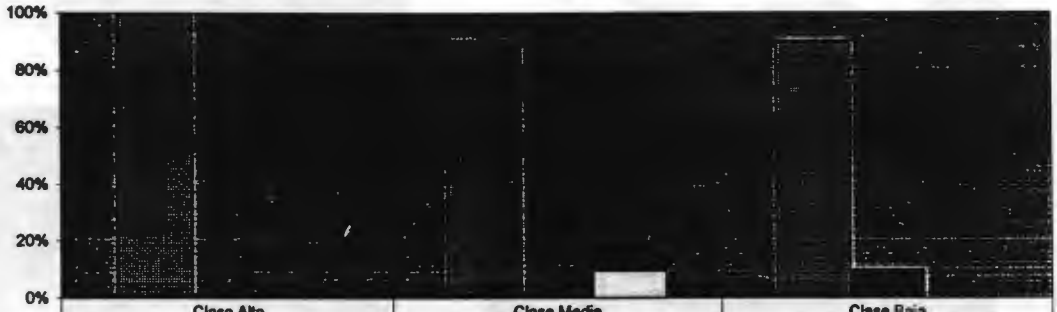


5.9.- ¿Desde cuándo acostumbra a colocar ofrendas en su casa? Casi el total de los 68 entrevistados respondieron que colocan ofrendas en su casa desde hace más de 1 año (92.65%), de entre los cuales el 90.00% son de clase baja; por el contrario el 4.41% lo hacen en menos de 1 año, y apenas el 2.94% tiene 1 año de realizar este ritual. Las respuestas por clases sociales fueron: **Clase Alta**: (2) "Desde siempre", (1) "en muchos años", (3) dos años y (1) seis años. (1) "Toda la vida" y (1) "desde hace treinta años". (2) "Siempre", (1) cuarenta años, (1) "desde chica", (1) diecisiete años, (1) siete años, (1) cinco años y (1) tres años. **Clase Media**: (6) "Siempre", (2) treinta y cinco años, (1) treinta años, (1) diecinueve años, (1) cuatro años y (2) un año. (3) "Todos los años", (1) "toda la vida" y (4) "entre cinco y treinta y cinco años". **Clase Baja**: (1) "Desde siempre", (5) "entre cinco y veinticinco años", (8) "entre uno y cinco años" y (3) "desde hace seis meses". (10) "En años" y (3) "siempre".Asimismo (32) "no lo hacen" y (3) "no recuerdan"

19. Ofrenda en la casa.

	GRUPOS SOCIALES	Más de 1 año	% Más de 1 año	Menos de 1 año	% Menos de 1 año	1 Año	% 1 Año	TOTAL	%
1	Clase Alta	17	100%	0	0%	0	0%	17	100%
2	Clase Media	19	90.48%	0	0%	2	9.52%	21	100%
3	Clase Baja	27	90%	3	10%	0	0%	30	100%
	Total	63	92.65%	3	4.41%	2	2.94%	68	100%
	%	92.65%		4.41%		2.94%		100%	

¿Desde cuándo acostumbra a colocar ofrendas en su casa?

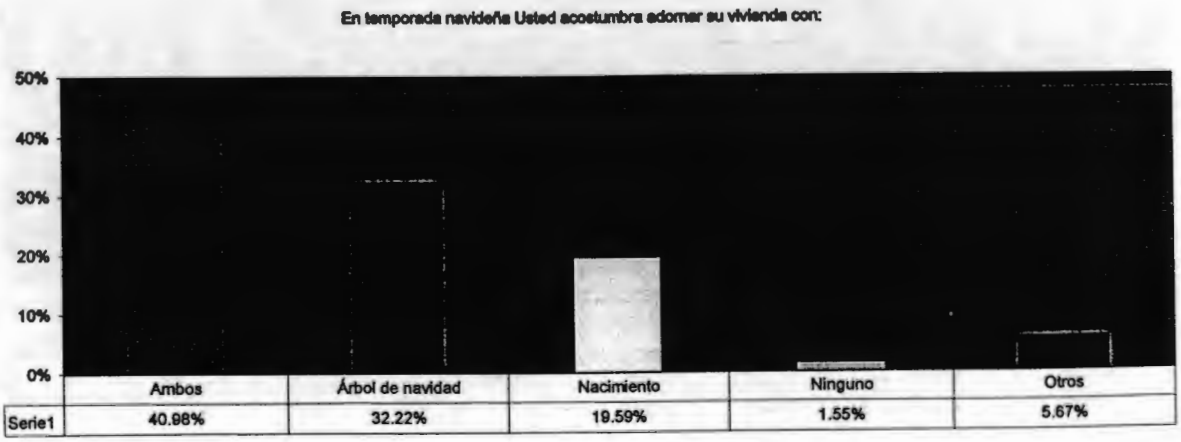


	Clase Alta	Clase Media	Clase Baja
% Más de 1 año	100%	90.48%	90%
% Menos de 1 año	0%	0%	10%
% 1 Año	0%	9.52%	0%

5.10.- ¿En temporada navideña Usted acostumbra adornar su vivienda con: En esta pregunta, algunos informantes contestaron más de una opción, de ahí que la suma es de 288 en total y no de 273 encuestas. De éstos, el 40.98% adornan su casa con el árbol navideño y el *Nacimiento* (19.59%), y la clase alta -56- es la que más la adorna con ambos. Esta misma clase -207- es la que más acostumbra a adornar su casa con motivos navideños. Por otra parte, el 32.22% pone el Árbol de Navidad y el *Nacimiento* el 19.59%. En el rubro "Otros" que fue del 5.67%, los informantes opinaron que adornan su hogar con un Santa Claus, 19 con juegos de luces y 2 con "otro tipo de adornos". Infiero, en base a los datos anteriores, que los hidrocálidos tienen la costumbre muy arraigada de adornar su casa durante las festividades navideñas, y que en la mayoría de los casos se genera un sincretismo cultural ya que el tradicional *Nacimiento* lo colocan justo a un lado del arbolito navideño, que por cierto está adornado en su punta con una estrella.

20. Prácticas navideñas.

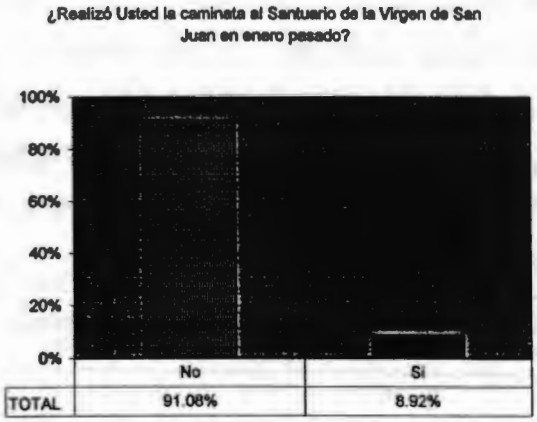
	GRUPOS SOCIALES	Ambos	Árbol de navidad	Nacimiento	Ninguno	Otros	TOTAL
1	Clase Alta	56	74	63	1	13	207
2	Clase Media	52	20	3	0	2	77
3	Clase Baja	51	31	10	5	7	104
	Total	159	125	76	6	22	388
	%	40.98%	32.22%	19.59%	1.55%	5.67%	100%

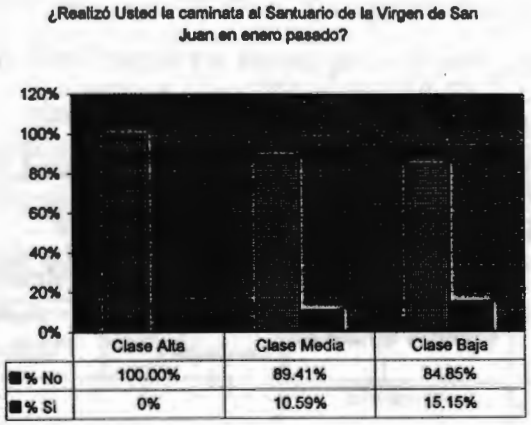


5.11.- ¿Realizó Usted la caminata al Santuario de la Virgen de San Juan en enero pasado? De 269 personas que se entrevistaron que corresponde al 100%, el 91.08% respondieron que no realizaron la caminata al Santuario, mientras que sólo el 8.92% opinaron que sí. Se resalta también que la clase alta es la que menos acostumbra realizar la caminata (100. 00%), y la clase baja la que más (15.15%), lo que significa que las creencias religiosas -como esta tradición que se realiza año con año-, son muy fuertes en la población y muy arraigadas entre los miembros de la clase baja, pues incluso algunos miembros de la clase alta desconocen la existencia de este tipo de tradiciones.

21. Caminata al Santuario.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	%
1	Clase Alta	85	100.00%	0	0%	85	100%
2	Clase Media	76	89.41%	9	10.59%	85	100%
3	Clase Baja	84	84.85%	15	15.15%	99	100%
	Total	245	91.08%	24	8.92%	269	100%
	%	91.08%		8.92%		100%	



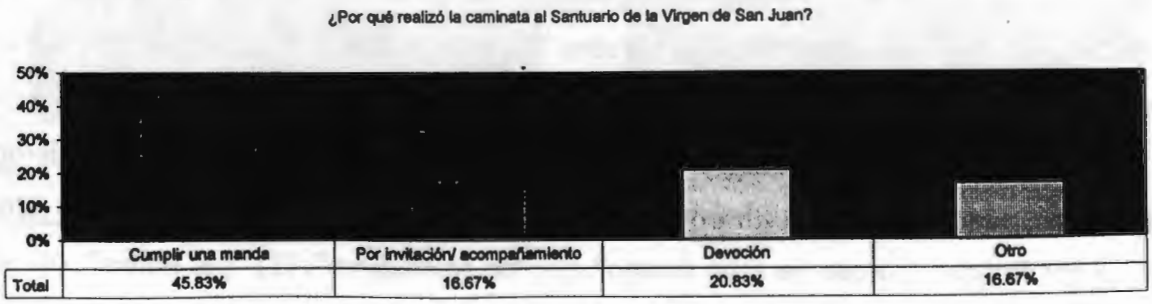


5.12.- ¿Por qué realizó la caminata al Santuario de la Virgen de San Juan? De los 24 entrevistados, el 45.83% la hicieron por cumplir una manda -de ellos 6 fueron de la clase baja-, el 16.67% lo hizo por invitación o acompañamiento y el 20.83% por devoción, de los cuales 4 fueron de la clase baja. Cabe señalar que el rubro "Otro" consistió en el 16.67% de las respuestas, 2 informantes de la clase media opinaron que "por costumbre, 1 "por visitar a la Virgen" y otro de la clase alta afirmo que lo hizo "por aventura". Los comentarios que esgrimieron los entrevistados, tanto los que la realizaron como los que no, fueron las siguientes: <u>Clase Alta</u>: (1) "No fui por flojera y porque me faltó tiempo", (1) "no acostumbro", (1) "por flojera", (4) porque no acostumbran, "porque mi edad me lo impide", "no sabía" y "no me gusta". (3) "No tengo

condición", (3) "no me organice", (1) "no tengo deudas", (1) "los sacrificios los puedo hacer en casa", (1) "por diferencia ideológica de credo", (1) "no le encuentro sentido" y (1) "no se me ocurrió". (3) No acostumbran, (1) "nadie me quiso acompañar", (1) "tenía flojera", (1) "no me enteré", (1) "no lo he pensado", (1) "no llegaría", (1) "no me gusta", (1) "este año no pude ir", (1) "es muy pesado", (1) "no me interesa", (18) no acostumbran, (1) "no me gustan las multitudes", (1) "no he tenido ocasión de hacerlo", (2) prefieren ir en auto, (1) "no tengo con quien ir", (3) "no sé que es", (1) "no soy idólatra", (1) "no pude", (1) "no fui por flojera" y (1) "no prometí manda". Por otro lado, hubo dos personas que fueron: (1) "por aventura" y (1) por cumplir una manda. **Clase Media**: (2) Fueron para visitar a la Virgen, (1) para cumplir una manda, (2) porque los invitaron, (1) por devoción y (1) por costumbre. (3) Fueron por cumplir una manda. Por el contrario, (11) respondieron que no fueron por falta de tiempo, porque no son creyentes y porque nunca lo han pensado. **Clase Baja**: Los que fueron se debió a las siguientes razones: (6) por una manda, (2) por acompañar a alguien, (3) por creyentes y por (1) devoción. Los que no fueron, fue porque el trabajo no se los permite, por enfermedad en las piernas, por falta de tiempo, por la edad, porque no aguantan y porque tienen miedo y no lo han intentado. La mayoría hicieron la caminata por devoción, tradición o manda. Los que respondieron que no, fue por enfermedad en las piernas, por falta de tiempo, por la edad, por el temor de las mujeres a una violación y unos no pudieron por sus "múltiples ocupaciones".

22. Motivos de la caminata.

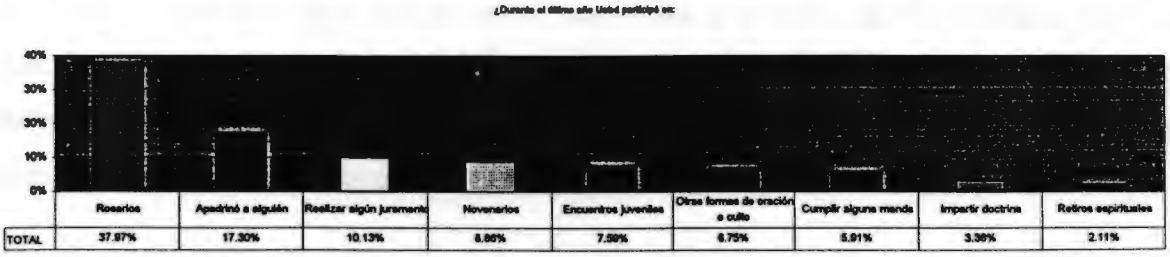
	GRUPOS SOCIALES	Cumplir una manda	Por invitación/ acompañamiento	Devoción	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	1	0	0	1	2
2	Clase Media	4	2	1	3	10
3	Clase Baja	6	2	4	0	12
	Total	11	4	5	4	24
	%	45.83%	16.67%	20.83%	16.67%	100%



5. 13.- ¿Durante el último año Usted participó en: Los eventos religiosos en los que más participaron 237 de las personas que corresponde al 100% de los informantes fueron: en primer lugar, los rosarios con el 37.97% de los participantes, siendo la clase baja la que más tomó parte en ellos; en segundo lugar están los apadrinamientos con 17.30%, de los que la clase alta es la que más los ejercita, y en tercer lugar la realización de juramentos con el 10.13%, que por cierto la clase baja -15- fue la que más los llevó a cabo. Las actividades menos efectuadas por los creyentes fueron el cumplimiento de una manda (5.91%), la enseñanza de la doctrina con (3.38%) y los retiros espirituales con (2.11%). En el comportamiento de las clases sociales, observamos que la clase alta es la que más realiza actividades litúrgicas -98-, en particular en los rosarios -27-, apadrinamientos -16- y los novenarios -16-, seguida muy de cerca por la clase baja con 83 individuos. Aún cuando cuando la Entidad ocupa el segundo lugar en el país en cuanto a catolicismo con el 95.6% por ciento, en la práctica un porcentaje significativo no cumple con las actividades litúrgicas. Veamos ahora el comportamiento de los informantes en el cine; pues como se recordará, durante la Semana Santa es uno de los pasatiempos predilectos de los católicos que no cumplen con sus obligaciones litúrgicas. A éstas últimas no se les podría calificar propiamente como ofertas culturales como las otras, porque no va la gente a divertirse al templo sino a rezar; pero lo que sí podemos afirmar es que las personas más religiosas, consumen el tiempo libre en ir a misa todos los días y practicar otras actividades litúrgicas que se desarrollan a lo largo del año.

23. Otras prácticas religiosas.

	GRUPOS SOCIALES	Rosarios	Apadrinó a alguien	Realizar algún juramento	Novenarios	Encuentros juveniles	Otras formas de oración o culto	Cumplir alguna manda	Impartir doctrina	Retiros espirituales	TOTAL
1	Clase Alta	27	16	9	16	9	13	2	3	3	98
2	Clase Media	30	12	0	2	4	0	4	2	2	56
3	Clase Baja	33	13	15	3	5	3	8	3	0	83
	Total	90	41	24	21	18	16	14	8	5	237
	%	37.97%	17.30%	10.13%	8.86%	7.59%	6.75%	5.91%	3.38%	2.11%	100%



TERCERA PARTE

INDUSTRIAS CULTURALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Capítulo VI.- Cine en Aguascalientes.

6.1.- Introducción.

La asistencia al cine en Aguascalientes es un ritual de igual interés como es asistir a una corrida de toros, a una misa o a un partido de fútbol. Es quizá el pasatiempo principal durante el tiempo libre. El cine es una acción comunitaria como cuando la familia se sienta a la mesa para comer: se reafirman o se buscan nuevas posibilidad de establecer relaciones sociales. Todo mundo va al cine, desde los escolares, bajo la tutela de su maestra o de su mamá, hasta la pareja de adultos ancianos, pasando por los novios, lo cual nos hace recordar viejos tiempos, cuando los niños después de misa se iban a una función matutina de cine.

6.2.- Orígenes del cine.

La historia del cine en Aguascalientes, no se puede entender sin un personaje que tuvo el mérito de haber impulsado y remodelado un edificio en forma que se considera la primera sala cinematográfica que hubo en esta ciudad: Federico Bouvi. Federico Bouvi Sismondi nació el 23 de noviembre de 1872 en la ciudad de San Luis Potosí; era de ascendencia extranjera, pues según los historiadores, su abuelo llegó a tierras mexicanas durante la intervención francesa, su madre era de origen italiano y su papá francés. Una de las causas, tal vez la más importante que propiciaba el nomadismo de los primeros impulsores de este arte, es que se veían en la necesidad de transitar de un estado a otro para promover sus cintas, y una vez que el individuo veía las películas ya no le interesaba volver a verlas. Se vivía en una época en que no llegaba a su apogeo el comercio de esta diversión como hoy lo es. Las películas se veían una sola vez y se desechaban como se arroja a la basura un envase no retornable.

Uno de los principales ambulantes de esta actividad fue el señor Carlos Mongrad, que se había hecho famoso en el medio, ya que había filmado varios cortometrajes de gran interés para la

gente como *Pesadilla de un jefe policía*, *Toma de Mukden*, *Nuevos episodios de la guerra ruso-japonesa* y *Bailando a la moderna*, entre otras; pero lo más importante, es que fue uno de los primeros camarógrafos que filmaron escenas de algunas de las partes más bellas de la ciudad como la *Plaza de Armas,* y un cortometraje titulado *Visita circular de Aguascalientes*, que causó gran impacto entre el público local, ya que les parecía increíble ver a su ciudad, y sobre todo a ellos mismos en una pantalla. (De los Reyes, 1999: 2).

Al igual que Mongrad, Bouvi formaba parte también del cine ambulante, que recorrían por todo el país, y que a fines del siglo XIX, llegó a tener su mayor éxito. Según sus hijas Josefina y Guadalupe Bouvi, su padre comenzó a interesarse por el cine en los primeros años del siguiente siglo. La razón que lo hizo establecerse en Aguascalientes de acuerdo a la versión de ellas, fue que tuvo la fortuna de encontrarse con un viejo camarada, quien le aconsejó que un tal señor Florencio Delahnty, conocido negociante de la ciudad, estaba vendiendo la *Sala Pathé*, que se encontraba en el callejón de Zavala, en lo que ahora es la primera cuadra de la avenida Francisco I. Madero, y que fue la primera sala fija del cine en Aguascalientes. El señor Bouvi se la compró y la remodeló, de tal manera que para el año de 1909 ya estaba funcionando con el nombre de salón *Vista Alegre* (De los Reyes, 1999: 4-5).

Dicho salón no cumplió por mucho tiempo su cometido, ya que se abrió la Avenida de la Convención, Avenida Madero, desde la Plaza de Armas, hasta la estación del ferrocarril, y precisamente la primera cuadra donde se localizaba el *Vista Alegre*, que estaba en el fondo del callejón de Zavala, en el lugar que ocupaba una cochera techada, edificio que fue demolido para dar apertura a la nueva avenida, pues se abrió en el sitio que estaba cerrado. Las funciones de cine continuaron efectuándose en el Teatro Morelos, ya que el Gobernador de entonces se lo prestó por seis meses y después se lo rentó hasta 1930. (De los Reyes, 1999: 4-5). Este lugar era el escenario en donde se presentaban espectáculos culturales como obras teatrales, zarzuela, etc., pero al fungir también como una sala cinematográfica, la asistencia a la misma fue más concurrida y diversa, ya que individuos de esferas bajas podían asistir.

La Avenida Francisco I. Madero desde su creación, reconfiguró la fisonomía urbana de la ciudad. Se puede decir que esta avenida fue uno de los primeros proyectos urbanísticos llevados

a efecto en 1914, cuando el entonces gobernador de la Entidad, Alberto Fuentes Dávila, abrió la arteria principal que comunicaba la otrora *Plaza de Armas* con la estación de los ferrocarriles, que tuvo como finalidad hacer más bello el rostro urbano, más accesible el tránsito de mercancías de la Estación al centro de la ciudad, sin importarle la opinión de los vecinos que vivían en las fincas y edificaciones como la del Banco de Londres y México.

En un principio, se le llamó Avenida de la Convención, precisamente porque en los últimos días de 1914 se celebró la Convención Revolucionaria de Aguascalientes, y prácticamente se "estrenó" con el desfile de las diversas facciones insurgentes. Durante un tiempo también fue denominada la *Avenida de las Lágrimas*, por los moradores que vivieron en la zona demolida, debido al dolor que les causó ver sus pertenencias hechos ruina. Es cierto que la ciudad se embelleció con los monumentos de leones, la fuente de "Las Ranas" y el aumento del flujo de automotores, pero a costa de destruir las huertas que también proliferaban por esa zona. Como por obra de magia, comenzaron a florecer tiendas de diversa índole como zapaterías, ropa, hoteles, restaurantes y escuelas, entre otros más (Ramírez Hurtado, 2001: 4).

Aunque de menor importancia, se pueden citar otras fincas que fueron el germen junto con el *Vista Alegre*, del cine en Aguascalientes hasta antes de la década de 1930. Algunos de los más conocidos fueron: *El Salón Variedades* que después se llamó *El Salón Rojo*, en el que se ofrecían programaciones cinematográficas en 1908; *El Recreo*, que tuvo cierta aceptación en el público por lo bajo de las entradas también en ese mismo año, y el *Teatro Salón Actualidades*, que inició sus funciones el 7 de julio de 1911. Con el inicio de la década de los treinta, el avance tecnológico modernizó al cine, de tal manera que se perfeccionaron los artefactos de proyección; pero sobre todo, el público tuvo el privilegio de que en algunas salas podían oírse a los actores, y todos los sonidos que se producían en el filme (Reyes Rodríguez, 2001 :2). Algunos cinematógrafos que nacieron en el contexto de este progreso fueron:

El *Salón Royal*; que se localizaba en el lugar en el que hoy está la finca de la secundaria que perteneció a la Universidad Autónoma de Aguascalientes, y que tuvo fama ya que en esa sala se presentaron las primeras películas de Charles Chaplin, además de que también se ofrecían funciones de títeres; el *Cine Olímpico,* que estaba en *El Parián* y que fue muy famoso porque

ahí se exhibió *El Submarino III*, que según los historiadores, fue la primera película sonora en la ciudad; el *Cine Avión*; que se encontraba en la avenida Porfirio Díaz, que actualmente lleva el nombre de Álvaro Obregón, y que es casi seguro que su nombre se deba a que por ese tiempo nació el avión, que tanta sensación causó en México, y el *Ideal,* que era un cine pequeño que tenía su domicilio en la actual calle de Venustiano Carranza, antes Isabel La Católica y Carrillo Puerto, muy próximo al Instituto Cultural de Aguascalientes; en este pequeño cine de fines de semana por lo general se proyectaban películas mudas. Estos recintos estaban construidos de materiales muy elementales; fueron establecimientos de madera, en los que por lo general el techado era de lámina, los asientos consistían en simples bancas de tablas y en algunos casos las puertas no eran más que sencillas cortinas de tela (Reyes Rodríguez, 2001: 3-4).

El nacimiento del cine en Aguascalientes se da en pleno periodo porfirista; y junto con otros acontecimientos como la creación de los talleres generales de reparación, el arribo del tren y de otras empresas importantes, le dieron un giro radical al ambiente cotidiano y a la imagen misma de la ciudad, de tal forma que la vida citadina giraba en torno a la estación de los ferrocarriles. La gente se podía enterar de las noticias del mundo no solo por conducto de la prensa o la radio, sino también mediante el cinematógrafo. En la actualidad, podemos observar aun los edificios que han quedado de aquella época: la estación de los ferrocarriles ahora completamente desierta, la Colonia Ferronales, el balneario Los Arquitos, que de él únicamente queda el nombre, ya que se ha remodelado para convertirse en un centro cultural de mucha importancia en la ciudad, los hoteles de paso, en los que se hospedaban los viajeros que transitaban hacia el norte o al sur del país, que aun y cuando se encuentran muy descuidados, todavía se halla en servicio, siendo sus clientes los teporochos de la zona, y algunos parroquianos que alquilan una habitación con el fin de pasar un par de horas con una de las sexo servidora que deambulan por esos rumbos. Pero sobre todo la *Alameda Central,* que durante esa época y hasta la década de los setentas, fue sitio predilecto de la gente de todos los estratos sociales para "dominguear". En lo que respecta a la estación de los ferrocarriles, se ha convertido en uno de los museos más interesantes de la ciudad, al que se le ha dado el nombre de *Museo de la Estación.* Visitar el museo de estilo californiano es como entrar a los inicios del siglo XX.

6.3.- El cine durante las últimas tres décadas.

Al igual que en muchas ciudades de provincia -a excepción de las grandes metrópolis o los centros turísticos más prestigiados del país-, la asistencia a las salas de cine fue, y lo sigue siendo, uno de los máximos entretenimientos. A partir de la década de 1940 y hasta tres décadas después, florecieron los cines que marcaron la huella de la modernidad en la entidad, de la que hoy en día hacen gala los cinemas de los que más adelante haremos una mención detallada. Nos referimos a los cinematógrafos *Rex*, *Encanto*, *Plaza* y *Colonial*, a los que se unió después el *Alameda*, todos ellos ubicados en el centro de la ciudad, de los que es el úncio que ha subsistido con el nombre de *Sala París*.

Los cines *Encanto* y *Alameda* estaban en la avenida Madero, que fue el escenario predilecto de los jóvenes de clase media y alta para pasear con su novia en el carro de papá, así como lo hacían sus abuelitos a principios de siglo en sus carcachitas. Pasear por la Avenida Madero los domingos fue durante décadas tan habitual, como se acostumbraba hacerlo por la plaza central o *El Parián*. Todavía en los ochentas era dicho común entre la gente "¡Vamos a maderear!". El pasatiempo de la juventud de esos años fue asistir por la noche al cine *Encanto*, que era el de más caché entonces en la ciudad, a ver el estreno de una película americana, cenar en estigiosos en la ciudad para presenciar el estreno de una película americana, cenar en la lonchería "Max", o tomar un par de cervezas en el Bar Madero, que era en esos años la cantina más frecuentada de la clase pudiente. El *Cine Encanto*, que en la década de los cuarenta se llamaba *Cine Palacio*, tuvo una trayectoria muy importante, pues fue en esa sala donde se proyectó la primera película en color en la ciudad y donde también se pasó la recordada película hollywayense *Lo que el viento se llevó*.

Los cines *Colonial* y *Plaza* se ubicaban casi contiguos en la calle Juan de Montoro, a un costado de la entonces *Plaza de Armas;* y el *Rex*, conocido como "el piojito" debido a las condiciones insalubres en que permaneció hasta su cierre, se localizaba en la calle Cinco de Mayo muy próximo al Mercado Terán, donde hoy se encuentra una de las tiendas *Coppel*. Se inauguró en 1944 y fue el primer cine que rompió con muchas tradiciones en cuanto a que escenificaba diversos tipos de diversiones. En gran medida adquirió su popularidad porque se encontraba en la zona más concurrida de la ciudad, la Avenida Cinco de Mayo, que hasta la fecha se caracteriza

por el movimiento comercial y económico de los muchos negocios y tiendas que existen, y por localizase en ella el legendario Mercado Terán. Se distinguió también de los demás cines por su tamaño, pues tenía la capacidad de albergar a cerca de 3,000 gentes, y porque proyectó siempre cintas mexicanas propias para un público popular. Para la gente acomodada de aquellos años, los cines *Colonial* y *Encanto* fueron los preferidos, pues era donde se proyectaban películas norteamericanas "a todo color"; mientras que en el cine *Rex* y *Alameda* se exhibían nacionales en blanco y negro, de contenido cómico como las de *Viruta y Capulina*, de charros, mujeriegos y tomadores, románticas y hasta de lucha libre, entre las que no podía faltar alguna del *Santo.*

De todas estas salas cinematográficas, que en su tiempo fueran el principal lugar de esparcimiento de la población, sólo el *Alameda* continúa funcionando con el nombre de *Sala París.* El desstino de los demás ha sido: del *Encanto* sólo queda su fachada principal, pues lo han convertido en estacionamiento; en el lugar donde estuvo el *Rex* como se ha mencionado se encuentra la tienda Copel; el *Plaza* ha sido demolido y en su lugar sólo queda un conjunto de láminas que cubre el espacio físico; en una manta leemos "terreno en venta"; en lo que respecta al *Colonial*, también ha sido derrumbado y en su lugar se construyó una pequeña placita, *Plaza Fundadores,* en homenaje a los fundadores de la ciudad, que forma parte del proyecto de reconstrucción del Centro Histórico del Gobierno Municipal, proyecto criticado por la ciudadanía, por los urbanistas y profesionistas en general, que han denunciado la demolición de fincas consideradas patrimonio histórico.

En la década siguiente, la ciudad comenzó a contar con salas más modernas como *Cinema Aguascalientes*, a la que siguieron *Cinema Auditorio* con dos salas, los "gemelos" instalados en los centros comerciales *El Dorado*, los de la Comercial Mexicana, que comenzaron con dos salas que más tarde se remodelaron para hacerlas más pequeñas y agregar una más, el *Cinema Avenida,* convertido ahora en un grupo de pequeños locales, los cinemas que se ubicaban en el centro comercial *Villasunción* y los *Multicinemas Dorado 70* .

En la actualidad son otro tipo de salas las que han tenido más éxito en la ciudad. Por cierto, le han otroa imagen a la fisonomía urbana, al ubicarse la mayoría donde se encuentran los grandes centros comerciales. Citamos las siguientes: *Cinépolis,* que consta de catorce salas; *Multimax*

Plaza Aristal, con diez; *CineMark,* también con diez; *MM Cinemas* en Galerías, con doce salas y un *IMAX,* Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología, donde se proyectan documentales y películas en tercera dimensión. Cabe señalar, que de los cines antiguos queda en pie el *Cinema Variedades*, que era el único cine que proyectaba dos películas de estreno y que ahora pasa sólo películas pornográficas a precios accesibles; por eso es el cine en la ciudad al que asiste más gente y por sus precios accesibles. Últimamente la *Sala París* también exhibe películas pornográficas para sobrevivir.

Al remontarnos a mediados de los 70's y principios de los 80's, descubrimos que también se presentaban espectáculos de medianoche en algunas salas de la ciudad, clasificados de "sólo para adultos de amplio criterio". El *Teatro de Revista*, como solía llamarse, tenía funciones en los cines *Plaza* o *Colonial.* Aunque con censura era común la exhibición de cintas de "ficheras"; también con temas de interés público, como *Canoa* (1975) de Felipe Cazals, que documenta el linchamiento de unos estudiantes universitarios acusados de comunistas en el pueblo de San Miguel Canoa; *La pasión según Berenice*, de Jaime Humberto Hermosillo, calificada como una de las películas mejor realizadas en la década de los setenta, que se filmó en Aguascalientes en 1976, trata sobre el amor obsesivo de una joven provinciana (Martha Navarro) por un hombre de edad madura (Pedro Armendáriz Jr.).

La Universidad Autónoma, *Cinépolis* y *CineMark*, levan a efecto cada año muestras de cine internacional. También cuenta la ciudad con cine-clubs, como es el *Teatro Leal y Romero* del Instituto *Cultural de Aguascalientes;* igualmente se han abierto cafeterías donde se respira cierto aire intelectual, como la ubicada en *Casa Terán* y *La Querencia.* Estos lugares, al igual algunos otros se han ganado fama en el medio cultural por ser espacios donde se exhiben películas no comerciales, cotometrajes y porque el el público que asiste tiene un conocimiento más amplio de este arte, así porque se exhiben cintas de contenido crítico y con temas no trillados, y porque se presentan obras de teatro, conciertos musicales y recitales. Estos espacios siempre tienen asistentes deseosos de ver y comentar libremente las cintas.

6.4.- La "supervivencia" del cine en Aguascalientes.

Estos lugares son pocos en Aguascalientes y de igual manera la asistencia a ellos ha sido menor en comparación con las grandes metrópolis como México o Guadalajara. Algo parecido sucede con otros entretenimientos como el teatro, las visitas a los museos y la exposiciones de arte, que además de ser mínimos no tenemos el hábito de consumirlos, situación que se observa no sólo en los grupos populares sino también en sectores altos. Si en la ciudad de México, que es donde se concentran más las ofertas culturales la asistencia es baja, con mayor razón se puede decir de esta ciudad. *"En los estudios del consumo cultural en México encontramos que la falta de interés de sectores populares en exposiciones de arte, teatro o cine experimentales, no se debe sólo al débil capital simbólico con que cuentan para apreciar esos mensajes sino también a la fidelidad a los grupos en los que se insertan"* (García Canclini, 1995: 65).

Lo contrario sucede con los cinemas comerciales, donde las películas Hollywooyenses son las que predominan en cartelera, pues raramente se exhiben películas mexicanas, asiáticas o europeas. Acota Canclini al respecto: *"Las películas de Hollywood transmiten al mundo la visión estadounidense de las guerras y la vida cotidiana, las telenovelas por la manera en que las naciones productoras conciben la cohesión y las rupturas familiares"* (García Canclini,1999).

Observamos cómo han aparecido como hongos en barrios y colonias populares las tiendas o videoclubes que rentan películas. Esta situación ha venido a cambiar los hábitos culturales de la población en referencia. Al igual que en otras ciudades del país predomina en ellas la renta de filmes norteamericanos, y apenas mexicanas y de otras nacionalidades; por lo que estamos de acuerdo con Canclini, que entre el 60% y 85% de las películas que ven los mexicanos en la televisión, o que rentan en algún videoclub son norteamericanas, lo que nos hace identificar al cine gringo con el cine que se ve en México (García Canclini, 1998: 153).

En un recorrido de observación que se realizó en *Videocentro*, que se localiza dentro del centro comercial *Galerías*, el más grande y concurrido de la ciudad, los títulos de las góndolas eran: *estrenos*, *acción*, *suspenso*, *comedia*, *infantiles*, *drama*, *terror*, y en un estante muy reducido, encontramos las películas mexicanas que en realidad eran muy pocas. No se encontró un título de

la llamada época del *cine de oro mexicano*, que se caracterizó por exaltar el nacionalismo de los mexicanos mediante la creación de personajes prototípicos como Pedro Infante, Jorge Negrete, Luis Aguilar y otros. Casi el cien por ciento de los filmes eran norteamericanos. En algunos lugares localizados en puestos de revistas y en las colonias populares donde se rentan vídeos, encontramos una gran variedad de películas mexicanas de género cómico sexual, y también una extensa cantidad de películas pornográficas de otros países, de las que incluso se les muestra los catálogos al cliente. Es decir, que el público siempre diversas opciones; sin embargo, aún cuando mucha gente prefiere rentar una película, aunque no sea el éxito del momento en la pantalla gigante, un cierto porcentaje de la población continúa con el ritual de asistir al cine, sobre todo los domingos

Lo acontecido en Aguascalientes no es algo que difiera de lo que sucede en la capital o en otras ciudades de la República, e incluso de América Latina; ejemplo de ello es que los jóvenes de clase media alta son los principales clientes de las salas cinematográficas; también que la asistencia al cine hoy en día está casi vedada a las clases más desprotegidas por lo costoso de la entrada, y el deterioro de los salarios, en comparación al de hace más de un cuarto de siglo. *El cierre de salas y la caída de taquillas no significaron que se vieran menos películas: se ven más ahora, pero en la casa. La sala de cine se fue convirtiendo en uno más y ya no en el único canal de la experiencia cinematográfica* (Ochoa Tinoco, 2001: 120).

Son varias las modificaciones que han sufrido los cines de hoy: estacionamientos más amplios y modernos, eficiente servicio de cafetería, dulcería y fuente de sodas, los video juegos, el sofisticado sonido de las películas dolby, la comodidad de las butacas reclinables, mejor calidad en la imagen de las películas que supera con mucho el cinemascope y technicolor, que por mucho tiempo fue lo mejor en tecnología fílmica, la limpieza de las salas, las promociones; en *Cinépolis,* por ejemplo, los miércoles las entradas son dos personas por un boleto y los lunes se hace una rebaja a los clientes que asisten con su pareja-, mejor fluidez en el tránsito de la gente dentro del cine, televisiones en los vestíbulos ofreciendo cortos de las películas a estrenar, etc. El incremento en el costo del boleto de entrada en el cine ha marginado a los sectores de la población económicamente bajosde la población, por lo que ha pasado a ser más asidua la clientela en los vídeos. Existe una transformación radical en esta práctica de entretenimiento de

hace de treinta años o más; antes se podían ver hasta tres películas en una función vespertina, y en la matiné en que los niños por un precio accesible veían tres películas, desde las nueve de la mañana a las tres de la tarde. Hoy no es posible porque en sus carteleras solo ofrecen una película sin permanencia voluntaria; por eso se ha reducido la asitencia y el público que acude se compone de adolescentes y jóvenes de la clase media. Aguilar y Bassols, señalan que:

> *Puede decirse que la ciudad emergente de la modernidad mexicana se parece cada vez más una con otra cosa: centros comerciales construidos a todo vapor en lugares estratégicos, el resurgimiento de los cines ahora en su versión de megapantallas, sonido dolby y exhibición simultánea múltiple, la conversión de los centros históricos en nuevos espacios para el turismo comercial [...]* (2001: 14).

Sen embargo, inferimos que esta lejano el día en que desapazan las salas de cine en la ciudad, como como ha sucedido en otras ciudades del mundo. Ahora en necesario que los inversionistas construyan *Cinemas* más confortables que puedan compentir con la oferta y ventajas que ofrecen la renta de películas. Sin em bargo, por mal rostro que tengan los cines, crremos que no llegará a desaparecer en la ciudad, porque el cine encierra esencialmente entretenimiento, pues continúa siendo una manera de pasar el tiempo de ocio para muchas personas. Por eso, pensamos que es poco posible que la asitencia a las salas se sustituida por el cine casero que proporciona la televisión y los vídeos. De hecho, acaba de abrirse otro *Cinépolis* en el conjunto comercial *Carrefour*, y se proyecta un cinema más en la zona norte de la ciudad que será parte de un nuevo centro comercial.

La producción del cine mexicano, no continuará la trayectoria de las primeras películas como *La banda del automóvil gris* -copia del cine europeo- y *Santa* -cuyo tema es acerca de una mujer de la calle. Además, asitir hoy a una fución de cine difiere por completo de cómo pasaba en los los setenta; entonces el público que asistía pertenecía a estratos económicos diferentes, mientras que en la actualidad son más jóvenes de clase media alta que de otras, debido al costo del boleto. García Canclini observa que:

> *Se han cerrado miles de salas en todos los países latinoamericanos. Los cines se convierten en negocios de videojuegos, templos evangélicos en estacionamientos en Montevideo, Sao Paulo, Bogotá y México. En una sociedad con fuerte tradición*

cinematográfica, como Argentina, siete provincias ya no tienen salas de cine (1998: 147).

6.5.- Comentarios.

a) La asistencia al cine ha perdido clientela, aunque continúa siendo una de las principales fuentes de entretenimiento en la población hidrocálida. Este fenómeno se debe al uso común de la computadora, el Internet, la televisión de paga y al surgimiento de otras diversiones. Se estima en 44.5 millones los ingresos anuales que perciben las compañías cinematográficas y cada año asisten a las funciones de cine 1.71 millones de cinéfilos, según datos proporcionados por la *Organización Ramírez* -que fue la que desplazo al *Circuito Montes*, al que pertenecían los grandes cines de los años setenta, *CineMark*, entre otras (*El Sol del Centro*, 22/06/2003: 9/A).

b) Los cines se han visto en la necesidad de modernizarse para atraer más clientes, como la fluidez dentro de los corredores del cinema, la variedad de opciones en los horarios para mayor comodidad de la gente, mayor número de salas, sonido dolby estéreo, amplio estacionamiento y butacas cómodas, entre otros, por lo que no es creíble que vayan a desaparecer como ha sucedido en otras partes del mundo. Pero hubo quienes dijeron que les molestaba que la entrada fuera a un costado lateral.

c) Este pasatiempo se está convirtiendo en oferta elitista, casi exclusiva de las clases medias altas y altas, y se está haciendo prohibitiva para las clases medias bajas, bajas y marginadas, que mejor prefieren rentar un vídeo o un DVD que lo ven en su casa en compañía de toda la familia, y hasta lo intercambian o prestan a un conocido. Situación contraria a la de hace décadas en que el cine era más popular, ya que los que no tenían mucho dinero compraban el boleto para "gayola", pues había cines, como el *Colonial* con "luneta" y "balcón", a excepción del cine *Encanto*, que no tenía una división como esta, por lo que se dice que era el más "igualitario" de todos. Por otra parte, para los de luneta, que por lo regular eran familias de clases medias y altas, era muy incómodo soportar a "los de gayola", o la plebe, ya que constantemente aventaban cosas y escupitajos a los asistentes de abajo.

d) El cine nacional es casi nulo en comparación con el que se produce en Hollywood. A partir del tiempo en que se realizó la encuesta se han estado realizando algunas películas del llamado "nuevo cine mexicano", como *El callejón de los milagros*, *La ley de Herodes*, *Amores Perros*, *Nicotina*, *21 gramos* y la controvertida *Y tu mamá también*, entre otras, que han sido aceptadas por el público y los jóvenes en particular, ya que son películas de crítica social de "las buenas costumbres" de la sociedad mexicana, que a decir de ellos, se identifican con el tema y sus personajes, como en una época lo fue la juventud de películas como *Rojo amanecer* y *Canoa*. Al momento de escribir estas líneas, se está proyectando una película de crítica social *Un día sin mexicanos* de Sergio Arau, que ha tenido éxito en México pues trata de lo que pasaría con la economía de estadounidense sin la mano de obra mexicana.

e) El cine no comercial es mínimo, a excepción del *Tour del cine francés*, el que se proyecta de vez en cuando en el *Teatro Leal y Romero* de la Casa de la Cultura, la *Casa Jesús Terán*, la Universidad Autónoma de Aguascalientes y otros sitios poco conocidos de la gente como algunos café-arte; últimamente, se ha ido fomentando el ciclo *Cámara alternativa* en *Cine Mark*. Cabe hacer memoria que a principios de la década de los setenta se formó el primer cineclub que fue apoyado por Víctor Sandoval, director de la Casa de la Cultura, en el que un grupo de cinéfilos, entre los que se encontraban Víctor Martínez Díaz, Martín Jáuregui y Gustavo de Alba, que hacían críticas de películas del momento.

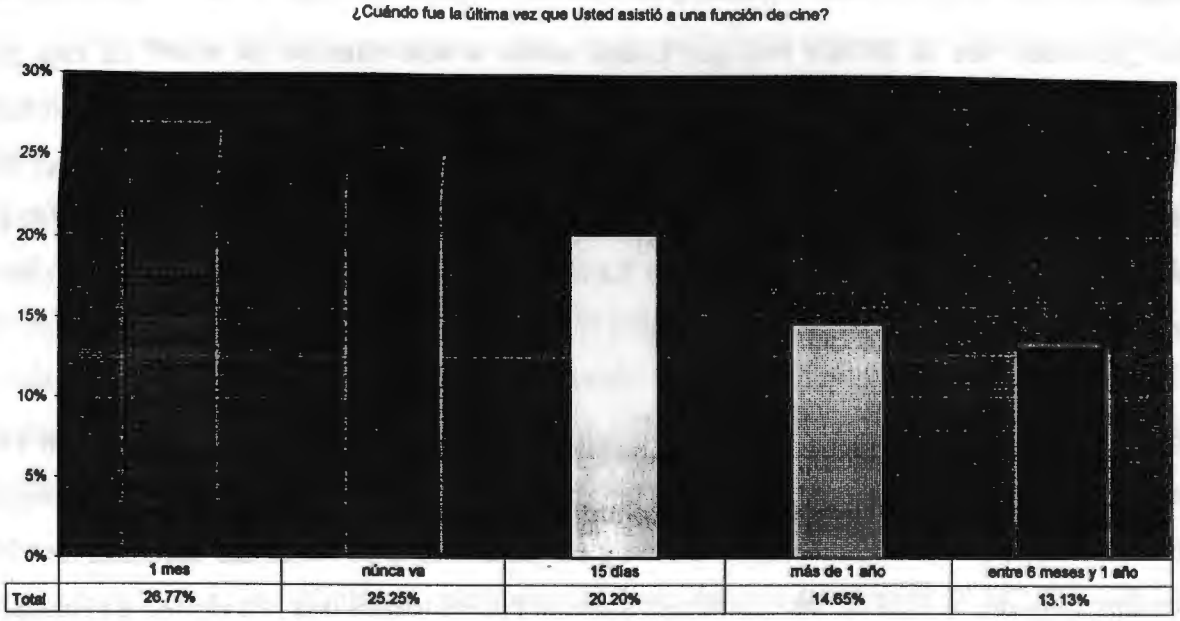
f) El público prefiere asistir a *Cinépolis* que a otros multicinemas como *Cine Mark*, o *MM Cinemas Galerías*. ¿El por qué de ello es la modernización de su infraestructura? Por la ubicación física de los mismos y porque los grupos sociales que asisten son clase media y alta. Por ejemplo, a *MM Cinemas Galerías* y *Cinépolis* asiste más la clase media alta y la alta, a *CineMark* la clase media y a *Kristal* y a los *Multicinemas* -recién cerrado- concurrían la clase media y media baja, y la baja y marginal frecuentan la *Sala París* y el *Cinema Variedades*.

6.1.- ¿Cuándo fue la última vez que Usted asistió a una función de cine? En esta gráfica, observamos que de 198 casos que corresponde al 100%, el 26.77% de los encuestados acostumbran ir al cine al mes, 13.13% de ellos lo hacen entre seis meses y un año; por otro lado, el 25.25% nunca van, en especial la clase baja -41-, y 18 -de esa misma clase- de un total de 29 (14.65%) asisten a una sala de cine en más de un año. La clase alta es la que más seguido consume esta oferta cultural con 21 al mes y 23 cada quince días.

En el caso de las tres grandes metrópolis mexicanas, según las encuestas de *Reforma* en 1999, los resultados fueron casi similares, ya que los informantes contestaron que van una que otra vez al mes: En el DF fue el 31%, en Guadalajara el 32% y en Monterrey el 29%. En las encuestas de l/2000 del consumo cultural, el 42% de los capitalinos asiste al cine al menos una vez al mes, en Guadalajara el 34% y en Monterrey el 36%. En el mismo tenor, el 58% de los capitalinos van rara vez, el 66% en Guadalajara y el 64% en Monterrey, datos que demuestran que el cine es uno de los entretenimientos predilectos tanto para una ciudad media como Aguascalientes como para una metrópoli. Por otra parte, en las encuestas del 2001 se descubre que el 35% de los capitalinos no va al cine, y en promedio 6 de 10 tapatíos asiste al cine al mes lo cual es un porcentaje muy alto; y en las encuestas del 2004, el 35% de los capitalinos va al cine "una que otra vez al mes". Al respecto, Jorge Sánchez director de *Cinemanía* afirma que: "la planta de exhibición se está extendiendo de una manera muy rápida. El servicio al público se ha esmerado". Según la *Encuesta nacional de prácticas y consumos culturales* realizada en el 2004, el 44.2% ha asistido a una función de cine "al menos una vez al mes". En la encuesta *Públicos y consumos culturales en Buenos Aires* (1990) realizada por el CEDES, la respuesta a esta pregunta fue que el 37.5% no concurren desde hace un año o nunca.

24. Asistencia al cine.

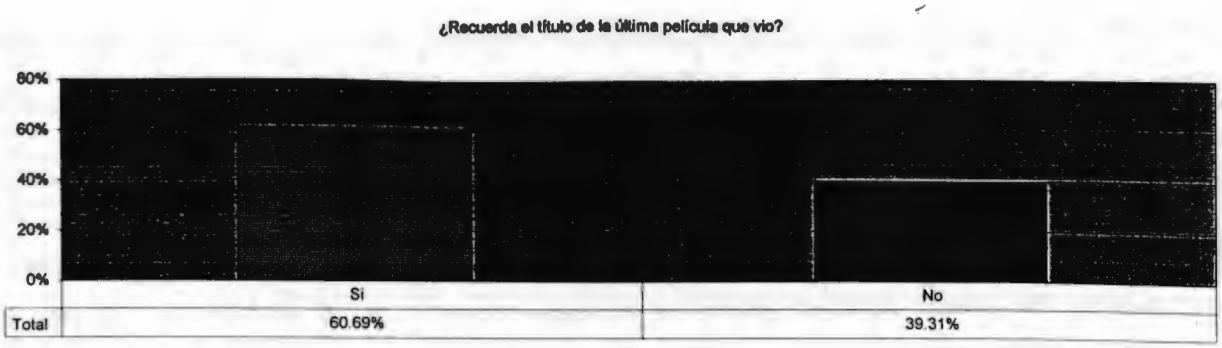
	GRUPOS SOCIALES	1 mes	nunca va	15 días	más de 1 año	entre 6 meses y 1 año	Total
1	Clase Alta	21	0	23	1	10	55
2	Clase Media	14	9	15	10	4	52
3	Clase Baja	18	41	2	18	12	91
	Total	53	50	40	29	26	198
	%	26.77%	25.25%	20.20%	14.65%	13.13%	100%

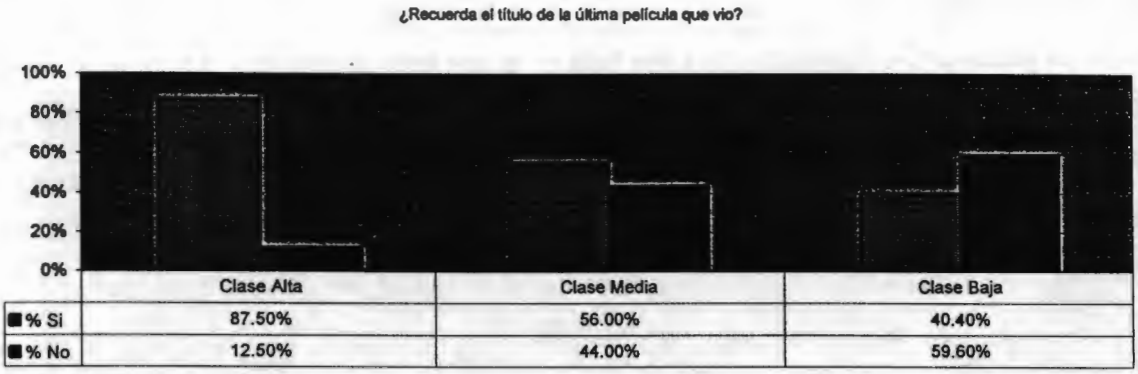


6.2.- ¿Recuerda el título de la última película que vio? De un total de 262 entrevistados que representa el 100% de la muestra, el 60.69% recuerda el título de la última película que vieron, de los cuales 87.50% pertenece a la clase alta; por otro lado, el 39.31% no pudieron recordarlo, sobre todo 59.60% personas que forman parte de la clase baja, en comparación con el 60.69% de los cinéfilos de la clase alta que no lo olvidaron. Cabe mencionar, que en las encuestas de consumo cultural de *Reforma* del 2004 en el DF, las dos películas que los entrevistados recordaron que se habían hecho durante los últimos cinco años fueron las siguientes: "Y tu mamá también" (10%) y "Amores perros" (28%).

25. Última película.

	GRUPOS SOCIALES	Si	% Si	No	% No	Total	%
1	Clase Alta	77	87.50%	11	12.50%	88	100%
2	Clase Media	42	56.00%	33	44.00%	75	100%
3	Clase Baja	40	40.40%	59	59.60%	99	100%
	Total	159		103		262	
	%	60.69%		39.31%		100%	





6.3.- ¿Cuál fue el título de la última película que vio? En su mayoría, las películas que vieron los informantes son norteamericanas, entre las cuales destacan las siguientes: **Clase Alta**: (1) "Los Otros", (1) "Todo el poder", (3) "Lo que una chica quiere", (4) "Parejas en conflicto" (5) "La maldición de la Perla Negra" (1) "Concierto de Queen", (1) "En algún lugar de África", (2) "Línea Mortal", (10) "Harry Potter", (9) "Hulk", (2) "El Pianista", (6) "Termineitor III", (3) "Todopoderoso", (9) "Buscando a Nemo", (7) "Simbad", (3) "Tomb Rider", (4) "Enlace mortal", (2) "Matrix", (1) "Titanic", (4) "Legalmente rubia", (3) "Hombre Araña", (4) "Minicampeones" y (2)"Los Ángeles de Charly", entre otras más. **Clase Media**: (1) "Tom Rider", (1) "Rápido y furioso", (2) "Todopoderoso", (1) "Los Picapiedra", (3) "Termineitor III", (5) "Buscando a Nemo", (1) "Titanic", (3) "La maldición de la Perla Negra", (1) "Spirit", (3) "Enlace mortal", (1) "Capitán Cornely", (6) "Hulk", (1) "Superman", (1) "Nostradamus", (1) "Fuimos héroes", (2) "Simbad", (1) "Japón", (4) "Hombre Araña", (3) "Matrix" y (1) "Spaun". **Clase Baja**: (1) "Van Dame", (2) "Naufragio", (1) "Stuart Little", (1) "Tom Ride", (1) "El exorcista", (1) "Hulk", (4) "Termineitor III", (2) "Todo el poder", (1) "Toy's Tory", (2) "Ángeles de Charly", (1) "Star Wars", (3) "La Maldición de la Perla Negra", (5) "Buscando a Nemo", (1) "Simbad" y (2) "Todopoderoso". Por el

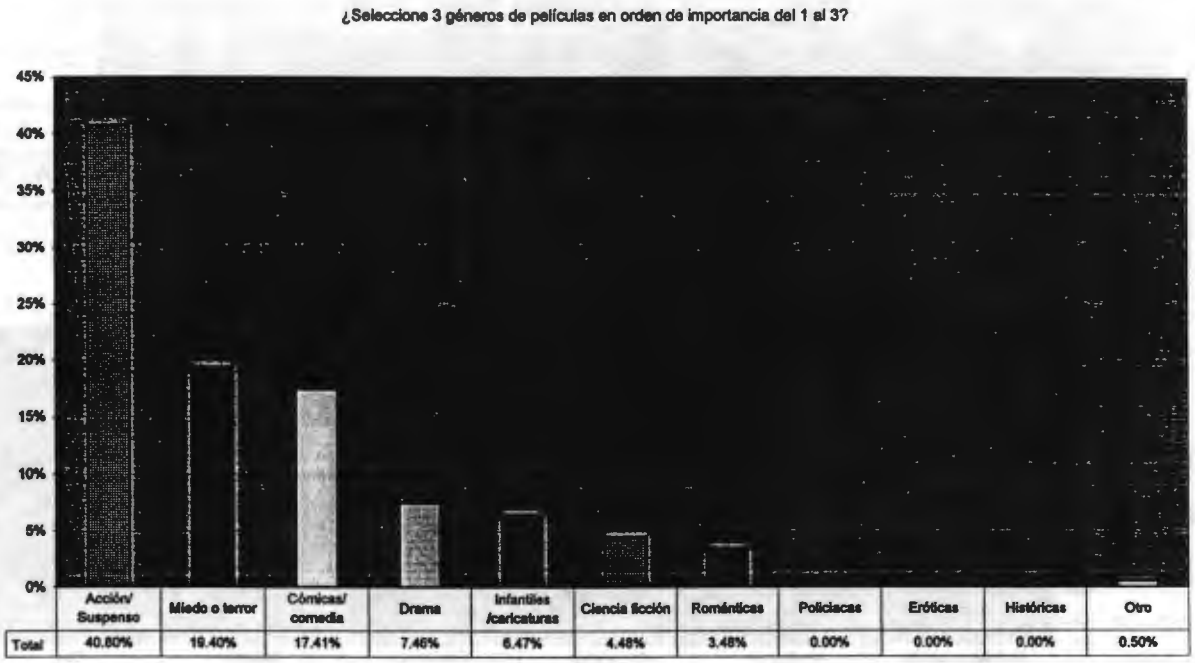
contrario, fueron pocas las películas mexicanas que vieron como "El crimen del Padre Amaro" (clase alta) y "Cuidado con mi vecina" (clase baja) de Cantinflas, y todavía menos las producidas en otros países.

6.4.- ¿Seleccione 3 géneros de películas en orden de importancia del 1 al 3? Fueron 201 encuestados. En primer lugar el género de acción/suspenso con el 40.80%, en segundo el de miedo/terror con el 19.40% y en tercer lugar las películas cómicas/comedia con el 17.41% de los casos; por el contrario, las películas policíacas, eróticas e históricas no tuvieron ninguna respuesta. De los tres géneros más aceptados, la clase baja es la que más destaca con 31, 23 y 19 informantes respectivamente, además de que también les gustan las películas románticas, mientras que a la clase media, en comparación con la alta y la baja, le gusta más el género de drama -15-, infantiles -8- y de ciencia ficción –6-.

En base a las encuestas del periódico *Reforma* que realiza cada año, los resultados de esta pregunta para las metrópolis mexicanas, fueron desde 1999 parecidos a los de la capital hidrocálida, ya que la mayoría optó por el género de suspenso: 58% en el DF, 61% en Guadalajara y 71% en Monterrey. En las encuestas del 2000 el género de acción (56%) continuó siendo el preferido de los cinéfilos capitalinos y en seguida el de suspenso (31%). En el 2001 los géneros de acción y suspenso también continuaron siendo los preferidos de los cinéfilos de las tres grandes ciudades según resultados de las encuestas de consumo cultural. Los resultados fueron: DF (62% y 34%), Guadalajara (64% y 42%) y Monterrey (60% y 28%). Y para el 2004, este mismo género (65%) es también el predilecto de los cinéfilos del DF; y de igual manera, este genero fue el preferido de la *Encuesta nacional*. En la encuesta del CEDES de Argentina, el 31.7% prefiere las películas de aventuras y las comedias les agradan a todo grupo sin distinción.

26. Géneros preferidos.

	GRUPOS SOCIALES	Acción/ Suspenso	Miedo o terror	Cómicas/ comedia	Drama	Infantiles /caricaturas	Ciencia ficción	Románticas	Policíacas	Eróticas	Históricas	Otro	Total
1	Clase Alta	27	8	16	0	5	3	0	0	0	0	1	60
2	Clase Media	24	8	0	15	8	6	0	0	0	0	0	61
3	Clase Baja	31	23	19	0	0	0	7	0	0	0	0	80
	Total	82	39	35	15	13	9	7	0	0	0	1	201
	%	40.80%	19.40%	17.41%	7.46%	6.47%	4.48%	3.48%	0.00%	0.00%	0.00%	0.50%	100%

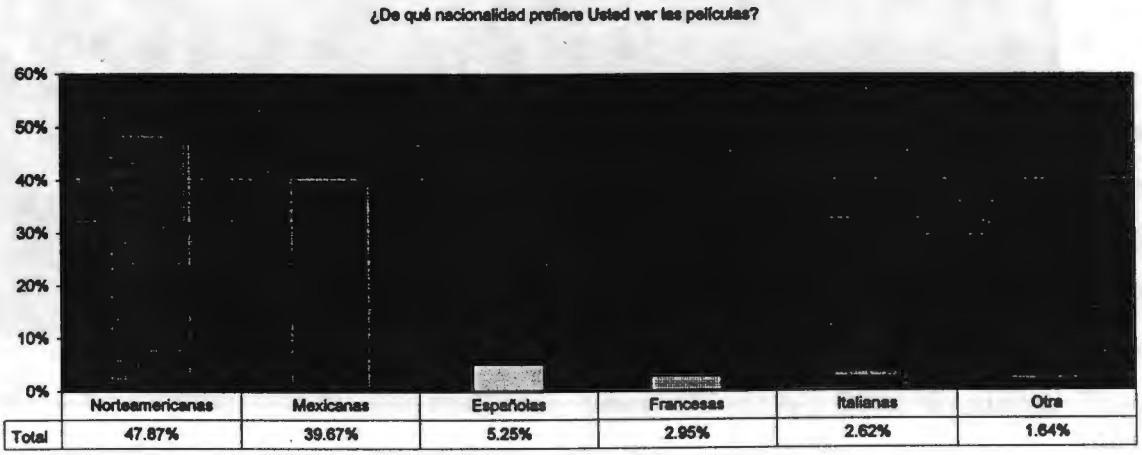


6.5.- ¿De qué nacionalidad prefiere Usted ver las películas? Los resultados a esta pregunta fueron los siguientes: el 47.87% de los informantes opinaron que prefieren ver las películas norteamericanas, y en segundo lugar (39.67%) las mexicanas. El cine europeo no es mucho de su agrado, y los que tienen más interés son los informantes de la clase alta: las españolas 10 de un total de 5.25%, las francesas 7 de un total de 2.95% y las italianas 5 de un total de 2.62%. En el mismo sentido, la clase alta -78- son los que más ven películas norteamericanas y la clase baja -61- les agrada más las mexicanas. En el rubro "Otra", el 1.64% de los informantes de la clase alta mencionaron las latinoamericanas. Fue una sorpresa el enterarnos que en las encuestas de *Reforma* del 2004, las preferencias dieron un viraje de 364 grados, ya que los entrevistados del prefirieron ver películas del nuevo cine mexicano (47%) que las de Hollywood (35%). Por otro lado, de

acuerdo a la *Encuesta nacional* la región Centro-occidente -donde se encuentra Aguascalientes- registra el 60.2% de cinéfilos que prefieren las películas norteamericanas, en comparación con las regiones Noreste (66.4%) y Noroeste (63.2%).

27. Cine mexicano o extranjero.

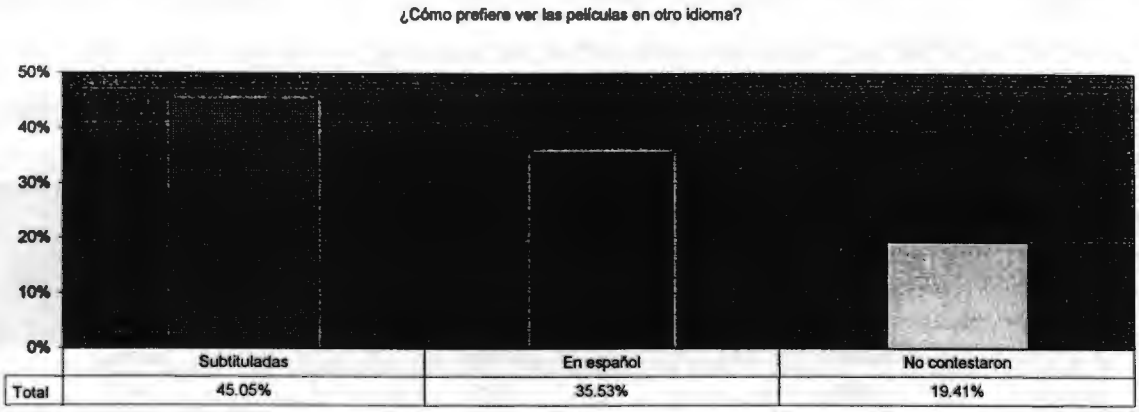
	GRUPOS SOCIALES	Norteamericanas	Mexicanas	Españolas	Francesas	Italianas	Otra	Total
1	Clase Alta	78	28	10	7	5	5	**133**
2	Clase Media	39	32	5	2	3	0	**81**
3	Clase Baja	29	61	1	0	0	0	**91**
	Total	**146**	**121**	**16**	**9**	**8**	**5**	**305**
	%	**47.87%**	**39.67%**	**5.25%**	**2.95%**	**2.62%**	**1.64%**	**100%**



6.6.- ¿Cómo prefiere ver las películas en otro idioma? De 273 informantes, es relativa la diferencia entre los que gustan de ver las películas en el idioma original o subtituladas que son 45.05%, y de los cuales 77 pertenecen a la clase alta, de aquellos que las prefieren ver en español que fueron el 35.53%, de los cuales 59 son de la clase baja; cabe decir que el público que más asistencia tiene a estas últimas películas son los niños, quienes son los principales consumidores de las películas infantiles. Por otra parte, hubo un número significativo de personas, el 19.41% que no contestaron a esta pregunta.

28. Dobladas o subtituladas.

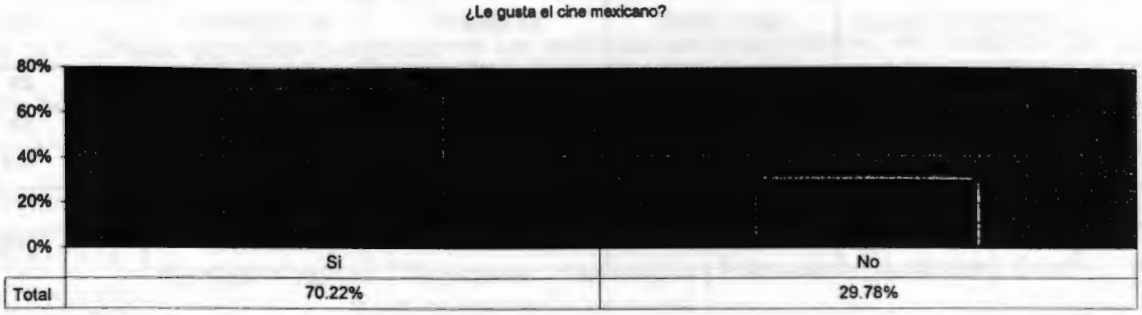
	GRUPOS SOCIALES	Subtituladas	En español	No contestaron	Total
1	Clase Alta	77	11	0	88
2	Clase Media	38	27	20	85
3	Clase Baja	8	59	33	100
	Total	123	97	53	273
	%	45.05%	35.53%	19.41%	100%

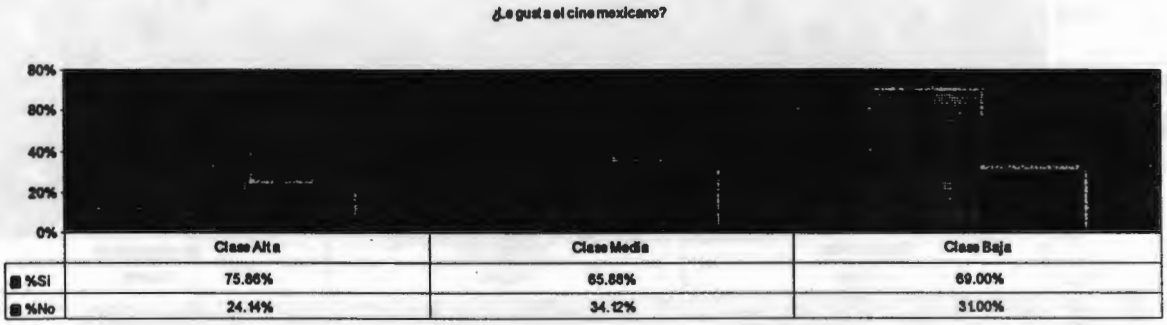


6.7.- ¿Le gusta el cine mexicano? Las respuestas de los 272 informantes a esta pregunta fueron las siguientes: el 70.22% de las personas sí les gusta, mientras que al 29.78% no. A la clase alta que fue del 75.86%, es a la que más le agrada el cine nacional seguida muy de cerca por las otras dos. Podemos afirmar que a las tres clases les gusta el cine que se produce en el país, ya que las diferencias que hay entre una y otra no son muy grandes. Para *Reforma* el 64% opinó positivamente del cine mexicano. Según la *Encuesta nacional*, el Centro (36.1%) y el Sur (32.1) las películas mexicanas son sus predilectas.

29. Gusto por el cine mexicano.

	GRUPOS SOCIALES	Si	% Si	No	% No	Total	%
1	Clase Alta	66	75.86%	21	24.14%	87	100%
2	Clase Media	56	65.88%	29	34.12%	85	100%
3	Clase Baja	69	69.00%	31	31.00%	100	100%
	Total	191		81		272	
	%	70.22%		29.78%		100%	





6.8.- ¿Por qué le gusta el cine mexicano? De los 191 encuestados sobre porqué les gusta el cine nacional fueron las siguientes: **Clase Alta**: "Es divertido", "es realista porque hace propuestas diferentes", "ha mejorado mucho en calidad", "las películas tratan temas reales", "es bueno", "me identifico", etc. A los que no les gusta dieron las siguientes razones: "No me gusta por la imagen que proyectan de México", "utilizan términos vulgares", "es mucha la pornografía", "es corriente", "la calidad y el argumento no me interesan", etc. **Clase Media**: "El cine mexicano expresa la realidad en que vivimos", "refleja la vida mexicana", "ha mejorado en calidad", "a avanzado mucho", "es realista", "me identifico con el contenido de los temas", "por los actores", "son buenos los temas", "me da risa", "refleja la vida mexicana", "es necesario darse a conocer", "hoy le entiendo más". Las opiniones negativas se centraron básicamente en que "es muy pelado. **Clase Baja:** "Por apoyarlo,

"porque es de aquí", "por la propuesta que e buena", "es bueno", "le entiendo más", "ha evolucionado mucho", "trata de problemas de la vida de los mexicanos", "me gusta para distraerme", "las historias son bonitas", "porque tratan temas de interés del país", "porque le entiendo más", "tiene éxito", "para entretenerme", "por el idioma" y "para apoyar nuestro cine".

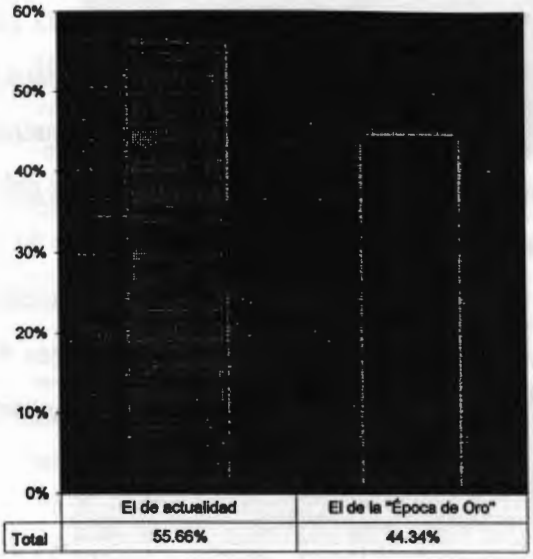
6.9.- ¿Cuál es el cine mexicano que más le gusta? Las respuestas de 221 informantes fueron las siguientes: el cine mexicano de actualidad es el que más gusta al público hidrocálido (55.66%), aunque relativamente no es mucha la diferencia con el 44.34% encuestados que les agradan las películas de la "época de oro". A la clase media (57.14%) es la que más le gusta el cine de actualidad y el cine preferido de la clase baja (59.70%) es el de la "época de oro". Con estos datos, nos percatamos de que la clase alta, y en menor medida la media, son las que más frecuentan las salas de cine. Por otra parte, en las encuestas de consumo cultural del periódico *Reforma* del 2004, el 60% contestó que les atrae ver películas del nuevo cine mexicano y al 40% no, por lo que se puede hablar de un resurgimiento del mismo. Como ya se ha dicho, en la ciudad de Aguascalientes, al igual que en el DF y otras ciudades del país, la mayoría de las salas cinematográficas forman parte de los centros comerciales, lo cual hace más atractivos a estos últimos. Para terminar, presento una frase de Canclini sobre lo tratado:

> *En segundo lugar, la construcción de conjuntos de multisalas de cine moderniza la exhibición y atrae más público, sobre todo a muchos jóvenes. Los complejos cinematográficos y los grandes centros comerciales, que aparecen asociados, son los principales reactivadores de la vida pública y del consumo cultural en espacios abiertos o fuera de la vida doméstica* (Canclini: 2003: 13).

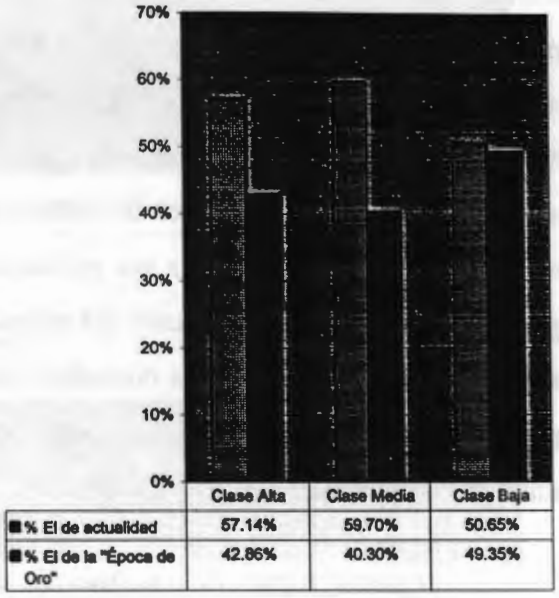
30. Cine mexicano que más gusta.

	GRUPOS SOCIALES	El de actualidad	% El de actualidad	El de la "Época de Oro"	% El de la "Época de Oro"	Total	%
1	Clase Alta	44	57.14%	33	42.86%	77	100%
2	Clase Media	40	59.70%	27	40.30%	67	100%
3	Clase Baja	39	50.65%	38	49.35%	77	100%
	Total	123		98		221	
	%	55.66%		44.34%		100%	

¿Cuál es el cine mexicano que más le gusta?



¿Cuál es el cine mexicano que más le gusta?



31. Resultados comparables de distintas encuestas sobre cine				
Encuestas / Tema	Aguascalientes 2003 (UAA)	Distrito Federal 2003 Reforma	Región Centro Occidente/Nacional 2004 CONACULTA	Buenos Aires 1990 CEDES
1.- Última vez que Ud. asistió a una función de cine	26.7% una vez al mes.	35 % una que otra vez al mes.	44.2% al menos "una vez al mes".	37.5% hace más de un año o nunca van.
2.- Recuerda el título de la última película que vio	60.6% lo recordó.	38.0% lo recordó.	- - - -	- - - -
3.-Género de películas en orden de importancia (1ª y 2ª).	40.8% acción/suspenso; 19.4% miedo/terror.	65% acción; 37% comedias. (2001)	62.9% acción; 37.5% comedia.	31.7% aventuras; 100% comedias.
4.- Nacionalidad de las películas.	47.8% norteamericanas.	47.0% norteamericanas.	60.2% norteamericanas.	- - - -
5.- Gusto por el cine mexicano.	70.2%	64.0%	36.1%	- - - -
6.- El cine mexicano que más gusta.	55.6% cine de actualidad.	60.0% nuevo cine mexicano.	- - - -	- - - -

En el presente cuadro vemos que los hidrocálidos asisten menos al cine que los habitantes del DF; pero que a nivel regional va más al cine cuando menos una vez al mes. Por otra parte, los hidrocálidos recuerdan más las películas que ven y las que más prefieren los encuestados son las de acción y de comedia a excepción de la ciudad-capitla, en la que a los encuestados les llama la atención las de miedo/terror; las películas de aventuras también son aceptadas según encueta de CEDES. El cine norteamericano es el que más ven los mexicanos, al igual que los argentinos; y es el gusto por éstos el que más prevalece en los citadinos y los defeños; y por último, el cine de actualidad producido en nuestro país, gusta tanto a los hidrocálidos como a los cinéfilos que viven en el DF.

Capítulo VII.- Cultura impresa: periódicos revistas y libros.

7.1.- Lectores de periódicos.

Aguascalientes tiene una larga tradición en cuanto al periodismo. Desde mediados del siglo XIX en que se editaron los primeros pasquines en la entidad, hasta nuestros días, se han producido una buena cantidad de periódicos, entre los cuales podemos enumerar los siguientes: *El Instructor* (1884-1907), que se caracterizó por ser un periódico de avisos, de literatura y ciencia; por eso su importancia en el contexto cultural de fines del siglo XIX, ya que fue el principal medio impreso que tenía como objetivo difundir las ideas positivistas. *Imitación,* fue el primer semanario que nació en la entidad (1850) y se imprimía en los talleres de José María Chávez, en el que se publicaban artículos literarios. *La Libertad en México* (1867) editado por Antonio Cornejo; *El Pueblo*, del Editor Diego Ortigoza y que se publicó en 1869; *El Fandango* (1887); *El Renacimiento* (1895), del Redactor en Jefe Lic. Onofre Valadez; *El Observador* (1902); *La Provincia* (1904) periódico dirigido por Eduardo J. Correa. También en el mismo año aparece el diario *La Cruz*, publicación administrada por Francisco Lejevne y los R. P. Felix Rougier, de contenido variado: literario, religioso y de variedades.

A fines del siglo XIX y principios del siguiente comienzan a circular los primerso diarios, que se llamaron *El Católico* (1895-1905) y *La Voz de Aguascalientes* (1906), ambos bajo la dirección del señor Francisco Alvarado Romo. Ambos destacaron por su línea católica, por haber sido el medio en donde los hidrocálidos conocieron la doctrina social de la Iglesia y porque se daban prioridad a los anuncios comerciales. Dos años después, en 1908 aparecen *El Clarín*, en el que figuraban como fundadores Reynaldo Narro y Juan Montes, que eran personas muy conocidas en el ambiente de la política local. Después surgió *Temis* (1910-1911), bajo el conducto de Alberto L. Ayala; aparecía semanalmente y se caracterizó por presentar ilustraciones de personajes de la época a quienes ridiculizaba, como al Doctor Manuel Gómez Portugal, al Doctor Enrique Osornio -que por aquel entonces era empresario de la plaza de gallos-, al Gobernador Alejandro Vázquez del Mercado, y en general a la elite intelectual del Aguascalientes porfirista. Anota Carlos Alberto González lo siguiente:

Dicho periódico se presentaba con ilustraciones humorísticas en la portada, recurso en el que basó su aceptación pública. Encargado de divulgar las ideas revolucionarias y haciendo quedar mal al gobierno con cartones (caricaturas) humorísticos de los personajes importantes del gobierno de Aguascalientes. Este será nuestro punto de partida para el análisis. Este periódico fue caracterizado por Temis como deidad de la justicia, con su lema "suum cuique", dar a cada quien lo suyo, es decir, hablar con la verdad [...] en su primer número publicó su programa (1999: 3-4).

El Debate, Horizonte Libertario (1922), *Ni Dios, ni Amo* y *El Anticristo*, aparecieron en 1926, el primero patrocinado por el Grupo Cultural Racional; fueron de tendencia anarco-socialista. Entre 1926 y 1927 salió a la luz pública el *Semanario Editado por la Compañía Periodística de Señoritas*; *La Opinión* que nació en 1928, bajo la tutela de Eduardo Torre Maya; otro periódico que difundió las ideas anarquistas fue *Alborada Roja*, que surgió en 1932 y fue dirigido por Daniel M. García. Desde fines del siglo XIX y los inicios del que concluyo, se editaron algunos periódicos de carácter satírico-políticos de igual importancia en la opinión pública que los anteriores: *La Pulga*, *El Chirrión del Diablo*, *El Jicote*, *El Cascabel*, *El Fandango*, *La Comadre Bárbara*, *La Aplanadora*, *El Sargento Cásares*, *La Suegra del Diablo*, *La Jeringa* y *La Evolución* (1914) de tendencia constitucionalista.

¿Qué es lo que ha cambiado en lo que respecta a la oferta editorial en Aguascalientes en poco más de dos décadas y media a la fecha? Creemos que se ha transformado significativamente. Al analizar el período comprendido desde fines de la década de los setenta hasta fines del siglo XX, nos damos cuenta de que sí existe una diferencia substancial en cuanto a la cantidad y calidad de los periódicos locales que circulaban y los que en la actualidad se publican. Por más de treinta años solo circuló *El Sol de Centro* de la cadena OEM, cuyo primer número salió a la luz el 25 de abril de 1945, cuando el pueblo se interesaba por saber que era lo que ocurría al otro lado del Atlántico luego de la sangrienta Segunda Guerra Mundial. Un miembro fundador de este diario fue el periodista Mario Mora Barba, toda una insituticón del periodismo local por haber formado escuela de jóvenes escritores. Es importante observar que en 1978 era Director de *El Sol* D. Agustín Morales Padilla, que tres años después, el 23 de octubre de 1981, abriría el periódico *Hidrocálido*, año en recibió el gobierno del Estado el también periodista Rodolfo Landeros Gallegos, quien antes de hacerse de la gubernatura era Director de Comunicación social de la

Presidencia de la República. Hoy este periódico es uno de los más aceptados entre los aguascalentenses.

El 4 de octubre de 1954 apareció el primer ejemplar de *El Heraldo de Aguascalientes*, que fue fundado por Mauricio Bercún Melnic, Ramiro de la Colina Rojo y Carlos Loret de Mola. Otro periódico importante que comenzó a circular en abril de 1976 fue *Momento;* el Lic. Jorge Varona lo dirigía y fungía como Director. Este diario se caracterizó desde sus inicios por tener una línea crítica hacia el sistema político y empresarial de Aguascalientes, por lo que fue clausurado a fines de esa década; fue nombrado nuevo director, el Lic. Abelardo Fonseca Llerena, que en ese entonces era funcionario del gobierno del Profesor Refugio Esparza Reyes, pero la verdad fue que el periódico dejó de tener la calidad de cuando lo manejaba el Lic. Varona, por lo que desapareció defrinitivamente. En una entrevista con Armando Alonso de Alba, uno de los principales colaboradores del Lic. Jorge Varona, mencionó lo siguiente: *"Creo que en general fue un periódico opositor a los malos manejos de Gobierno. En ese caso, de la Administración de Cuco Esparza, de las administraciones municipales, de muchas decisiones erróneas y anticonstitucionales, e incluso del Congreso Estatal"* (Alonso de Alba, 1999: 49).

El 21 de abril de 1978 surgió una nueva opción periodística con la aparción de *Opinión*, donde fungía como Propietario y Director Gustavo Lomelí Guerra e Ignacio A. Rosillo respectivamente, que se caracterizó por su postura progubernamental. A éste siguió el semanario *Tribuna Libres* del Director Ramiro Luévano López, publicación que ha creado toda una trayectoria en Aguascalientes por el contenido tan variado de su información, ya que lo mismo critica la corrupción de empresarios locales, como ventila malos manejos de funcionarios y políticos de Gobierno. Presenta noticias impactantes, que a decir del sector de la opinión pública caen en el amarillismo, como hechos sangrientos, crímenes pasionales, accidentes, tragedias familiares, asesinatos, etc., así como todo tipo de escándalos amorosos o desviaciones sexuales de gente conocida o la corrupción de figuras públicas. Las notas son acompañadas de fotos impactantes. Porque uno de sus objetivos es despertar el morbo, el grueso de sus lectores está, principalmente, en las clases a clase popular.

Aparte de los diarios arriba señalados, la oferta periodística local ha aumentado, aunque continúa siendo poca. La empresa editorial *Aguas* fundada en el 2000 y de la que es Presidente Agustín Morales Padilla h apuesto en circulación el periódico del mismo nombre. *Página 24*, diario que apareció en marzo de 1997 y que preside el señor Ramiro Luévano Ramírez es otra de las publicvacines uqe ha venido a enriquecer las anteriores; lo mismo podemos decir de *Imagen en Aguascalientes,* de cuya publicación se responsabiliza Juan Manuel Robledo; de *Reporte Político Policiaco,* publicación quincenal que dirige Ma. de Lourdes Campos Ceccopieri. No puedo dejar demencionar *Debate,* publicación periódica mensual que en 1999 tenía veinte años de circulación, bajo la conducción del Sr. José Templos Picazo.

Estas publicaciones no han podido hacerle la competencia a los periódicos pioneros tanto en cantidad como en calidad, sobre todo por la rica tradición que han tenido a lo largo de su historia. Por otra parte, es importante observar que ha aumentado la circulación de periódicos de otros estados: *El Norte,* de Monterrey; *Ocho Columnas* y *Mural,* de Guadalajara. Sobre todo de la ciudad de México, de la que llegan a la ciudad *El Universal*, *La Jornada*, *Excelsior*, *La Prensa*, *El Sol de México*, *El Heraldo de México*, *El Economista*, *Ovaciones*, *Milenio*, *Unomásuno*, *El Financiero*, y el *Esto*, entre otros, así como pocos periódicos extranjeros como *El País* de España y el *Washington Post* norteamericano, que son leídos sólo por una delgada franja de la sociedad, que es el de la clase media alta y alta

7. 2.- Revistas que leen los hidrocálidos.

Aguascalientes goza de una tradición en cuanto a edición de revistas; entre las más conocidas figuran *Aries*, bajo la dirección de Ezequiel Estrada Ramírez; *Ahí*, revista mensual dirigida por Armando Vázquez Granados; *Mujer Contemporánea*, que nace en marzo de 1994 y es una creación de Margarita Guillé Tamayo, que está destinada a un público femenino; *El Observador,* del Director Héctor Zanella Figueroa; *Crisol*, publicación de la que es Director Gustavo de Alba Mora; *Perfiles de Aguascalientes,* del Director Editor Héctor de León Hernández; *Tiempo de Aguascalientes*, revista editada por Armando Alonso de Alba; *La Cruda*; proyecto editorial de José Chávez Santana; *Entre Líneas,* que diseña y edita Edgar Félix Acuña; *Revista Agropecuaria*, que dirige Humberto A. Rivas Dueñas; *Controversia*, con una visión de crítica

social, que hoy ha desaparecido del mercado, que era dirgida por el Lic. Hugo Galindo Solís, cuyo primer número se editó en julio del 2001.

En comparación con la década de los setenta, ahora se pueden encontrar en numerosos puestos de periódicos revistas y vídeos, que van desde aquellos de contenido deportivo, científico, artístico y cultural como *National Geographic*, *Discovery Channel;* colecciones de películas mexicanas, hasta revistas, videos y DVD's pornográficos, muchos de ellos de procedencia extranjera, que éstos se venden de manera discreta. Lo anterior nos hace pensar el cambio que se ha generado en cuanto a esta oferta cultural, y los nuevos hábitos de consumo de las personas, pues hasta hace dos décadas y media la pornografía se reducía a revistas como *Caballero*, *Playboy* y *Signore*, que aunque eran de corte erótico y los temas eran muy variados, la portada completa se trataba de ocultar a la vista del público, y no como ahora en que las imágenes se muestran abiertamente; también algunas otras revistas que llegan via los braceros, o algún despistado estudiante que había viajado a los Estados Unidos a estudiar un curso de inglés. Cabe señalar que en los años recientes han aparecido semanarios, como *Altiplano*, *Blanco y Negro*, *Qué!* y *Picacho*, que a excepción del primero que contiene notas políticas, los demás son gratuitos y se caracterizan por difundir espacios publicitarios, y artículos de interés para el público en general, ya que los temas son de diversa índole. Estos semanarios se distribuyen sin costo, sobre todo en zonas residenciales de clase media y alta.

7.3.- Comentarios.

Aunque ya hemos oído por diversas fuentes que los mexicanos no tenemos el hábito de leer como en otros países del mundo -CONAPO e INEGI coinciden en señalar que un mexicano lee entre 1.5 y 3 libros en el curso de vida de vida, mientras la Cámara Nacional de la Industria Editorial estima que el promedio es de 2.6 (*El Sol del Centro*, 30/12/2002: 3/A)-, la investigación sobre Consumo Cultural en la Ciudad de México durante los cinco años transcurridos de 1994 a 1999 por el periódico *Reforma* así lo demostró. Entre algunos de los resultados de mayor interés del estudio, se destaca, por ejemplo, que el escritor más preferido de los mexicanos era Carlos Cuauhtémoc Sánchez, que los libros que más compran son los de superación y, que en promedio, la mitad de los encuestados universitarios lee cuando mucho cinco libros al año, además de que

algunos de ellos relacionan al libro con el pasado, pues lo nuevo son las computadoras y las videograbadoras, así como el CD, que está sustituyendo a los discos de vinil.

Por otra parte, los libros que más le interesa leer a la gente son los de historia y novelas; las revistas predilectas son "Eres" y "TV Novelas", y la sección de los periódicos que más les interesa son de política nacional, deportes y espectáculos. Aguascalientes es considerado uno de los estados más alfabetizados del país, y encontramos que este tipo de revistas son muy leídas, sobre todo por el público femenino, mientras que los videos y revistas de pornografía los consumen más los jóvenes. De la relación entre la lectura de libros y las nuevas tecnologías, Roger Bartra nos da un ejemplo entre la araña y la abeja: *"Lo nuevo, tal como lo estableció Francis Bacon, es lo moderno. La abeja y la araña, explicó, simbolizan la oposición entre modernos y antiguos. La araña teje complejas redes a partir de su propia sustancia tribal antigua. La abeja, que es moderna, vuela lejos para recabar nuevos materiales"* (Bartra, 2000: 6C). En base a lo antes dicho las conclusiones fueron:

a) En primer lugar, en comparación con las grandes ciudades mexicanas, el hábito de la lectura entre los hidrocálidos está menos arraigado, pero aun así tiene un lugar privilegiado en la escala nacional. Esto se observa de inmediato en un ejemplo: los pasajeros de los autobuses urbanos es raro el que "mata el tiempo" leyendo durante los largos trayectos que a diario realizan del trabajo a su hogar, o los fines de semana a un almacén comercial, en contraste con los usuarios del metro de la ciudad de México que sí tienen esa costumbre, aunque es poco el número de los viajantes lectores respecto a sus similares de los países desarrollados. En Aguascalientes los trayectos son muy tardados debido en parte a que la ciudad ha crecido notoriamente, pero sobre todo al aumento de automotores que en la actualidad son 250 000.

b) Aunque la Entidad tiene un lugar privilegiado en escolaridad a nivel nacional, el Presidente de México, Vicente Fox Quezada, tomó la Entidad como estado piloto para iniciar el programa *Enciclomedia*, que no sólo es benéfica para los estudiantes, sino también para la comunidad general incluyendo a los trabajadores y las amas de casa-, en el Estado existe aún una falta de cultura política entre la población -y en esto coinciden muchos periodistas-, de tal manera que los lectores, en lugar de comprar una publicación en donde se entere de lo que está pasando en su

realidad más cercana, y que le afecta más directamente, como el peligro que implica instalación de gas subterráneo o de la teñidora de mezclilla *Continental Colors* que "colorea" de azul los ríos, prefiere mejor comprar revistas de otro contenido como son el "Libro vaquero", las deportivas, las musicales como "La Mosca", de automóviles, del "corazón", de chistes de espectáculos como "TV Notas" y revistas relacionadas con el sexo y la violencia; por mencionar algunas. Un alto porcentaje de lectores de periódicos, tienen el hábito de leer únicamente la sección deportiva, las de sociales o las notas rojas de la policíaca. Revistas de estos temas alcanzan tirajes -de un millón 500 mil a un millón 800 mil a la semana-, superiores a la producción de periódicos que se editan en el país, y equiparables a los libros de texto gratuitos que se editan al año.

c) En el transcurso del último cuarto del siglo XX, han sido muy pocas las publicaciones con una tendencia crítica hacia la problemática social que existe en la entidad. Las excepciones han sido periódicos como *Momento*, que -como ya decíamos antes-, surgió en los años setenta, o la revista *Controversia*, cuya existencia fue muy corta y cuyos números fueron muy interesantes; también se cuentan algunos pasquines estudiantiles. De lo anterior, inferimos que es la razón de que existe un público acostumbrado a leer, pero que prefiere comprar el periódico *La Jornada* o la revista *Proceso*, para enterarse de los acontecimientos de política nacional e internacional, ya que consideran a estas publicaciones más objetivas. Cabe observar, que hay revistas editadas en la Entidad que el público desconoce. Daniel Miller refiriéndose a las características del periodismo en la actualidad opina:

> *La mayor parte del sexo real tampoco se parece demasiado a esta visión del exceso; la relación se establece en el nivel de la fantasía. Es una visión voyerista evidente en su dominio del periodismo contemporáneo, donde la violencia, el sexo y las compras constituyen una especie de triunvirato de sensaciones* (Miller, 1999: 122-123).

d) Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, se está dando un cambio en lo que respecta a la lectura, pues los jóvenes prefieren cada vez más la computadora a la lectura impresa y la televisión, ya que se inclinan más por el mundo interactivo digitalizado que esta herramienta les ofrece; aunque muchos de ellos la utilizan para jugar, para establecer contacto con personas de otros países o para ver pornografía, y no para enriquecer su profesión, como buscar información para una tarea que se les deja en la escuela. Si la computadora no se ha difundido lo suficiente,

ha sido por la situación precaria en que se encuentran muchas familias hidrocálidas. Por cierto, en el IEA de Aguascalientes se ha puesto en marcha el programa *Aprender a pensar*, que tiene por objetivo que los niños alcancen razonamiento mediante ejercicios mentales, para distinguir lo positivo o negativo que puede haber en el contenido de una revista, en un programa televisivo o en el uso del Internet. En el mismo tenor, es importante para los adolescentes y adultos crear círculos de lectura, ya que esta actividad fomentaría el saber e intercambio de ideas entre sus integrantes.

e) Es verdad que Aguascalientes no tiene los bajos niveles de analfabetismo que hay en otras partes de la República, sobre como los estados de Chiapas o Oaxaca; pero tampoco alcanza los niveles altos de alfabetización que existen en el Distrito Federal, o la zona metropolitana de Monterrey, que casi le pisan los talones al llamado "Primer Mundo". Lo cierto es que el hidrocálido común sí lee, pero por lo general es literatura comercial y no la que genere conocimiento. Solo un público reducido de personas, que en lo particular se interesa por la política y la economía del país y del mundo, compra periódicos o revistas nacionales o de otros países. Mención aparte es el semanario *Tribuna Libre* -como decíamos-, la que igual la leen individuos de clases altas y gente con baja o alta escolaridad, como de diversa ideología y religión. Por estas razones, este informativo forma parte ya de la identidad del hidrocálido. En el 2003, este diario que dirige Ramiro Luévano cumplió veinte años y en uno de sus números, el personal de esta publicación lo celebraron con esta nota:

> *Y en estos 20 años nos han nacido tres hermanos: Página 24 de Aguascalientes, Página 24 de Zacatecas, Página 24 de Fresnillo. Ninguna empresa editorial, en la historia de Aguascalientes lo había logrado: Tribuna Libre es, además, el periódico de mayor venta y más credibilidad, el único que no necesita la publicidad de gobierno para subsistir. Y en estos veinte años de vida lo hemos venido demostrando: ¡Salud!, querido lector, y gracias por su preferencia* (*Tribuna Libre*, 28/11/2003: 3).

f) En base a los datos obtenidos de las gráficas, se puede concluir lo siguiente: En primer lugar, los resultados de la observación participante llevada a cabo antes de la aplicación de las encuestas, coincide con los que se obtuvieron en los gráficos. Algunos ejemplos son: el periódico que más se lee es *El Sol del Centro*, aunque *Tribuna Libre* ocupa un lugar importante en los lectores, ya que está en el cuarto lugar después de los tres diarios locales más aceptados; la

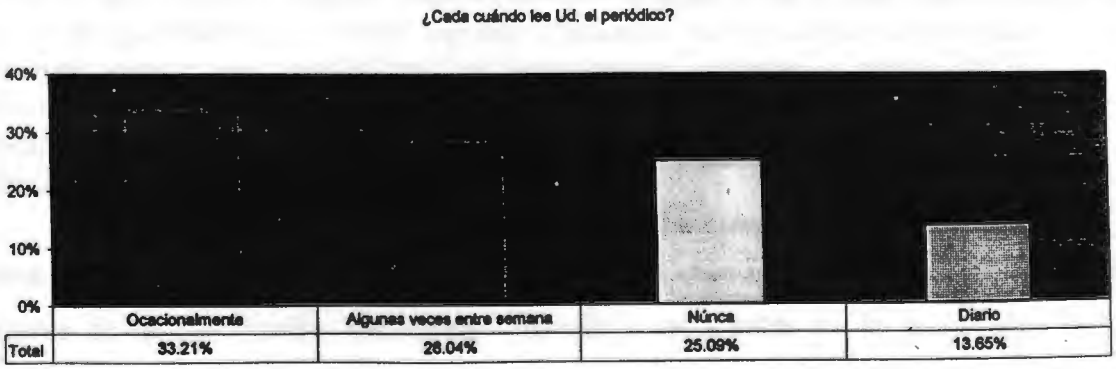
sección policíaca es la más leída y no la de política local o nacional; las revistas que más compran son las de farándula como *TV Notas* y *TV Novelas* y *Eres* -, aunque también leen otras como *Selecciones* y *Muy Interesante* -en este punto se observa que las primeras son más leídas por los lectores de las tres metrópolis que la nuestra-; por otro lado, un resultado que llamó mucho la atención es que en gran medida el lector hidrocálido desconoce las revistas locales, siendo las más leídas la de *Crisol* y *Tiempo de Aguascalientes*; los libros que más leen son novelas y de superación personal -al igual que en las grandes metrópolis-. Finalmente, que el aguascalentense lee por lo general tres libros al año que se refieren a su trabajo o estudio, por lo que se sitúa debajo de los lectores de las grandes capitales como el DF, Guadalajara y Monterrey cuyos habitantes leen una cantidad mayor.

Otros resultados fueron, que los entrevistados leen más el periódico ocasionalmente y algunas veces entre semana, y en promedio media hora diaria; por otra parte, acostumbran la lectura de revistas, y las que en el momento de la entrevista se encontraban en su casa dijeron que las leen toda la familia. Por último, la mayoría de los informantes dijeron que en menos de un mes terminaron de leer el último libro y el tema es la razón principal por la que deciden leerlo. Por tanto, en Aguascalientes, -al igual que en gran parte del país-, el analfabetismo ha sido superado; pero existe otro tipo de problemas que tienen que ver con el atraso económico y cultural en el que estamos inmersos, que mucho tiene que ver con la centralización político-administrativa en que vivimos, ya que en la capital del país se concentran los institutos de educación más importantes, como también las librerías, los teatros y museos. Hay que recordar que el éxito que tiene la literatura comercial en Aguascalientes -al igual que en todo el país- se debe a que al público lector no se le exige tenga una escolaridad muy alta.

7.1.- ¿Cada cuándo lee Ud. el periódico? De las 271 personas seleccionadas, el 33.21% leen el periódico ocasionalmente, en particular la clase alta con 38 lectores, el 28.04% algunas veces entre semana, de los cuales destaca la clase baja con 28, el 25.09% nunca lo leen sobre todo la clase media -32-, y sólo el 13.65% lo hacen diario, y de este porcentaje la clase alta -18- es la que más lee el periódico, lo que significa un porcentaje bajo en la lectura de los diarios. En la encuesta de 1999 de *Reforma* el rubro "nunca", fue por el que más optaron los entrevistados de dos metrópolis: 34% para el DF y 39% Guadalajara, el contraste fue Monterrey pues 28% de los regiomontanos leen el periódico diariamente. Los resultados arrojados de las encuestas de ese diario para el 2000 fueron los siguientes: En el DF el 30% dijo que "nunca", en Monterrey y Guadalajara las respuestas fueron "diario" con 32% y 14% respectivamente, lo que significa un aumento de lectores para ambas ciudades. Según las encuestas del 2001 de ese mismo medio informativo, en el DF 13% leen el periódico cada día, en Guadalajara el 10% y en Monterrey el 27%. En la *Encuesta Nacional,* el 62.9% en la región Centro-Occidente leen los periódicos, y según el CEDES, el 31.2% de la población encuestada leen los diarios todos los días.

32. Frecuencia de lectura.

	GRUPOS SOCIALES	Ocasionalmente	Algunas veces entre semana	Nunca	Diario	Total
1	Clase Alta	38	26	6	18	88
2	Clase Media	18	22	32	13	85
3	Clase Baja	34	28	30	6	98
	Total	90	76	68	37	271
	%	33.21%	28.04%	25.09%	13.65%	100%

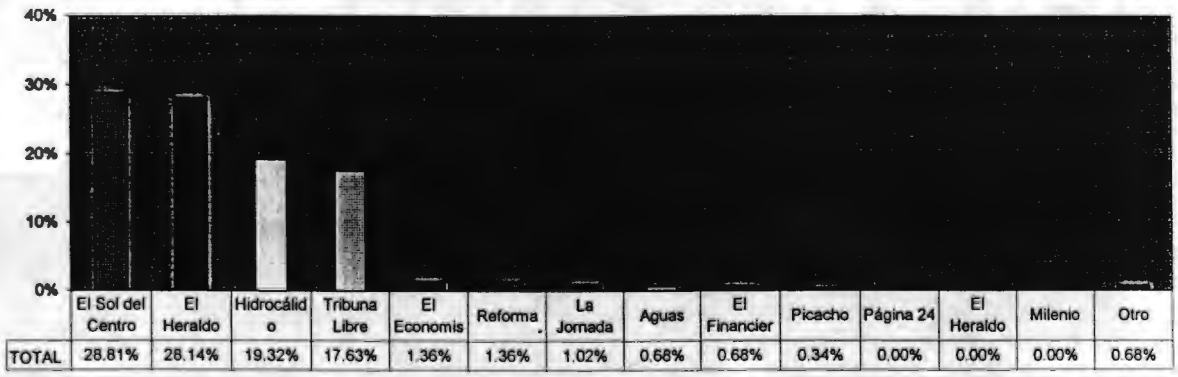


7.2.- ¿De los siguientes periódicos, cuál es el que acostumbra leer? De los 13 periódicos a elegir -7 locales y 6 nacionales-, los hidrocálidos por lo general no leen los editados en la ciudad de México; y de los locales, los que más leen son *El Sol del Centro* en primer lugar con el 28.81% y también que es más leído por la clase baja -32-; en segundo *El Heraldo de Aguascalientes* con el 28.14%; tercero, de los entrevistados dierjon leer el *Hidrocálido* el 19.32%, siendo estos dos últimos los más leídos por la clase alta. El semanario *Tribuna Libre* con el 17.63% de los lectores, es el más leído por la clase baja -38-, aunque como se ha dicho es preferido por los hidrocálidos de todos los grupos sociales. Por último, en el rubro "Otros", 2 lectores leen *Picacho*, *Qué!* y *Blanco y Negro*, que son tres semanarios de reciente aparición. De acuerdo al CEDES, el periódico *El Clarín* lo leen el 67.5% de los entrevistados.

33. Periódicos.

	GRUPOS SOCIALES	El Sol del Centro	El Heraldo de Ags.	Hidrocálido	Tribuna Libre	El Economista	Reforma	La Jornada	Aguas	El Financiero	Picacho	Página 24	El Heraldo de México	Milenio	Otro	Total
1	Clase Alta	24	36	33	7	3	3	3	1	1	1	0	0	0	2	114
2	Clase Media	29	18	9	7	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	65
3	Clase Baja	32	29	15	38	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	116
	Total	85	83	57	52	4	4	3	2	2	1	0	0	0	2	295
	%	28.81%	28.14%	19.32%	17.63%	1.36%	1.36%	1.02%	0.68%	0.68%	0.34%	0.00%	0.00%	0.00%	0.68%	100%

¿De los siguientes periódicos, cuál es el que acostumbra leer?



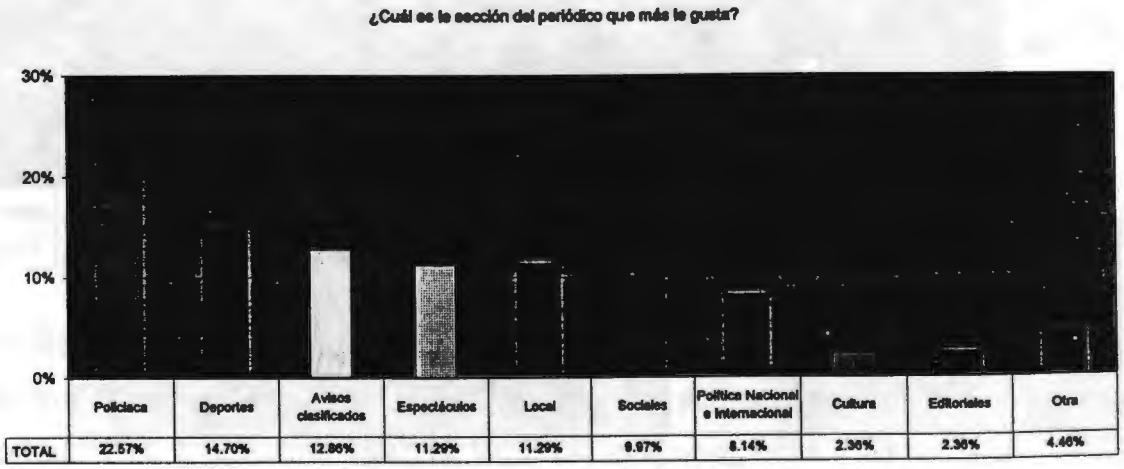
7.3.- ¿Cuál es la sección del periódico que más le gusta? Mientras que las encuestas de consumo cultural de 1999 demostraron que la sección de "política /nacional" es la más consultada por los entrevistados de las grandes metrópolis -41% del DF, 34% Monterrey y 23% Guadalajara-; en la ciudad de Aguascalientes observamos que de las 381 -hubo quien eligió más de una opción- que lo que más gustan son las secciones policíacas con el 22.57%, deportes con el 14.70%, y avisos

clasificados con el 12.86% respectivamente. Por el contrario, la sección cultural –(2.36%) y la de editoriales (2.36%) casi no les interesa leerlas. Los resultados por grupos sociales fueron: la sección policíaca es la que más lee la clase baja -48-, y la deportiva -24-, la de anuncios clasificados -21-, la sección local -31- y la de sociales -23- son las más leídas por la clase alta. En el rubro de "Otra", que fue del 4.46%, 3 dijeron la "económica", 6 no aclararon y a 8 les "gustan todas las secciones".

Según las encuestas del 2000 del periódico *Reforma* de consumo cultural, la sección que más leen los capitalinos continúa siendo la de "política /nacional" (40%) y la de "espectáculos" (40%). En el 2001 fue la de deportes (42.%) y la de espectáculos (39%), resultados que contrastan con los dos años anteriores. Estos datos manifiestan que a 4 de 10 lectores la sección deportiva es la predilecta. En lo que respecta a la *Encuesta Nacional*, en el 2004 el 47.7% de los mexicanos leen la sección de noticias nacionales y le sigue en segundo lugar la de deportes con el 40.5%

34. Secciones de periódicos.

	GRUPOS SOCIALES	Policíaca	Deportes	Avisos clasificados	Espectáculos	Local	Sociales	Política Nacional e Internacional	Cultura	Editoriales	Otra	Total
1	Clase Alta	29	24	21	18	31	23	9	4	5	11	175
2	Clase Media	9	12	11	8	2	6	9	3	1	4	65
3	Clase Baja	48	20	17	17	10	9	13	2	3	2	141
	Total	86	56	49	43	43	38	31	9	9	17	381
	%	22.57%	14.70%	12.86%	11.29%	11.29%	9.97%	8.14%	2.36%	2.36%	4.46%	100%

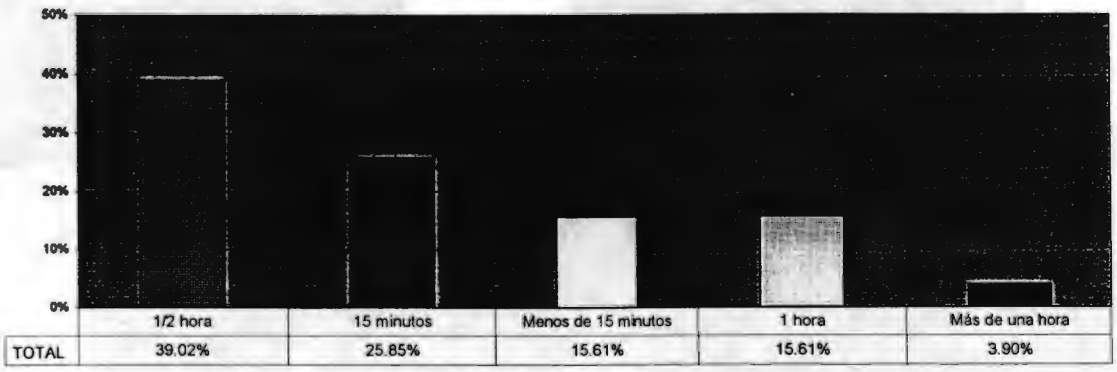


7.4.- ¿Aproximadamente, cuánto tiempo utiliza en leer el periódico? De 205 encuestados que corresponde al 100% de la muestra, el 39.02% -de los cuales 31 son de clase alta- de los lectores, utilizan media hora para leer el periódico, el 25.85% quince minutos siendo 21 de la clase alta también, el 15.61% menos de un cuarto de hora -la clase media y alta con 14 lectores-, el 15.61% una hora y sólo el 3.90% lo leen en más de una hora, siendo la clase media la que más resalta en estas dos últimas opciones con 17 y 5 lectores. Según las encuestas de consumo cultural del periódico *Reforma* para el 2001 en las tres grandes metrópolis del país, el tiempo promedio que dedican los entrevistados para leer el periódico en el día, es de 44 minutos para el Distrito Federal, 42 para Guadalajara y 40 para Monterrey. De acuerdo a estos datos, podemos señalar que el promedio de lectura tanto para una ciudad media como Aguascalientes, como para una metrópoli es casi el mismo.

35. Tiempo de lectura.

	GRUPOS SOCIALES	1/2 hora	15 minutos	Menos de 15 minutos	1 hora	Más de una hora	Total
1	Clase Alta	31	21	14	9	2	77
2	Clase Media	22	13	4	17	5	61
3	Clase Baja	27	19	14	6	1	67
	Total	80	53	32	32	8	205
	%	39.02%	25.85%	15.61%	15.61%	3.90%	100%

¿Aproximadamente, cuánto tiempo utiliza en leer el periódico?

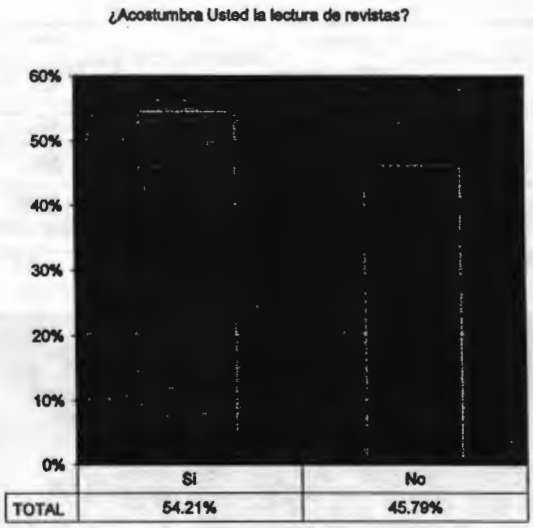


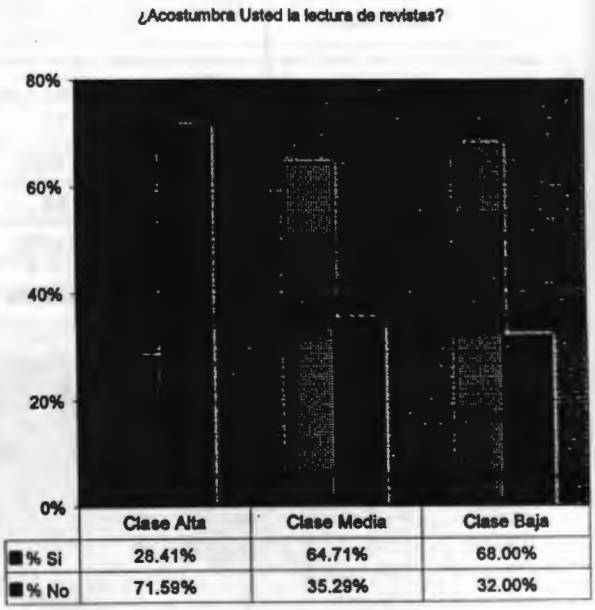
7.5.- ¿Acostumbra Usted la lectura de revistas? De 273 informantes que equivale al 100% de los informantes, al 54.21% les gusta leer revistas, pero una cantidad significativa de ellos que es el 45.79% dijeron que no. Ahora bien, las revistas son más leídas por la clase baja (68.00%) y los que menos acostumbran leerlas son los miembros de la clase alta (71.59%). Según las encuestas del 2001 de consumo cultural que publica el periódico *Reforma*, el promedio de revistas que leen los

capitalinos al año fue de 3 al igual que en la ciudad de Monterrey. En el 2002 el 59% de los capitalinos leía revistas rara vez o nunca, en el 2003 el 55% y en el 2004 el promedio bajó a 52%, resultados que no difieren mucho con los obtenidos para Aguascalientes. En la *Encuesta nacional* el resultado fue que el 56.1% en la región Centro-Occidente acostumbra la lectura de revistas, mientras que según el CEDES el 57% (342 personas) de los casos declaró haberlas leído en los últimos tres meses.

36. Lectura de revistas.

	GRUPOS SOCIALES	Si	% Si	No	% No	Total	%
1	Clase Alta	25	28.41%	63	71.59%	88	100%
2	Clase Media	55	64.71%	30	35.29%	85	100%
3	Clase Baja	68	68.00%	32	32.00%	100	100%
	Total	148		125		273	
	%	54.21%		45.79%		100%	



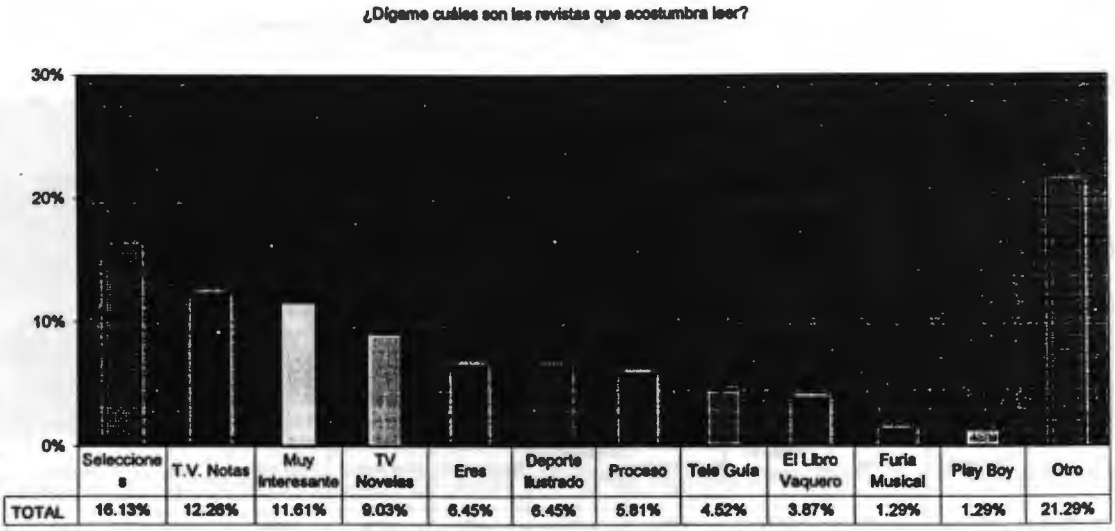


7.6.- ¿Dígame cuáles son las revistas que acostumbra leer? Para 155 personas, las revistas preferidas de los hidrocálidos fueron las siguientes: *Selecciones* (16.13%), *TV Notas* (12.26%), *Muy Interesante* -(11.61%) y *TV Novelas* (9.03%); mientras que las que menos leen son *Play Boy* y *Furia Musical* con apenas el 1.29% de lectores para cada una. También se interesan por otras como *Hola Aguascalientes*, *Buen Hogar* y *Vanidades* que aparecen en el rubro de "Otra". La clase alta es la que más lee *Selecciones* -15-, *T. V. Notas* -7- al igual que la baja, *Muy Interesante* -18- y otras.

En el mismo tenor, *TV Novelas* -según las encuestas de consumo cultural de *Reforma* de 1999-, fue la que más leen los entrevistados del DF (10%), Guadalajara (14%) y Monterrey (22%). Según este mismo informativo, los resultados de las encuestas del 2000 para el DF, no fueron distintos a los del año anterior, ya que *TV Novelas* y *TV Notas* fueron las dos revistas que más leen los lectores con los porcentajes de 14% y 9% respectivamente. Las encuestas de 2001 aseguran que para Aguascalientes, como para las tres grandes metrópolis, las revistas que gustan más a los lectores son las de espectáculos (45%). Para el DF, este mismo tipo de revistas fueron las más leídas; en el 2002 fue también del 45% y en el 2003 y el 2004 fue del 43% para cada año. En la *Encuesta Nacional* registro que las revistas de espectáculos/televisivas con el 46.1% y las femeninas/cocina (27.0%) fueron las preferidas de los informantes de las cinco regiones investigadas. Por último, en base al CEDES, las revistas más leídas por los encuestados fueron dos: las de actualidad (47.8%) y las femeninas (22.8%).

37. Revistas leidas.

	GRUPOS SOCIALES	Selecciones	T.V. Notas	Muy Interesante	TV Novelas	Eres	Deporte Ilustrado	Proceso	Tele Guía	El Libro Vaquero	Furia Musical	Play Boy	Otro	Total
1	Alta	15	7	18	3	6	2	8	3	0	0	1	23	86
2	Media	7	5	0	4	2	6	1	2	3	0	0	2	32
3	Baja	3	7	0	7	2	2	0	2	3	2	1	8	37
	Total	25	19	18	14	10	10	9	7	6	2	2	33	155
	%	16.13%	12.26%	11.61%	9.03%	6.45%	6.45%	5.81%	4.52%	3.87%	1.29%	1.29%	21.29%	100%

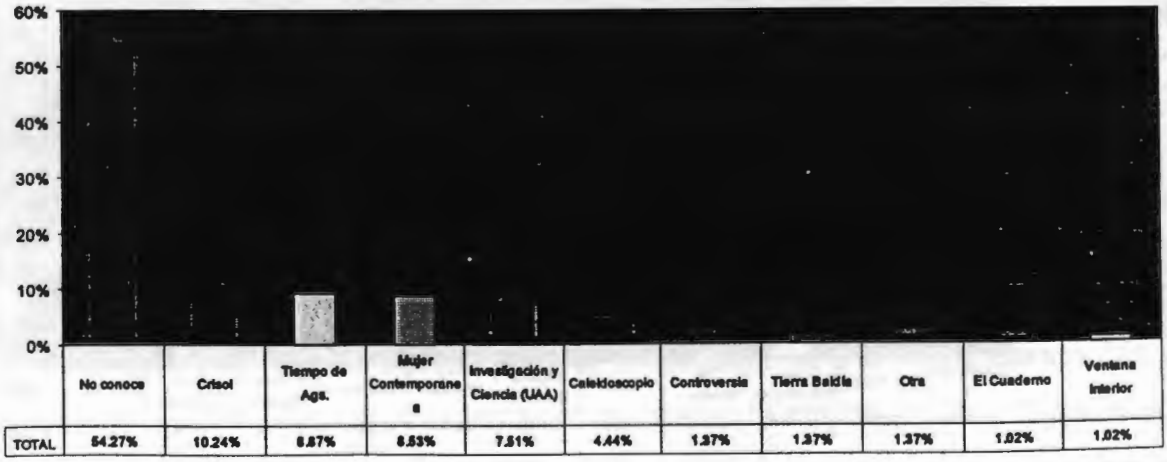


7.7.- ¿Conoce Ud. alguna de las siguientes revistas editadas en -o sobre- Aguascalientes? Este gráfico nos muestra que casi existe la misma proporción de personas que conocen (45.73%) y no conocen (54.27%) revistas editadas o que hablen sobre temas que conciernen al estado de Aguascalientes. De entre las revistas más conocidas están *Crisol* con el 10.24% de lectores, *Tiempo de Aguascalientes* y *Mujer contemporánea* con el 8.87% y el 8.53% de lectores(as) que las conocen respectivamente. Por otro lado, las revistas que menos son conocidas son *Tierra baldía* (1.37%),*Ventana interior* (1.02%) y *El Cuaderno de Aguascalientes* (1.02%). Hubo también cuatro informantes de la clase alta que en el apartado "Otra", mencionaron que conocen revistas que no se mencionan en la pregunta como son: *Hola Aguascalientes*, *Vertiente* y *Aries*. Por último, la clase alta es la más asidua a leer revistas académicas como *Investigación y Ciencia* -19- y *Caleidoscopio* -11-.

38. Revistas de Aguascalientes.

	GRUPOS SOCIALES	No conoce	Crisol	Tiempo de Ags.	Mujer Contemporánea	Investigación y Ciencia (UAA)	Caleidoscopio	Controversia	Tierra Baldía	Otra	El Cuaderno	Ventana Interior	Total
1	Clase Alta	10	27	19	13	19	11	2	4	4	3	2	114
2	Clase Media	60	3	7	7	0	2	0	0	0	0	1	80
3	Clase Baja	89	0	0	5	3	0	2	0	0	0	0	99
	Total	159	30	26	25	22	13	4	4	4	3	3	293
	%	54.27%	10.24%	8.87%	8.53%	7.51%	4.44%	1.37%	1.37%	1.37%	1.02%	1.02%	100%

¿Conoce Ud. alguna de las siguientes revistas editadas en -o sobre- Aguascalientes?

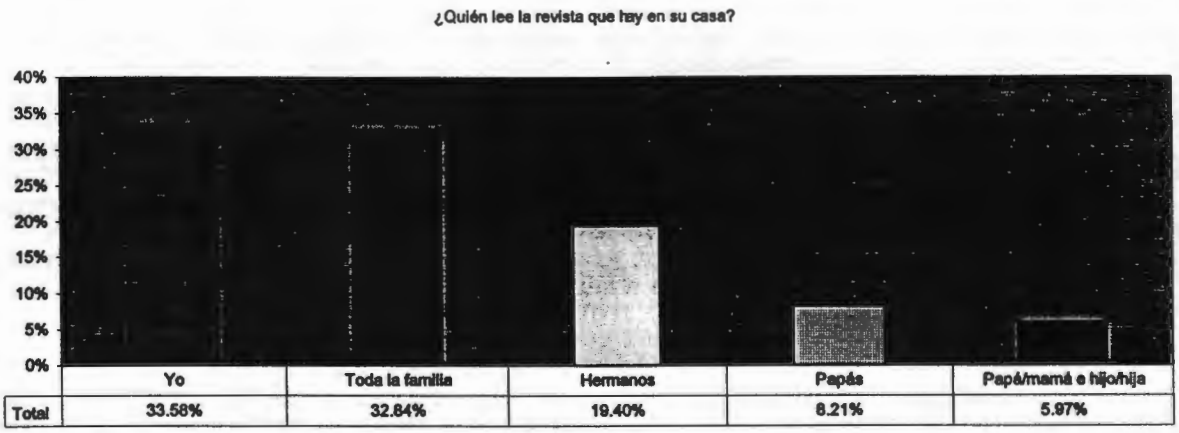


7.8.- ¿En este momento, qué revista hay en su casa? En la clase alta destacan las revistas siguientes: *National Geographic*, *Geomundo*, *Muy Interesante*, *Conozca Más* y *Proceso* que a decir de los vendedores, las dos primeras son las revistas que menos compran los lectores. En cuanto a las revistas que son editadas aquí leen *Tiempo de Aguascalientes* e *Investigación y ciencia UAA*, aunque también leen -sobre todo los adolescentes y jóvenes-, revistas como *De 15 a 20*, *TV Notas*, *Tele Guía* y *Selecciones de Reader's Digest*. En la clase media, los adultos leen *Muy Interesante*, *Selecciones* y *Proceso*, los jóvenes se interesan por revistas musicales como *Sound Check* y *Swich*, *Inquietud Nueva*, *Speak Up*, la revista que no podía faltar en el hogar es *TV Novelas* y un joven lee *Play Boy*. En la clase baja, las revistas que destacan más y que hay en la casa son las siguientes: *TV Novelas*, *TV Notas* y *Fama*, y otras como *Eres*, *Furia Musical*, *Orale*, *Vanidades* y revistas deportivas como *El Deportivo* y otras que se enuncian en el punto 15.8. Se puede agregar que el 67% de los hidrocálidos leen revistas con relativa frecuencia, aunque no tanto como en las grandes metrópolis.

7.9.- ¿Quién lee la revista que hay en su casa? Esta pregunta la contestaron 134 informantes correspondiente al 100% de la muestra. Las personas que fueron entrevistadas (33.58%) y toda la familia (32.84%) quienes más leen las revistas. La clase media fue la más sobresaliente en el primer caso con 20 lectores, y en el segundo, la clase baja con 26. Por otro lado 23 lectores de la clase alta opinaron las leen con sus hermanos(as) las leen. El desglose de las preguntas por clase social fue: **Clase Alta** (Jardines de la Asunción): Las revistas que hay en la casa las leen la mayoría de sus miembros: (1) "mis papás", (1) "Vanesa", (1) "yo y mi marido", (1) "mis hermanos", (1) "Johnattan y Arturo", (1) "mi mamá, mi hermana y yo". (Varios) (8) "toda la familia las lee", (1) "todos hasta el hijo menor". (Campestre): En la mayoría de los casos, el entrevistado contestó que él y su familia la leían: (15) "yo", (1) tíos, (2) "mi pareja y yo", (2) "mi mamá y yo", (1) "Lucía y yo", (1) "mi esposo y yo", (1) "todos las leemos", (3) "el papá", (2) "mi hija y yo", y (1) "el matrimonio". **Clase Media** (Ojocaliente): (11) "el entrevistado", (3) "la familia", y (2) "la madre". (San Ignacio /Los Sauces): (5) "yo", (3) "toda la familia", (1) "el esposo", (4) "yo", (1) "la mamá y la hija", (1) "la mamá y el hijo", (1) "mi esposa y yo". **Clase Baja** (Gómez Portugal): De los cincuenta encuestados: (8) "leen las revistas sólo ellos", (17) "la comparten ellos con sus amigos y familiares: esposa, papá, hijos, primos, etcétera". (Benito Palomino Dena): (9) "toda la familia leen las revistas", y (1) "los hijos".

39. Quién lee la revista que hay en su casa.

	GRUPOS SOCIALES	Yo	Toda la familia	Hermanos	Papás	Papá/mamá e hijo/hija	Total
1	Clase Alta	17	12	23	10	6	68
2	Clase Media	20	6	2	1	2	31
3	Clase Baja	8	26	1	0	0	35
	Total	45	44	26	11	8	134
	%	33.58%	32.84%	19.40%	8.21%	5.97%	100%



7.10.- ¿Cuál fue el último libro que terminó de leer? Las respuestas según las clases sociales fueron las siguientes: Clase Alta (Fraccionamiento Jardines de la Asunción): "Yo moriré en Nueva York", "El Principito", "Un grito desesperado", "Bajo la sombra del ángel", "Viaje al centro de la Tierra", "La Jefa", "Leyendas del Rey Arturo", "Love of wisdom", "¿Quién se ha llevado mi queso?", "El hombre de negro", "Educación preventiva", "Censo diario demográfico", (2) "El peregrino", "La historia sin fin", "Niños pequeños en acción", "Excell. Computación", "El señor de las moscas" y "Grandes esperanzas". (Varios): "Libros selectos", "La Ética", "Cien años de soledad", "El coronel no tiene quien le escriba", "Un puñado de centeno", "Compilación de Reader Digest", "La piel del cielo", "Como todo se derrumba", "La silla embrujada", "Las sustancias de la Tierra", "Moby Dick", "Juventud en éxtasis", "La casa de los espíritus", "El muchacho azul", "Pregúntale a Alicia". "Biografía de José Alfredo Jiménez", "Kitchen" y "La metamorfosis" (El Campestre): "El Quijote", "Historias de cronopios y de fama", "Audio digital", "Un grito desesperado", "México negro", "Mapas mentales", "El toro...", "Simbad", "Piel de Zapa", "Grandes biografías. El Pápa Pío XII", "El caballero de la armadura oxidada", "The Doors", "Crónicas del poder", "Todos somos uno", "Breviario de la globalización", "Fenomenología de la familia",

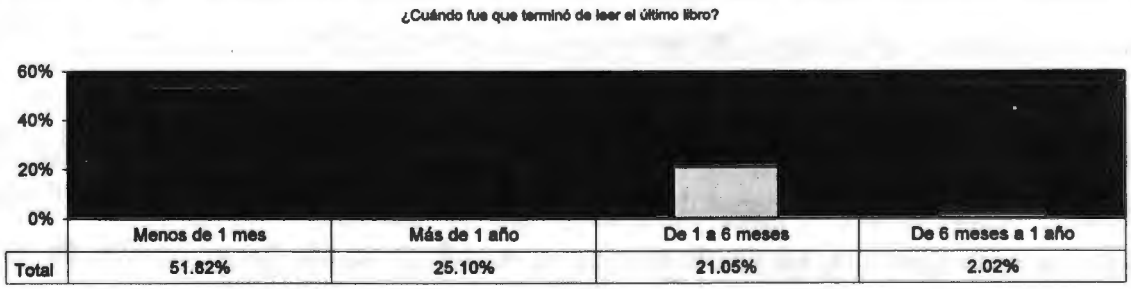
"Veinte mil leguas de viaje submarino", "Un mundo feliz", "Renacer", "Harry Potter y el cáliz del fuego", "¿Quién se llevó mi queso?", "La suerte de la consorte", (2) "El Alquimista", "Déjame ser adolescente", "La generación desconectada", "Caldo de pollo para el alma", "Harry Potter", "Azteca", "Cumbres borrascosas", "Chocolat y niños con ADHD", "María", "Historia mínima de México" del Colegio de México, "De amor y sombras", "Los Borgia", "¿Qué es una constitución?", "Genoma humano", "El oficio del historiador" y "Pedro y el capitán". **Clase Media** (Fraccionamiento Ojocaliente I): La mayoría de los libros que leen son de superación personal y de religión: "Un grito desesperado", "Imagen del éxito", "Contacto en Casa Blanca", (2) "Juventud en éxtasis", "Clementina", (4) "La Biblia", "Ciencias", "Metamorfosis", "Caballo de Troya", "Yo estoy bien", "Selecciones", "El Popol Vuh", "un libro sobre ajedrez", "Hay más dentro de ti", "Inocencia robada", "Medicina natural", "Cien años de soledad" (Gabriel García Márquez), "El Che", "Psicología", y "Padre Toribio". (San Ignacio /Colinas del Río): "Atrapados en el desierto de hielo", "Leo los de mi escuela o mi trabajo", "religión", "El retrato de Doran Grey", "Los de abajo", "El Principito", "Naturista", "ajedrez", "Motivación personal", La paradoja". **Clase Baja** Los libros que leen los miembros de esta clase social fueron los siguientes: (Colonia Gómez Portugal): "libro de electromecánica", (2) "La Biblia", "un libro del IEA", "Electrónica y servicios", "Cómo aprender del sexo", "Paulina, Orlando y Fabiola", "Conócete a ti mismo", "Corin Tellado", "Costura fácil", "escuela", "Para salvarnos", "libros de recetas", (3) "Jueventud en éxtasis II", "libros de religión", "Harry Potter", "El Principito", "sólo leo los libros de la escuela", "Cien años de soledad", "Gimnasia mental", "Sobre Marella", "El Arca de Noé" y "Asturias". (Colonia Benito Palomino Dena): De los 50 entrevistados, sólo 17 leyeron un último libro, 2 de la escuela y 3 de Carlos Cuauhtémoc Sánchez. Algunos de ellos son los siguientes: "Caperucita ", "de motivación", "un diccionario", "El alquimista", "Código civil y legislativo", "Los de abajo", "Casos insólitos", "Historia mínima de México", "Caballo de Troya", "Cortés Cuauhtémoc", "¿Quién se robó mi queso?", "Consejos prácticos", "leí una novela", "El Nuevo Testamento" y "Libro de oraciones".

7.11.- ¿Cuándo fue que terminó de leer el último libro? De 247 entrevistados, el 51.82% de los informantes dijeron que en menos de un mes terminaron de leer el último libro, particularmente 63 personas de la clase alta; los que lo terminaron en más de un año fue el 25.10%, de entre ellos 41 lectores de la clase baja fue el número más alto, de 1 a 6 meses fue el 21.05% de lectores, siendo 26 lectores de la clase media el número más alto, y por último, el 2.02% concluyeron el último libro

de 6 meses a 1 año, en el que 3 informantes son de la clase alta y las otras dos fueron de 1. Por otra parte, según las encuestas de *Reforma*, en el DF en 1999, el 40% contestó que nunca leen libros, en el 2000 el 37% respondió también que nunca, y en el 2001 el 27% de los capitalinos afirmaron que no acostumbran a leer libros. En base a la *Encuesta nacional* la región Centro-Occidente se encuentra en antepenúltimo lugar -por encima del Sur- con 34% de lectores que no leen libros. **Clase Alta** (Jardines de la Asunción): 1. 1 semana, 2. 3 meses, 3. 6 meses, 4. 6 meses, 5. 6 meses, 6. 1 año, 7. 1 año, 8. 1 año, 9. 2 años, 10. 10 años. (Varios): De lo 28 entrevistados, 11 tienen apenas días o semanas de haber leído un libro, 9 tienen meses, 5 tienen años, 1 tiene 2 años y no recuerda el título y 2 no contestaron. (Campestre): 13 tienen semanas que leyeron un libro, 21 tienen meses que leyeron un libro, 5 tienen años que leyeron un libro, 4 tienen apenas días de haberlo leído, 1 (el mismo día de la entrevista lo acabó) y 7 no recuerdan. **Clase Media** (Ojocaliente): 5 lo leyó en una semana, 5 en años y 16 en meses. (San Ignacio /Colinas del Río): 7 lo leyeron en días, 10 en meses y 1 hace años. **Clase Baja** (Colonia Gómez Portugal):1. en 1 día, 2. en 1 día, 3. en 1 día, 4. en 1 día, 5. en 1 día, 6. en 1 día, 7. en una semana, 8. 15 días, 1. en 1 mes, 2. en 1 mes, 3. en 1 mes, 4. en 2 meses, 5. en 6 meses, 6. en 6 meses, 7. en 6 meses, 1. en 1 año, 2. en 2 años, 3. en 2 años, 4. en 4 años, 5. en 10 años, 6. en años, 7. en años y 8. en 30 años. (Benito Palomino Dena): 1. 1 día, 1. hace 4 días, 1. hace 1 semana, 3. hace 1 mes, 2. hace 2 meses, 1. hace 6 meses, 1. hace 1 año, 1. hace 5 años, 1. hace 9 años, 3. no recuerdan y 2. opinaron que lo terminaron hoy mismo.

40. Último libro leido.

	GRUPOS SOCIALES	Menos de 1 mes	Más de 1 año	De 1 a 6 meses	De 6 meses a 1 año	Total
1	Clase Alta	63	15	4	3	85
2	Clase Media	12	6	26	1	45
3	Clase Baja	53	41	22	1	117
	Total	128	62	52	5	247
	%	51.82%	25.10%	21.05%	2.02%	100%

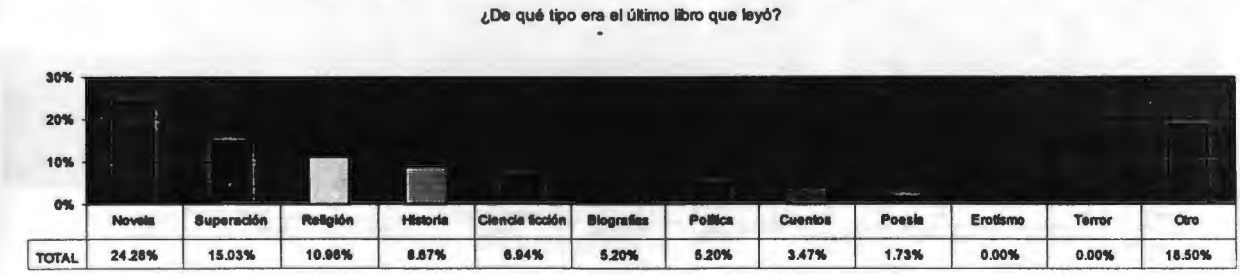


7.12.- ¿De qué tipo era el último libro que leyó? Los tres géneros literarios que más leen los hidrocálido son novelas con el 24.28% de lectores, de superación personal y religión con el 15.03% y el 10.98% lectores respectivamente. En el caso de los dos primeros géneros, la clase alta es la que más los lee con 25 y 13 junto a los de historia -9-, y los libros sobre religión son más leídos por la clase media y baja con 9 lectores ambas; en contraparte, los libros que menos leen son los de erotismo y terror. Cabe destacar que en el rubro "Otro", el 18.50% de los encuestados leen géneros varios como electromecánica, cocina, medicina, computación y nutrición, entre otros más.

Por otra parte, según la encuesta de *Reforma* de 1999, los libros de historia fueron los más leídos por los entrevistados; el porcentaje fue: El DF 39%, Guadalajara 33% y Monterrey 28%. En las encuestas del 2000 los libros de historia (33%) continúan siendo los predilectos para los capitalinos, y en segundo lugar los de superación personal con 30%. Las encuestas de opinión del 2001 para el DF demuestran que los libros de historia (55%) y superación personal (39%) todavía siguen siendo los predilectos de los lectores. En la entrega del 2004 la situación varia un poco ya que los lectores escogieron los libros de historia (47%) y en segundo las novelas (37%). Estos dos últimos temas fueron también los preferidos por los mexicanos, pues según la *Encuesta nacional* los mexicanos opinaron el gusto por las novelas (36.2%) y la historia (33.6%). Según el CEDES, los jóvenes que asisten a la secundaria o a la universidad dijeron que leen libros relacionados indirectamente con sus cursos.

41. Géneros de libros.

	GRUPOS SOCIALES	Novela	Superación personal	Religión	Historia	Ciencia ficción	Biografías	Política	Cuentos	Poesía	Erotismo	Terror	Otro	Total
1	Clase Alta	25	13	1	9	8	5	7	3	0	0	0	14	85
2	Clase Media	11	3	9	2	3	3	0	1	3	0	0	9	44
3	Clase Baja	6	10	9	4	1	1	2	2	0	0	0	9	44
	Total	42	26	19	15	12	9	9	6	3	0	0	32	173
	%	24.28%	15.03%	10.98%	8.67%	6.94%	5.20%	5.20%	3.47%	1.73%	0.00%	0.00%	18.50%	100%



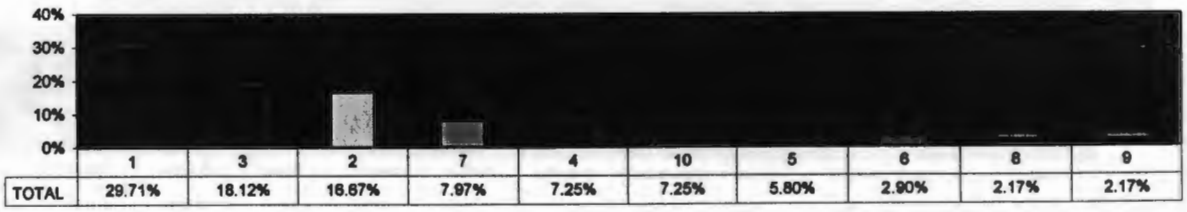
7.13.- ¿Cuántos libros leyó durante el último año que no sean de su trabajo ni de su escuela? Observamos en las respuestas, que el número más alto corresponde al 29.71% personas que sólo leen 1 libro, en la que destacan la clase media y alta con 14 libros cada una, seguido por el 18.12% con 3, de los cuales 14 son de la clase alta, y el 16.67% lee 2 libros al año siendo 10 de la clase media; mientras que el resto de los entrevistados leyeron entre 4 y 10 libros. Cabe señalar que hubo 10 (7.25%) informantes de la clase alta (El Campestre) que afirmaron haber leído 10 libros al año, y una persona contestó que leyó 30 siendo este último un caso de excepción. Por tanto, podemos afirmar que el aguascalentense lee entre 1 y 3 libros durante el año.

Con base en las encuestas de consumo cultural del diario *Reforma*, sabemos que para 1999 la mitad de los universitarios que se entrevistaron no leyeron más de cuatro libros al año. Para el 2000, los datos obtenidos de estas encuestas por el diario fueron más altos en el rubro de "nunca"; para el DF 37%, Guadalajara el 28% y Monterrey el 51%. Según la entrega del 2001, el promedio de libros que leyeron en Guadalajara fue de 9 al igual que en el DF, mientras que en Monterrey solamente leyeron 5. Y por último, en el 2004, el 26% de los capitalinos lee una que otra vez un libro al mes. En *Encuesta nacional*, el 60.1% de las personas mencionó que leyó un libro en el último año. Marisol Schulz, directora editorial de Alfaguara y Aguilar, Nuevo Siglo y Taurus, afirma que.. *"...muchos mexicanos no llegan a leer un solo libro completo en toda su vida"*. Con base en.el CEDES, sabemos que el 47.2% manifestó que leyó un sólo libro en el último año.

42. Libros leidos último año.

	GRUPOS SOCIALES	1	3	2	7	4	10	5	6	8	9	Total
1	Clase Alta	14	14	7	4	5	10	2	3	3	3	65
2	Clase Media	14	10	10	7	3	0	4	0	0	0	48
3	Clase Baja	13	1	6	0	2	0	2	1	0	0	25
	Total	41	25	23	11	10	10	8	4	3	3	138
	%	29.71%	18.12%	16.67%	7.97%	7.25%	7.25%	5.80%	2.90%	2.17%	2.17%	100%

¿Cuántos libros leyó durante el último año que no sean de su trabajo ni de su escuela?

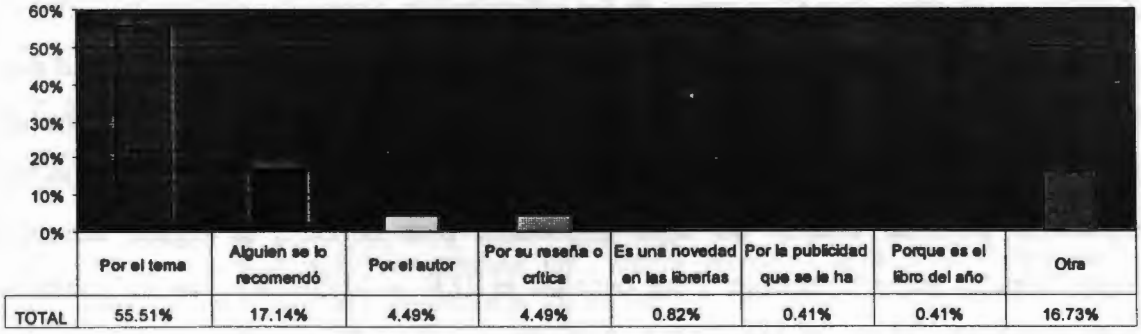


7.14.- ¿Cuál es la razón por la que decide leer un libro? Las principales razones por las que les interesa leer un libros a 245 de los informantes que corresponde al 100% de la muestra, es por el tema (55.51%) y porque alguien se los recomendó (17.14%). Por la primera razón destacan 57 lectores de clase baja que es el número más alto, y por la segunda la clase alta con 24 personas que también destacó más por su reseña o crítica con 7 personas y por el autor con 6; por el contrario, la publicidad (0.41%) o el que sea "el libro del año" (0.41%) no influyeron mucho para leerlo. Es pertinente anotar que para el 16.73% de los lectores las razones son otras como el que haya sido un regalo o que lo tuvieron que leer para "hacer una tarea escolar". Por otro lado, en base a las encuestas de *Reforma* del 2000, los lectores deciden leer un libro por el tema (59%), resultado que coincide con los obtenidos para el caso de Aguascalientes; de igual forma, en la investigación realizada por este diario se menciona que en las encuestas del 2004, el 38% de los informantes también escogen un libro por el tema. Por su parte, en la *Encuesta nacional* también el tema fue el preferido por los mexicanos (68.8%). De igual manera que las anteriores ofertas, quienes más leen libros, revistas y periódicos son la clase media y alta debido a su alta escolaridad y a su nivel de ingresos. A continuación veamos la diferencia que existe entre leer y el uso de la computadora, pues hay quien dice que esta última suplirá al libro impreso.

43. Razones de la lectura.

	GRUPOS SOCIALES	Por el tema	Alguien se lo recomendó	Por el autor	Por su reseña o crítica	Es una novedad en las librerías	Por la publicidad que se le ha hecho	Porque es el libro del año	Otra	Total
1	Clase Alta	55	24	6	7	0	1	0	10	103
2	Clase Media	24	7	2	1	1	0	1	11	47
3	Clase Baja	57	11	3	3	1	0	0	20	95
	Total	136	42	11	11	2	1	1	41	245
	%	55.51%	17.14%	4.49%	4.49%	0.82%	0.41%	0.41%	16.73%	100%

¿Cuál es la razón por la que decide leer un libro?



Encuestas / Tema	Aguascalientes 2003 (UAA)	D. F.	MTY Reforma	GUA	Región Centro Occidente/Nacional 2004 CONACULTA	Buenos Aires 1990 CEDES
1.- Lectura del periódico.	33.21% ocasionalmente. - - - - - - - - - 13.0% diariamente	13% diario (2001)	10% diario (2001)	27% diario (2001)	62.9% ocasionalmente. - - - - - - - - - - - - - -	31.2% diariamente. - - - - - - - - -
2.- Sección del periódico que más gusta.	22.5% policíaca.	42.0% deportiva. (2004)	- - - -	- - - -	47.7% noticias.	- - - -
3.Tiempo utilizado en leer el periódico.	39.0% 30 min.	44 min (2001)	40 min (2001)	42 min (2001)	- - - -	- - - -
4.- Lectura de revistas.	54.2%	67% (2001)	- - - -	- - - -	56.1%	57%
5.- Revistas que acostumbra leer.	16.1% *Selecciones* y 12.2% *TV Novelas.*	43% espectáculos; 33% deportes. (2003)	- - - -	- - - -	46.1% espectáculos / televisivas.	47.8% actualidad; el 22.8% femeninas.
6.- Tiempo en que terminó de leer el último libro.	51.8% un mes o menos.	- - - -	- - - -	- - - -	34% en un mes.	- - - -
7.- Tema del último libro leído.	15.0% superación personal y 24.2% novelas.	47% historia. (2003)	- - - -	- - - -	36.2% novelas y 33.6% historia.	- - - -
8.- Libros leídos durante el último año.	29.7% uno. - - - - - - - - - - - - 70.3% ninguno	9 (2001)	9 (2001)	5 (2001)	39.9% no leyó ninguno.	47.2% uno - - - - - - - - - -

Según los resultados, en Buenos Aires se lee más el periódico diariamente; la policiaca en Aguascalientes y los deportes D.F. son las secciones que más se leen; el tiempo estimado para leer el periódico es entre 30 y 40 minutos de los entrevistados. Según la encuesta del 2001 el D.F. es la ciudad en donde se leen más revistas; las secciones de espectáculos y de actualidad destacan en la región centro/occidente y el CEDES. En cuanto a los libros, el tiempo que se terminó de leer el último libro fue de un mes o menos para los hidrocálidos, y los libros de historia, novela y superación personal ocupan un lugar importante para el D.F., la región centro/occidente y Aguascalientes respectivamente. Para concluír el D.F. y Monterrey son las ciudades que más leyeron un libro que no sea de su trabajo o estudio durante el último año.

Capítulo VIII.- La radio en Aguascalientes

8.1.- Lo que escuchan los hidrocálidos.

Fue a fines del siglo XIX en que la radiodifusión fue desarrollada por un italiano de apellido Marconi; hecho que significó una nueva etapa en la historia de la transmisión cultural, ya que se sustentó en el uso de la energía eléctrica que se conocía desde 1840 en los cables telegráficos (Thompson B., 1993: 201). Posteriormente, en noviembre de 1920, comenzó a operar la primera radiodifusora en Estados Unidos, la KDKA, que fue patrocinada por la Westinghouse. Dos años después, había en el país más de 570 estaciones impulsadas por grandes empresas, como la RCA, la General Electric y la AT&T (B. Thompson, 1993: 202), que en la actualidad aún conservan su poder. Rosalía Winocur, apoyándose en Arredondo y Sánchez Ruiz, mencionan que los orígenes de la radio en México fueron a inicios de la década de los veinte del siglo pasado, bajo la iniciativa de familias ricas de la época porfirista como la de los Milmo, los Tárnava y pocos años después la de los Azcárraga (Winocur, 1998: 127).

En Aguascalientes, al igual que en otros estados de la República, la radio ha sido una fuente importante de distracción de la población, aunque hoy en día no ha tenido la misma proyección que la televisión. Una figura importante que impulso este medio de comunicación en el Estado, fue el Señor Pedro Rivas, quien en 1936 comenzó a transmitir la señal de la XEBI. En 1976, cuando en la Entidad, y en particular la ciudad-capital rompían con los viejos moldes de una estructura provinciana, la estación radial ya había cumplido cuarenta años de vida, lo que nos da una idea de la importancia que este medio ha tenido a través del tiempo para los aguascalentenses. Otra de las estaciones pioneras en el Estado, fue la XERO, que se localizaba en la zona centro junto a la nevería "Los Alpes" a un costado del histórico Teatro Morelos en pleno centro de la ciudad. Hoy en día, la radio de Aguascalientes ha aumentado en lo que respecta a la cantidad de estaciones, así como en la diversidad de sus programas. Es de importancia recordar lo que afirma Humberto Eco respecto a este medio de comunicación:

> *La radio y la televisión constituyen un "medio técnico" apto para transmitir sonidos e imágenes a gran distancia y, en segundo lugar (aspecto éste que ha sido objeto de muchas discusiones) "un medio artístico" que, como tal, promueve la formación de un lenguaje autónomo y abre nuevas posibilidades estéticas. El*

problema de la transmisión musical a través de los canales audiovisuales se examina, pues, bajo estos dos aspectos (1993: 299).

Algunas de las estaciones más importantes que podemos enumerar en Aguascalientes son: La *XENM Radio Casa de la Cultura*, que inició su salida al aire el 12 de octubre de 1973 bajo la dirección del Sr. José Dávila Rodríguez gran experto en radiofonía,[32] quien por cierto a principios del 2004, cumplió treinta años de servicio en la radiodifusión local, tanto en Radio Casa de la Cultura como en Radio Universidad a partir de 1987, por lo cual se le rindió un homenaje el 14 de febrero del 2004, y lamentablemente murió el 9 de abril de ese mismo año. Esta estación transmitía sobre todo música clásica, pero también jazz, blues y rock, entre otros géneros musicales. De esta última corriente, se recuerdan dos programas que tuvieron mucho éxito en la juventud de la época: *Hacia las raíces* -título de un disco del bluesista inglés John Mayall- y *La cultura del rock; Radio Uva*, estación, esta última que ya no se transmite y que era conocida con el nombre de *XEUVA,* tuvo mucha presencia en el medio, sobre todo en la juventud de los setenta ya que transmitía la música disco que imperaba en esos años como Tavares, Bee Gees y Earth, Wind and Fire, entre otros.

Retomando el asunto de *Radio Casa de la cultura,* a partir de la fecha en que RyTA inicia actividades, transcurre un periodo en que se organizan tanto los recursos humanos como los materiales. La radio -al igual que la televisión- inician una serie de nuevos programas con el fin de alcanzar una mayor cobertura. Radio XENM se transmitía de las 6:00 a las 24:00 horas. En el apartado III. ANTECEDENTES del documento sobre la historia de RyTA leemos en el siguiente párrafo: *"Radio y Televisión de Aguascalientes incorpora a su patrimonio el mobiliario, los vehículos, instrumentos, aparatos, cámaras, maquinaria, archivos y en general todos los bienes muebles e inmuebles con los que operaba canal 10 de televisión del Instituto Cultural de Aguascalientes y la estación de radio XENM, Radio Casa de la Cultura, incluyendo el teatro espacio; en el traspaso se incluye al personal, quienes en ninguna forma resultaron afectados en sus derechos laborales adquiridos, así como los egresos previstos en el presupuesto del estado para su remuneración y operación del organismo".*

[32] En ese año, el Director de la Casa de la Cultura era el Profesor Víctor M. Sandoval. Más tarde, la estación pasa a formar parte de RyTA (Radio y Televisión de Aguascalientes) el 11 de enero de 1987, cuando era Gobernador del Estado el Ingeniero Miguél Ángel Barberena Vega, quien se preocupa por difundir estas dos estaciones; y el Licenciado Gustavo Adolfo Granados Roldán fundador de dicho organismo, ocupa el cargo de Director General.

Otras estaciones son *Canal 6 Radio 1320* y *Radio UAA Universidad*, que transmite programas culturales, musicales y científicos, pero sobre todo, es la radiodifusora que difunde programas en vivo de diversa índole, como la difusión de las actividades académicas y culturales, conferencias, etc, que se realizan en esa Casa de Estudios desde la década de los noventa del siglo pasado. Pero también se transmiten programas que interesan a la ciudadanía en general, como son las elecciones para Gobernador y Presidente Municipal y el seguimiento de festividades locales y artísticas, entre otros más. Cabe señalar que por la década de los setenta, las estaciones radiales y el público en especial, se abastecía de discos en algunas tiendas, como Electro AB, Radio Eléctrica, la Casa de Vidrio, con el señor Roberto Barnola, con Teresita Leos -pionera en la venta de acetatos que tuvo locales en varias partes del centro, como la desaparecida Cancha del Estado y en la calle Rivero y Gutiérrez-, la tienda "El Golpe" de "Chuy" Díaz, donde se vendía la música más novedosa para los rockeros hidrocálidos y en la primera tienda de autoservicio la "Quemazón", de la familia Barba Morales que se encontraba entre el Pasaje Ortega y la calle Cinco de Mayo en el centro urbano

En el año 2004, *Radio Universidad* -XEUAA- cumplió 26 años de transmitir ininterrumpidamente en la frecuencia 1370 de amplitud modulada y dos años después comenzó a transmitir a través de frecuencia modulada -FM- , que con el aumentar de potencia ha llegue a sectores sociales más amplios. Otras radiodifusoras importantes que continúan su labor de comunicación y que forman parte de grupos radiales son: *Radio Grupo*, empresa en la que el Ingeniero Alfredo Rivas Godoy es el Director General; lo conforman las siguientes estaciones: *FM, La Poderosa*, *105 Digital*, *Magia 101*, *Radio BI* y *La Rancherita*. Por otro lado, forman parte del grupo *Promo Medios* las siguientes estaciones: *EXA F.M 97.3, Bonita A. M, Ke Bueno 1400, La San Marqueña, Azul 95, la Conasentida, Radio Mexicana y Best F.M.* Es parte importante de este grupo el Lic. José Luis Morales Peña que tiene programas muy escuchados, como el noticiero matutino *Buenos días Aguascalientes.*

Hoy en día, después de más de un cuarto de siglo, la oferta de la radio ha dado un giro radical; en primer lugar, la cantidad de estaciones ha aumentado notoriamente en comparación con aquel tiempo; y por otro lado, el contenido de los programas, en especial los musicales, también ha

cambiado significativamente. Por ejemplo, antes la música que más se escuchaba era la balada romántica en español, la música pop en el mismo idioma, rock en inglés y la música ranchera. En la actualidad se oye mucho este tipo de música; últimamente esté teniendo gran impacto entre la población la música *grupera*, que es difundida no sólo por varias estaciones radiales, sino que también la televisión local les ha brindado espacio a los televidentes amantes de este género musical, para que puedan escuchar y ver también a sus bandas musicales preferidas que difunden este tipo de melodías.

Otro ejemplo de aceptación de este género musical, es que en Aguascalientes existe una cadena de tiendas de discos compactos y videos que se llama *Discos y Cintas*, en el centro comercial *El Parián*. La encargada nos comentó que los discos y videos que más compra el público, y en especial los jóvenes y adolescentes, son los de música popular como la grupera, la ranchera y el pop en español. Lo contrario sucede en el Distrito Federal, en donde en base a la séptima entrega del *Consumo Cultural y los Medios*, realizada por el periódico *Reforma* en el 2000, Lynn Fainchtein -conductora del programa *Nunca en domingo* en *Imagen 90.5 FM*- manifestó, que el 75% de los encuestados escucha música diariamente, y sus preferencias se inclinaron por el rock en español y en inglés, por encima de la música ranchera y las baladas románticas. La música grupera se encuentra entre los gustos de los aficionados, siendo donde principalmente se detecta en la región centro del país y en los estados del sur de la Unión Americana.

Algunos resultados que revela la encuesta sobre *Consumo Cultural y los Medios* del periódico enunciado, es que al público le gusta más oír música que las noticias, aún cuando 4 de cada 10 capitalinos las escuchan todos los días; y de éstos, el 23% de ellos escucha el noticiero de José Gutiérrez Vivó, porcentaje muy por encima de otros conductores como Pedro Ferriz, Martín Espinoza y Guillermo Ochoa. Esta situación es un tanto parecida a la de la ciudad de Aguascalientes, ya que muchos de los radioesouchas se inclinan por oír las noticias en la voz de José Luis Morales periodista muy conocido de la comunicación. Los géneros musicales que más oyen los mexicanso son rock en español y e inglés, que como qeuda dicho, han superado el gusto por la música ranchera y las baladas románticas, que antes eran las predilectas del público (Fainchtein, 2001: 4c).

En Aguascalientes, el público enciende la radio para oír música en circunstancias diversas: las amas de casa mientras realizan el quehacer del hogar, las obreras de las maquiladoras, los mecánicos en su taller, los comerciantes mientras venden su mercancía en sus diversos negocios, los estudiantes cuando realizar sus tareas escolares, los choferes de autobuses y taxistas en sus varias travesías por la ciudad, los vendedores de periódicos en las esquinas de las calles y los trabajadores de la limpieza mientras barren las calles de la ciudad. La música es como "un telón de fondo" que les ayuda a olvidar sus problemas cotidianos, y a efectuar su trabajo con más agrado: para que "el tiempo se vaya más rápido".

Es a mediados de la década de los noventa, cuando las estaciones radiales en A.M. comienan a difundir la música *grupera* por ser de las más gustadas, distinguiéndose la estación *La Poderosa.* Cabe señalar que el gusto por este tipo de música en las clases altas empezó cuando la onda F.M. comienza también a darle cabida; de tal manera que desde aquellos años, este estilo musical ha tenido aceptación entre jóvenes y adultos, ricos y pobres, campesinos y obreros, universitarios y jóvenes en el contexto rural y urbano. El predominio de esta música se constata también, por la asistencia masiva de la población a los bailes populares y en los rodeos, y por la existencia de una gran cantidad de músicos gruperos, pues se estima que para 1997 había más de trescientos en el Estado (Guerrero Hernández, 2001:67). Una de las pocas bandas musicales que han trascendido las fronteras estatales es el grupo *Samuray*, originario de Escaleras, en el municipio de Rincón de Romos, Aguascalientes. Con la música grupera pasa lo mismo que con el semanario *Tribuna Libre*: un porcentaje muy significativo de la población hidrocálida, sin importar la clase social a la que se pertenezca, religión que se profese, el género, se identifican con ambas.

Por otra parte, es importante observar, que la trayectoria que ha seguido este tipo de música en Aguascalientes, ha sido de "abajo hacia arriba", es decir, de las zonas rurales y municipios a la ciudad-capital, y no al contrario como se pensaría, de "arriba hacia abajo", o de las grandes metrópolis y ciudades de rango medio, hasta los poblados campesinos. Este fenómeno se debe en gran medida a que los jóvenes que viven en el medio rural, y que son los que en un gran porcentaje emigran a trabajar a los Estados Unidos, son los transmisores en nuestro medio de los nuevos éxitos musicales de las bandas gruperas; y esto es así, porque esta corriente musical no

solamente predomina en el norte y occidente del país, sino también en los estados sureños de la Unión Americana, como Texas, California, Arizona y Nuevo México, que es donde vive la mayor población de origen mexicano.

Últimamente, salió al aire una nueva estación de radio con el nombre de *Radio Recuerdo*, que se sintoniza en el 1260 KHZ de A.M., en la cual se transmiten melodías en español de hace tres décadas o más: Camilo Cesto, Roberto Jordán, Juan Manuel Serrat, etc. Al igual que en la mayor parte del país, en Aguascalientes al público oyente de radio escuchar música, aunque los gustos difieren en cuanto a género, edad y clase social; pero sin duda, en estos tiempos la música grupera es una de las consentidas de, citadino, aunque también oye los noticiarios locales, que por cierto, la nota roja ocupa un lugar especial en ellos: robos, suicidios, accidentes, etc., a excepción de algunos programas como *Buenos días Aguascalientes*, que se transmite todos los días a las siete de la mañana con repetición por la tarde, y que se ha caracterizado por difundir noticias de diversas problemáticas cotidianas de Aguascalientes, así como noticias a nivel nacional e internacional.

Un programa que últimamente gusta mucho a los radioescuchas es *Lavando ajeno*, que se transmite en vivo desde varios puntos de la ciudad en un camión ambulante, y cuyo contenido son chismes acerca de la farándula nacional, tanto de músicos, cantantes, como de artistas más famosos; pasa a las 15:00 p.m., cuando la mayoría de las familias se encuentran comiendo o descansando en su hogar después de la jornada de trabajo. Por otra parte, según un sondeo realizado en el transcurso de este trabajo, propongo que en la capital de Aguascalientes, la gente cree más en las noticias de la televisión local que en las del radio. En base a resultados obtenidos por la encuesta del *Consumo Cultural y los Medios* del diario *Reforma* en 1999, de la cual hemos hecho mención líneas arriba, los habitantes de las grandes metrópolis como Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal, creen más en las noticias de la televisión que en las del radio o los medios impresos; lo mismo pasa en esta ciudad (*López*, 2000: 2/c). Finalizo esta parte del capítulo con una nota del sociólogo Antonio Guerrero, en quien me he apoyado en lo que se refiere al género musical "grupero":

> *Pero no se piense que las innovaciones musicales son difundidas exclusivamente por las ciudades grandes y de ahí hacia abajo. En Aguascalientes, producto de la*

permanente migración a los Estados Unidos resulta común que muchas novedades musicales sean conocidas y aceptadas primero en los municipios rurales, como Jesús María y Calvillo antes que en la ciudad de Aguascalientes. Es decir, los migrantes son portadores de innovación, de manera similar a lo estudiado por Gustavo López, del Colegio de Michoacán, para el caso del cholismo (Guerrero Hernández, 2001: 73).

8.2.- Comentarios.

a) La radio continúa siendo -junto con la televisión-, uno de los dos medios de comunicación predilectos en la sociedad aguascalentense, al igual que en el resto del país, ya que son los que alcanzan mayor audiencia, pero debido a las carencias económicas de miles de oyentes, su principal público son los grupos sociales menos privilegiados. Por otro lado, cada vez es mayor el número de hidrocálidos que se interesan más por el uso de las nuevas tecnologías como la computadora o el Internet, por mencionar las más conocidas. Hay muchos radioescuchas que opinan realizar mejor su trabajo oyendo la radio, pues a decir de ellos, se sienten más relajados para ejecutar sus labores cotidianas o en el tiempo de ocio.

b) La música es lo que más escuchan los hidrocálidos, y de ésta el género "grupero"; aunque también el pop en español, las baladas románticas en español y la música vernácula en ese mismo orden. Por otro lado, estaciones como *XENM Radio Casa de la Cultura*, *Estéreo Méndel* y *Radio Universidad*, no son de las preferidas por el oyente común. Por el contrario, el público prefiere estaciones como la *XEBI*, en donde se transmite información de diversa índole como recetas de cocina, cápsulas de contenido moral, o el legendario programa cubano "La Tremenda Corte", que lleva décadas transmitiéndose en Aguascalientes; por otra parte, *La Poderosa*, es la otra estación que oye con mayor frecuencia una audiencia compuesta por jóvenes pertenecientes a diversos grupos sociales. Las noticias también las escuchan, pero se inclinan más por las "amarillistas" como los accidentes viales o robos domiciliarios, y otras que tratan de "sacar los trapitos al sol" de personalidades del medio artístico, como antaño una radiodifusora lo hacía con personas conocidas del medio social. Se hacían comentarios de la próxima boda de una pareja conocida de clase alta, el rompimiento del noviazgo de unos jóvenes, o bien canciones que una persona le dedicaba a otra por medio de una radiodifusora.

c) Se puede afirmar que la música es el pasatiempo más popular entre los hidrocálidos, y gracias al desarrollo tecnológico se ha vuelto más cotidiana que nunca, ya que si en siglos anteriores sólo un grupo selecto de la sociedad que podía escuchar las obras de Mozart o Bach en un palacio real o en un castillo por ejemplo, hoy la música por la radio es escuchada desde un basurero o una servidora doméstica, hasta la música de fondo que oímos por el teléfono cuando hacemos una llamada y la receptora nos dice que esperemos a que nos contesten, sin olvidar la música que los jóvenes acostumbran "bajar" por Internet. Incluso en los puestos de periódicos, nos podemos encontrar con fascículos de música de rock o clásica -folleto y disco compacto- a precios muy accesibles entre la literatura comercial. Afirma R. Miranda:

> *La simple imagen de una melodía estúpida sonando mientras la señorita en turno contesta o nos transfiere la llamada, lo dice todo. La música comienza a utilizarse para llenar los huecos y para distraernos. Es tan fácil tener acceso a ella que ahora se le usa para todo, incluso para lo que nunca fue concebida* (2002: 72).

d) El grupo de edad que más escucha la radio son los jóvenes adultos y las personas de edad avanzada; y en cuanto al nivel socioeconómico es el sector popular, pues la clase media alta y alta, prefieren comprar un disco compacto que puede ser "pirata" -en los resultados de la encuesta se destaca que cerca de la mitad de los encuestados compran discos copiados-, un DVD o bajar música por Internet si quieren escuchar música; o si les interesan las noticias u otro programa, lo hacen por medio la televisión de paga. En el mismo sentido, la manera en que los encuestados obtienen los discos compactos fue que 129 lo compraron, 53 se los obsequió alguna amistad y a 27 se los prestaron. Por otra parte, los CD's que adquirieron por grupos sociales, son de géneros diversos aunque la mayoría son comerciales. Los gustos van desde Ricky Martín, Luis Miguel, Alejandro Sanz, Cristian Castro, Talía, Yahír y El Clon, hasta The Cure, John Lennon, Credence Clear Water Revival, Los Beatles, Queen, Radio Head, Air Suply, Björk y Celine Dion, pasando por Lupillo Rivera, Los Invasores de Nuevo León, Los Tigres del Norte, Los Cadetes de Linares y Vicente y Alejandro Fernández.

e) Una característica muy especial de la radio en Aguascalientes; consiste en que este medio de difusión ha sido utilizado a través del tiempo como un dispositivo, a fin de difundir la moral aceptada por una sociedad católica y conservadora, al menos en apariencia. Por ejemplo, en un programa radial, todos los días de lunes a viernes a las doce del día se cantaba el "Ave María", y

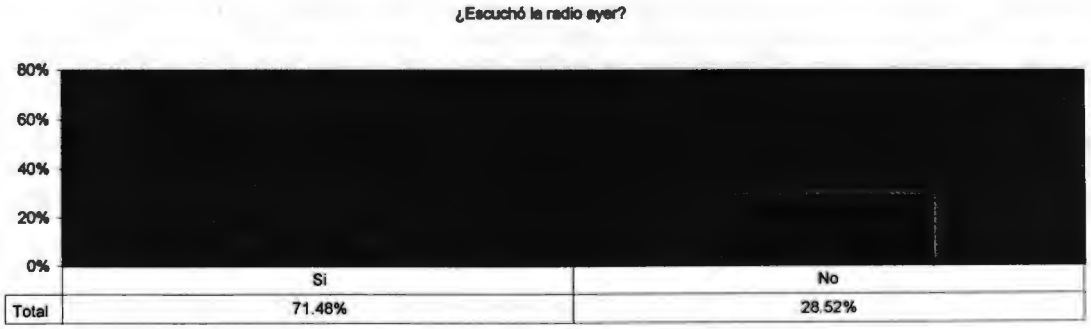
hasta hace relativamente pocos años, todos los días a las 22: 00 p.m., un locutor de radio, emitía un mensaje -¿o más bien una advertencia?- a la sociedad preguntándole lo siguiente a los padres de familia: "son las diez de la noche en punto, ¿sabe usted en dónde están sus hijos?". En comparación con las generaciones anteriores, en cuanto a las relaciones entre padres e hijos; definitivamente que hoy los vínculos entre ambos son más relajados; ciertamente que a las hijas se les impone un horario más estricto que a sus hermanos para llegar a su casa cuando van a una fiesta, a la discoteca o a un antro, pero éste es más flexible que en décadas pasadas, pues incluso en aquellos tiempos, para poder llegar más tarde tenían que ir acompañadas por algún hermano de menor edad al que se le decía "chalán".

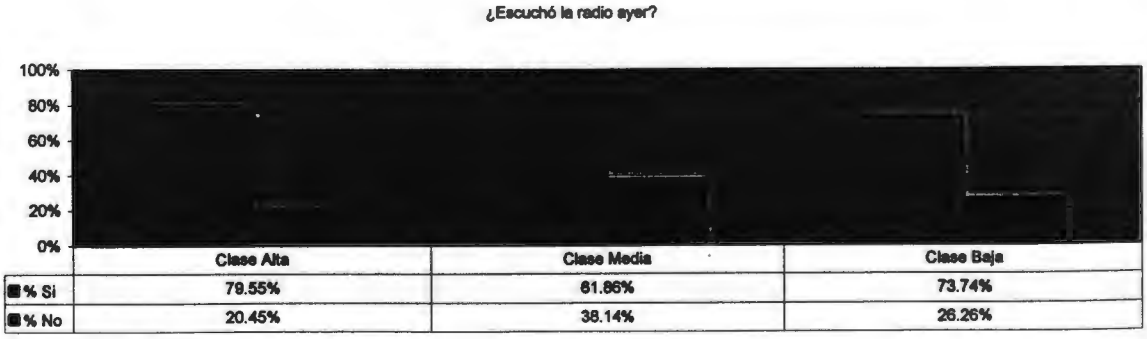
f) En una ciudad mediana como la que habitamos, en la que el tráfico urbano se vuelve más caótico a determinadas horas del día -se estima que en la ciudad de Aguascalientes circulan un promedio de 300 mil vehículos, de los cuales miles de ellos lo hacen por el centro de la ciudad (*Hidrocálido*, 2003: 10/A)-, al grado de que el Municipio ha pensado seriamente en cerrar el primer cuadro al transporte urbano, o bien cuando el transcurrir de la vida cotidiana es interrumpida por desfiles, marchas, peregrinaciones, etcétera, la radio cumple un papel de suma importancia al orientar a los conductores sobre problemas del tráfico en la circulación por medio de reportes constantes, con el fin de que se eviten caos viales que son constantes en esta ciudad, aún y cuando no tiene las dimensiones de la ciudad de México o Guadalajara.

8.1 ¿Escuchó la radio ayer? De un total de 284 encuestados, el 71.48% de los informantes dijeron que sí escucharon la radio el día de ayer; mientras que el 28.52% restantes afirmaron que no la oyeron. Se destaca también que la clase baja, que fue del 73.74% de los informantes, fueron los que más escucharon la radio en relación con los otros dos grupos sociales. La clase media (38.14%) por su parte fue la que menos la escuchó, mientras que la clase alta permaneció en el segundo sitio con 70 oyentes. Según *Reforma*, en el 2004 el 70% de los capitalinos escuchan la radio diariamente, en comparación con el 2001 en que la oyeron el 75%, mientras que para Guadalajara fue de 71% y para Monterrey de 69%. Por otra parte, la *Encuesta nacional* nos dice que el 87.3% -nueve de cada 10 entrevistados- escucha la radio.

45. Escucha de radio.

	GRUPOS SOCIALES	Si	Si	No	No	Total	%
1	Clase Alta	70	79.55%	18	20.45%	88	100%
2	Clase Media	60	61.86%	37	38.14%	97	100%
3	Clase Baja	73	73.74%	26	26.26%	99	100%
	Total	203		81		284	
		71.48%		28.52%		100%	



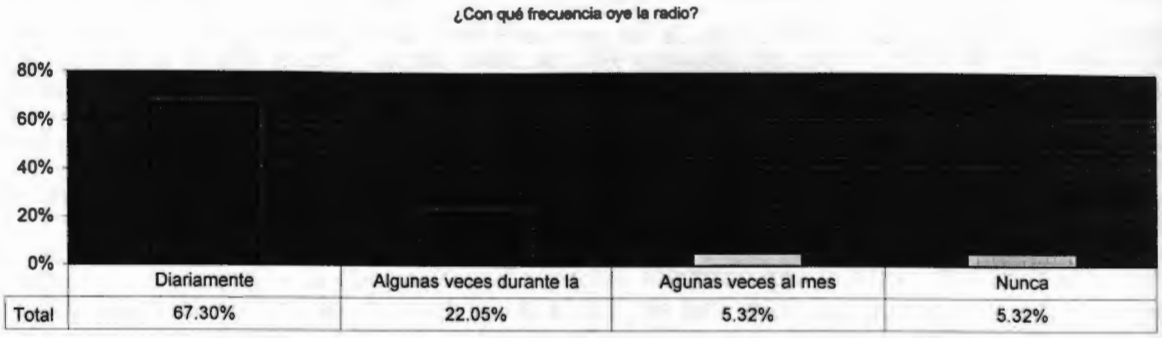


8.2 ¿Con qué frecuencia oye la radio? La respuesta a esta pregunta fue que del 100% de los informantes que fueron 263, el 67.30% de las personas oyen la radio cada día, el 22.05% algunas veces entre semana -la clase alta con 20 personas y la clase media y baja con 19 respectivamente-, el 5.32% algunas veces al mes y también el 5.32% de ellos nunca la oyen. Por otra parte, la clase baja que fue del 37.64% es la que más frecuentemente la escucha con 69 personas diariamente. Estos resultados, sugieren que la radio es uno de los principales medios de entretenimiento de la clase baja, de tal manera que para una empleada doméstica, un obrero de la construcción, un intendente, una trabajadora de una maquiladora, un barrendero o un taxista, por mencionar algunos ejemplos, no se podría concebir un día sin escuchar la radio.

Según una investigación del diario *Reforma* de 1999 sobre el consumo cultural de este medio electrónico, los radioescuchas también la oyen con mayor frecuencia cada día. Por ejemplo en el DF el 70%, en Guadalajara el 67% y en Monterrey el 61%. Según las mismas encuestas de este mismo informativo pero del 2000, el 75% oye la radio diariamente en el DF, el 68% en Guadalajara y el 59% en Monterrey. Las encuestas del 2001 resultaron casi semejantes a las de los dos años anteriores ya que en el DF 71% escuchan la radio cada día, en Guadalajara 66% y en Monterrey el 61%. El tiempo promedio que escuchan la radio al día es de 4 horas y 29 minutos para el DF, 5 horas y 31 minutos para Guadalajara y para Monterrey 3 horas y 28 minutos. En las encuestas del 2004 la radio pierde terreno, ya que el 70% de los capitalinos escuchan la radio diariamente y el promedio de tiempo es de 3 horas 27 minutos. En respuesta a esta pregunta, la *Encuesta nacional* afirma que el 35.3% -un poco más de la tercera parte de la población- oye la radio de dos a menos cuatro horas diarias, y en particular la región Centro-Occidente el 38.1% la oyen ese mismo promedio, mientras que para el CEDES el 36.7% (147 personas) la escuchan 2 horas diarias.

46. Frecuencia de la escucha.

	GRUPOS SOCIALES	Diariamente	Algunas veces durante la semana	Algunas veces al mes	Nunca	Total
1	Clase Alta	56	20	6	5	**87**
2	Clase Media	52	19	6	0	**77**
3	Clase Baja	69	19	2	9	**99**
	Total	**177**	**58**	**14**	**14**	**263**
		67.30%	**22.05%**	**5.32%**	**5.32%**	**100%**

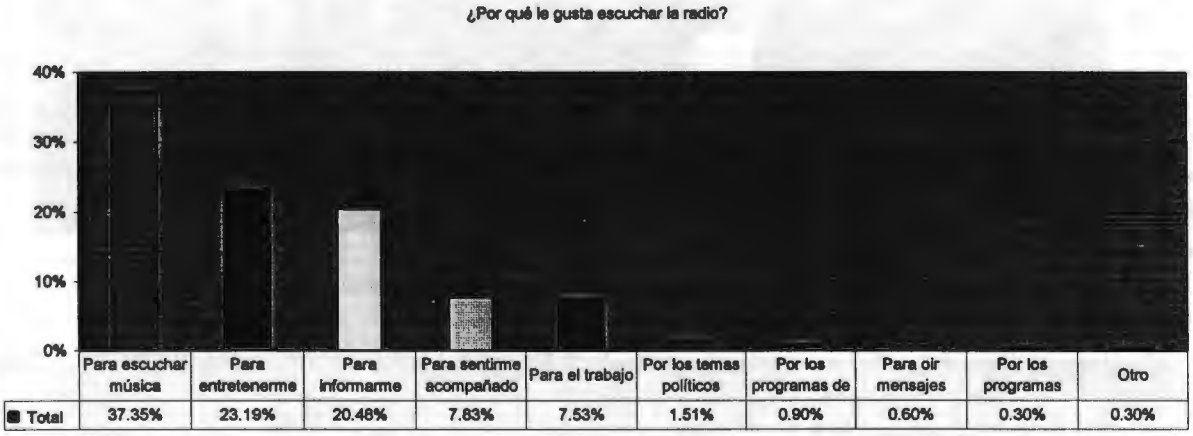


8.3 ¿Por qué le gusta escuchar la radio? El 37.35% y el 23.19% de los entrevistados oyen la radio con el fin de escuchar música y para entretenerse respectivamente. Por el contrario, apenas 2 de ellos que es el 0.60%, la oyen por los mensajes religiosos y morales, y sólo el 0.30% lo hace por los programas cómicos; mientras que el 0.30% respondió en el rubro de "Otro" que la escucha cuando está estudiando. En el mismo tenor, la clase alta es la que más escucha música -53-, para entretenerse -29-, la que más la oye -32- para estar informado y por los temas políticos -3-. La clase baja -18- la encuentra gratificante cuando se encuentra realizando su trabajo y para sentirse acompañados -14-. Por último, un miembro de cada una de las clases (0.90%) opinó que la oye por los programas de farándula que tanto se están poniendo de moda.

Las entrevistas realizadas por *Reforma* de consumo cultural coinciden con las aplicadas en la ciudad de Aguascalientes, ya que la mayoría de los informantes opinaron que escuchan la radio "para entretenerse". En las encuestas de 1999 las preferencias fueron similares: el DF 33%, en Guadalajara 40% y en Monterrey 40% respectivamente. En las encuestas del 2000 del mismo periódico, la música ocupó el primer lugar entre los oyentes del DF con 60%, en segundo lugar los noticieros con 35% y las entrevistas el 24%, y en el 2001 la música vuelve a quedar en primer lugar con el 82%. Lynn Fainchtein, conductora del programa *Nunca en domingo*, opinó que en las encuestas del 2004 de este diario, el 76% de los capitalinos contestó que oyen la radio para escuchar música y en seguida los noticieros con el 42%. Los datos de la *Encuesta nacional* dicen que el 60% de las personas oyen la radio para oír música, y el 30% encienden el aparato para escuchar un programa en especial. Según el CEDES, el 59.9% de los informantes prefiere la música y los informativos el 36.2%.

47. Motivos o interés de la escucha.

	GRUPOS SOCIALES	Para escuchar música	Para entretenerme	Para informarme	Para sentirme acompañado	Para el trabajo	Por los temas políticos	Por los programas de farándula	Para oír mensajes religiosos y/o morales	Por los programas cómicos	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	53	29	32	7	2	3	1	2	1	1	131
2	Clase Media	34	22	15	5	5	1	1	0	0	0	83
3	Clase Baja	37	26	21	14	18	1	1	0	0	0	118
	Total	124	77	68	26	25	5	3	2	1	1	332
		37.35%	23.19%	20.48%	7.83%	7.53%	1.51%	0.90%	0.60%	0.30%	0.30 %	100%

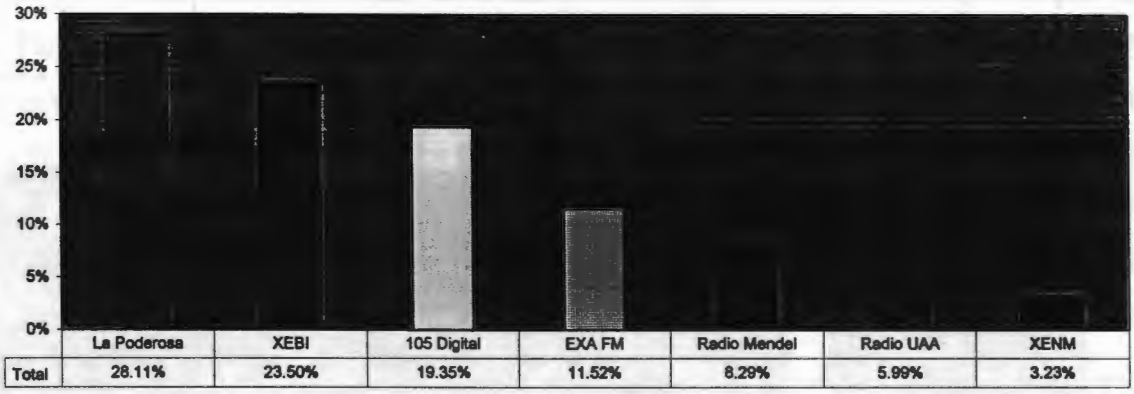


8.4 ¿Qué estación de radio escucha con más frecuencia? Los radioescuchas hidrocálidos oyen con más frecuencia dos estaciones: *La Poderosa* (28.11%) y la *XEBI* (23.50%), siendo la clase baja la que más las escucha, la primera con 49 y la segunda con 21 oyentes. Por el contrario, las que menos escuchan son *Radio UAA* con el 5.99% y *XENM Radio Casa de la Cultura* con apenas el 3.23% de oyentes. Ahora bien, La clase alta es la que más oye estas estaciones que se caracterizan por ser no comerciales con 12 y 5 radioescuchas respectivamente, al igual que *Radio Mendel* con 8 personas. En el DF, durante las encuestas del consumo cultural del diario *Reforma* del 2000, los oyentes escucharon más las estaciones la *"Z"* (11%) y *Radio Red* (8%), y en las encuestas del 2001 la primera estación continuó siendo la más oída con el 12%. De acuerdo al CEDES, la estación que más escuchan es radio Rivadavia con 24.9%.

48. Estaciones escuchadas.

	GRUPOS SOCIALES	La Poderosa	XEBI	105 Digital	EXA FM	Radio Mendel	Radio UAA	XENM	TOTAL
1	Clase Alta	5	13	36	14	8	12	5	93
2	Clase Media	7	17	0	3	5	0	0	32
3	Clase Baja	49	21	6	8	5	1	2	92
	Total	61	51	42	25	18	13	7	217
		28.11%	23.50%	19.35%	11.52%	8.29%	5.99%	3.23%	100%

¿Qué estación de radio escucha con más frecuencia?



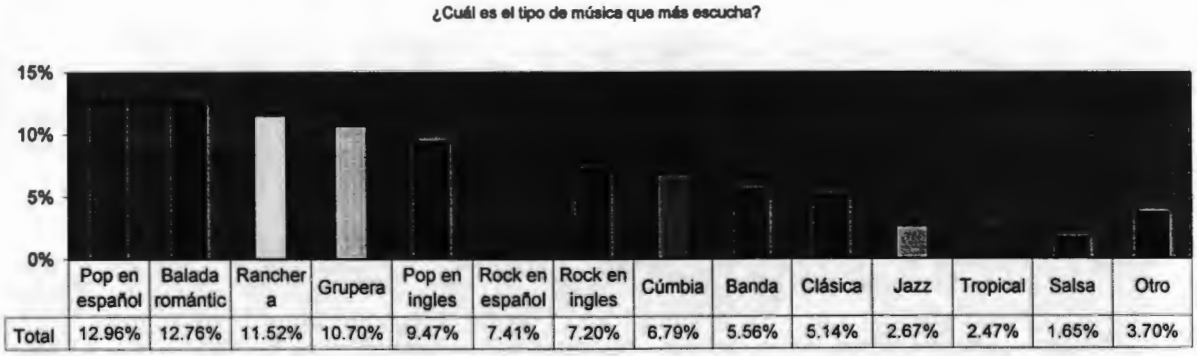
8.5 ¿Cuál es el tipo de música que más escucha? De 486 opciones, los tres géneros musicales que más escuchan los informantes fueron el *Pop en español* (12.96%) que es más oído por la clase alta -37-, la *Balada romántica* (12.76%), que también es más escuchada por esa misma clase -33-, y la música *Ranchera* (11.52%) que es más oída por la clase baja -31-. Es significativo el porcentaje (10.70%) de personas a las que les agrada la música *Grupera*, lo que nos da una idea del fuerte impacto que este tipo de música, que junto con la banda (5.56%) tienen en la población, pues si ambas las juntamos junto con la ranchera, serían el tipo de música más escuchado por los hidrocálidos. Por otra parte, los géneros musicales menos aceptados fueron la *salsa* con apenas el 1.65% y la *Música tropical* con el 2.47%, y hubo quienes optaron por otros géneros no se presentaros en la tabla como los *Tríos* y el *New age*, entre otros.

Cabe señalar, que la *Balada romántica* fue el género de música preferido de entre diez estilos musicales por los informantes, según encuestas del consumo cultural de 1999 del periódico *Reforma* en las tres metrópolis mexicanas: el DF 50%, Monterrey el 51% y Guadalajara el 48%. En las encuestas del 2000, las *Baladas románticas* continuaron siendo las preferidas (43%) en el DF, en segundo lugar el *Rock en español* (29%) y en tercero el *Rock en inglés* (25%); y para el

año 2001, en ese mismo diario, las encuestas señalan una vez más que las *Baladas románticas* ocupan el primer sitio con el 52%, seguido por el *Rock en español* (30%). En el 2004, los gustos musicales siguen siendo los mismos, ya que la *Balada romántica* ocupa el primer lugar (47%) y el *Rock en español* el segundo (33%). Por otra parte, en la *Encuesta nacional* del 2004 también los musicales (8.0%) resultaron los preferidos del público.

49. Gustos musicales.

	GRUPOS SOCIALES	Pop en español	Balada romántica	Ranchera	Grupera	Pop en ingles	Rock en español	Rock en ingles	Cumbia	Banda	Clásica	Jazz	Tropical	Salsa	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	37	33	11	14	40	19	30	7	15	22	13	9	8	12	270
2	Clase Media	13	14	14	0	5	13	5	0	3	0	0	0	0	1	68
3	Clase Baja	13	15	31	38	1	4	0	26	9	3	0	3	0	5	148
	Total	63	62	56	52	46	36	35	33	27	25	13	12	8	18	486
		12.96%	12.76%	11.52%	10.70%	9.47%	7.41%	7.20%	6.79%	5.56%	5.14%	2.67%	2.47%	1.65%	3.70%	100%



8.6 ¿Cuál fue el género del último CD que adquirió? Fueron 59 personas las que respondieron y que corresponde al 100% de la muestra. *La balada romántica* es la que más gusta a la mayoría que son el 22.03%, seguida del *Pop en inglés* y la *Música grupera* con 10 (16.95%) cada una. Por el contrario, la *Trova cubana*, la *Música clásica* y el *Hip hop*, sólo fueron del gusto de un amante musical para cada uno de estos tres géneros que fue del 1.69%. Por clases sociales, la alta es la que más gusta de la *Balada romántica* -7-, el *Pop en inglés* -7- y el *Rock en inglés* -4-, mientras que la clase baja oye más la *Música grupera* -5- que también es del gusto de la clase alta -4-. En la *Encuesta nacional*, la balada romántica/pop es la predilecta con el 50%.

Los artistas que más gustan a los hidrocálidos son: **Clase Alta**: Luis Miguel, Alejandro Sanz, Maná, Sin Bandera, "Éxitos" de Queen, The Cure, John Lennon, Radio Head, Ricky Martin, "Greatest Hits" de Björk, Juan Gabriel, Iron Maiden, "José José con Trío", "Expedición" de Silvio Rodríguez, Celine Dion, Lucero ("Ranchero"), Real de Catorce, Jaguares, Rocío Durcal, Benny, Cristian Castro, Alejandro Fernández, Astrud Gibert, Madona, Credence Clear Water Revival y Mozart. **Clase Media**: Pepe Aguilar, Talhía, El Clon, Alejandro Fernández, Cuco Sánchez, Aerosmith, Juanes, Intocables, Los Beatles, "Hip Hop", Air Supply, Cadetes de Linares, Renovación, y Agustín Lara. **Clase Baja**: Presuntos Implicados, Vicente y Alejandro Fernández, Metálica, Los Acosta, Vagón Chicano, Hombres G, Toñita, Lupillo Rivera, Yahír, El Tri, Invasores de Nuevo León, Tigres del Norte y Paco Barrón, entre otros muchos.

50. Música grabada (C.D.).

I	GRUPOS SOCIALES	Balada romántica	Pop en inglés	Música grupera	Música ranchera	Rock en inglés	Rock en español	Heavy metal	Trova cubana	Clásica	Hip hop	TOTAL
1	Clase Alta	7	7	4	3	5	4	1	1	1	0	33
2	Clase Media	3	3	1	3	2	1	0	0	0	1	14
3	Clase Baja	3	0	5	2	0	1	1	0	0	0	12
	Total	13	10	10	8	7	6	2	1	1	1	59
		22.03%	16.95%	16.95%	13.56%	11.86%	10.17%	3.39%	1.69%	1.69%	1.69%	100%

¿Cuál fue el género del último CD que adquirió?

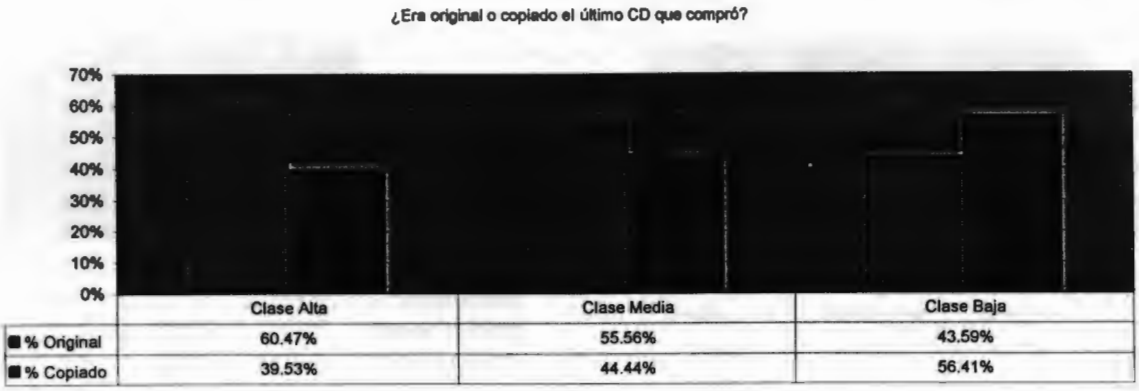
	Balada romántica	Pop en inglés	Música grupera	Música ranchera	Rock en inglés	Rock en español	Heavy metal	Trova cubana	Clásica	Hip hop
Total	22.03%	16.95%	16.95%	13.56%	11.86%	10.17%	3.39%	1.69%	1.69%	1.69%
Total	22.03%	16.95%	16.95%	13.56%	11.86%	10.17%	3.39%	1.69%	1.69%	1.69%

8.7 ¿Era original o copiado el último CD que compró? En total fueron 218 personas encuestadas que equivale al 100% de la muestra. Aunque fueron más los informantes (53.21%) que compraron discos originales, existe una proporción casi similar de personas (46.79%) que

mejor optaron por las copias; situación que refleja el avance tan notorio que está teniendo la piratería, de tal manera que hay quien piensa que existe la posibilidad de que las tiendas de discos desaparezcan en el futuro si no se hace algo al respecto. La clase alta por otro lado (60.47%), es la que más compra los CD's originales, y la clase baja (56.41%) los copiados. En la encuesta del 2003 del diario *Reforma* de consumo cultural, se llegó a la conclusión de que en promedio cada persona que fue entrevistada tiene 41 discos piratas y en la del 2004 fueron 47.

51. CD's originales ó piratas.

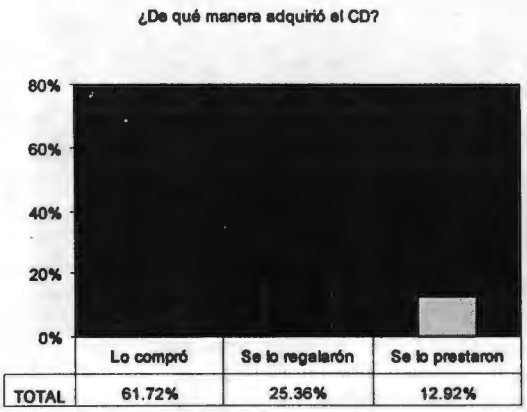
	GRUPOS SOCIALES	Original	% Original	Copiado	% Copiado	TOTAL	%
1	Clase Alta	52	60.47%	34	39.53%	86	100%
2	Clase Media	30	55.56%	24	44.44%	54	100%
3	Clase Baja	34	43.59%	44	56.41%	78	100%
	Total	116		102		218	
	%	53.21%		46.79%		100%	

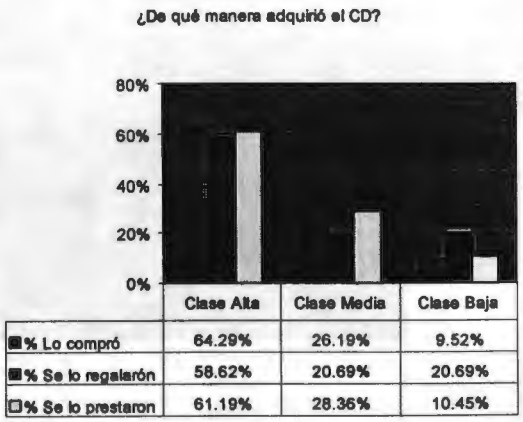


8.8 ¿De qué manera adquirió el CD? De un total de 209 encuestados, el 61.72% de los encuestados compraron el CD, al 25.36% se los regalaron y al 12.92% se los prestó algún pariente o uno de sus familiares. Ahora bien, la clase alta (64.29%) es la que más compra discos, mientras que la clase baja (28.36%) es a la que más se los regalan y a los de clase media (20.69%) es a los que más se los prestaron. Cabe anotar que en la ciudad de Aguascalientes se ha vuelto una actividad cada vez más común el "quemar" discos compactos y películas en DVD. Por ejemplo, en el medio estudiantil, sobre todo en las instituciones de educación media y superior, que los amantes de la música compren un "quemador" e intercambien música entre un círculo de conocidos, de tal manera que sólo se gaste en la compra del estuche y el disco. Como hemos podido observar, la radio es una oferta cultural que es muy aceptada entre la población hidrocálida, sobre todo por la música -comercial- que difunden las estaciones durante el día. Pero no sólo la música transmitida por este medio les gusta oír a los radioescuchas, sino también mediante la compra de discos compactos que en su mayoría los compran piratas o bajan música de la computadora. Como veremos en el siguiente capítulo, los jóvenes -que son los que más oyen música-, también les gusta asistir a los conciertos en vivo en donde oigan a un grupo de rock, a una banda grupera en donde puedan bailar o a oír un concierto de la orquesta sinfónica.

52. Modo de adquisición de CD musical.

	GRUPOS SOCIALES	Lo compró	% Lo compró	Se lo regalaron	% Se lo regalaron	Se lo prestaron	% Se lo prestaron	TOTAL	%
1	Clase Alta	54	64.29%	22	26.19%	8	9.52%	84	100%
2	Clase Media	34	58.62%	12	20.69%	12	20.69%	58	100%
3	Clase Baja	41	61.19%	19	28.36%	7	10.45%	67	100%
	Total	129		53		27		209	
	%	61.72%		25.36%		12.92%		100%	





Resultados comparativos de distintas encuestas RADIO

Encuestas / Temas	Aguascalientes 2003 (UAA)	D. F.	MTY Reforma	GUA	Región Centro Occidente/ Nacional 2004 CONACULTA	Buenos Aires 1990 CEDES
1.-Frecuencia con la que escucha la radio.	67.3% diariamente	71% 3 hrs. 27 min. (2001)	61% diario. (2001)	66% diario. (2001)	38.3% se dos a cuatro horas diarias.	36.7% dos horas diarias.
2.-Razón por la que escucha la radio.	37.3% la música; 23.1% entretenerse.	76% la música; 42% noticieros (2001)	----	----	60% música; 30% programa especial.	59.9% musicales; 36.2% programas informativos.
3.-Estación de radio que se escucha con más frecuencia.	*La poderosa* 28.1%.	La "Z" 10%. (2002)	----	----	----	24.9% *Radio Rivadavia.*
4.-Tipo de música que más se escucha.	12.9% pop en español.	50% balada romántica (1999)	51% balada romántica (1999)	48% balada romántica (1999)	50% balada romántica / pop.	28.5% rock / pop y 22% tango.
5.-Compra de CD.	46.7% originales ---------- 53.3% piratas	------- 41% piratas	----	----	----	----

Como observamos en la tabla, el radio se escucha diariamente según resultados de las distintas encuestas; el D.F. es la ciudad en donde más se escucha la radio; en el mismo tenor, la música y los programas informativos es lo que más les gusta oír a los entrevistados; en Aguascalientes *La poderosa* es la estación que más escuchan los entrevistados. De igual manera la balada romántica y el pop (en español) son los géneros musicales que más gustan tanto en la ciudades mexicanas como en Buenos Aires, aunque también el tango es un género muy oído en esta última ciudad. Por último, cabe señalar que cerca de la mitad de los CD'S que se compran tanto en Aguascalientes como en el D.F. son piratas, fenómeno que se acrecienta cada vez más no solamente en estas dos ciudades sino también en el resto del país y en muchas partes del mundo

Capítulo IX. Televisión y video: un cambio de lo público a lo privado.

9.1.- Sobre los orígenes de la televisión.

La televisión, al igual que el avión, el Internet, la telefonía celular, los satélites, la computadora etc., por no hablar de otros como el *gameboy*, el *diskman* o el *walkman*, ha sido uno de los inventos más importantes de los últimos tiempos en el mundo, al grado de que ha venido a revolucionar las diversas maneras de actuar y de ser de millones de personas en el planeta, ya que es considerada uno de los más influyentes medios masivos de comunicación. En las zonas marginadas y colonias populares -y hasta en algunos poblados rurales- que existen en la ciudad de Aguascalientes, al igual que en otras ciudades del país, es común encontrarnos con un paisaje urbano en donde predominan las antenas de televisión, y en no pocos hogares, hasta de antenas parabólicas. Es muy probable que podamos conocer los aspectos económicos de esta situación, pero consideramos que para el comunicólogo o antropólogo, lo más importante es entender la manera en que los habitantes de esos lugares conciben los mensajes televisivos, ya que es muy diferente la manera en que las clases medias urbanas asimilan el contenido de los programas, a como los perciben los moradores de una zona residencial o de clase alta, o de una de las tantas colonias populares como la colonia Constitución, la Palomino Dena o la Gómez Portugal. Es cita de Humberto Eco:

> *La radio y la televisión constituyen un "medio técnico" apto para transmitir sonidos e imágenes a gran distancia y, en segundo lugar [...] "un medio artístico" que, como tal, promueve la formación de un lenguaje autónomo y abre nuevas posibilidades estéticas. El problema de la transmisión musical a través de los canales audiovisuales se examina pues, bajo estos dos aspectos* (1993: 299).

Desde la segunda mitad del siglo XIX, un gran número de investigadores intentaron resolver la forma en que se producían las imágenes visuales, y algunos de ellos tuvieron la idea de su aplicación a la televisión. El año de 1873, G. R. Carey, originario de la ciudad de Boston, Estados Unidos, realizó un experimento con una placa recubierta de 2, 500 células de selenio, la cual se unía individualmente a una línea eléctrica que terminaba en una lámpara; el resultado fue que la imagen que se proyectaba sobre la placa, se reproducía sobre un panel de lámparas, pero hasta ahí llegó su ensayo. Más tarde, el 17 de abril de 1927, los laboratorios Bell lograron hacer una transmisión de televisión entre las metrópolis de Nueva York y Washington con 2, 500

células fotoeléctricas, y una gran cantidad de lámparas de neón sobre una pantalla que apenas alcanzaba los 66 por 82 centímetros, de tal manera que el sincronismo quedó asegurado por un distribuidor rotativo que giraba 16 revoluciones por segundo. Por otra parte, el ingeniero norteamericano de ascendencia rusa Vladimir Kosma Zworykin, inventó el iconoscopio que era un modelo electrónico de tubo de cámara de televisión, que semejaba un ojo eléctrico cuyo objetivo era ampliar la visión humana. Por tanto, el sostén físico de los sistemas de televisión consiste en medios electrónicos, que hacen posible un cambio de imágenes ópticas en imágenes electromagnéticas -proceso parecido al de la luz-, con el fin de permitir la transmisión en largas distancias como cualquier otro dispositivo de comunicación.

Cuando se reflexiona acerca de la televisión, tal vez se pensaría que existe una similitud en cuanto a su forma -en la actualidad la computadora tiene esta misma configuración- con la ventana de una casa, ya que ambas son cuadradas; y esto se debe a que a través de ambas se "puede ver lo que sucede en el mundo". Una ventana es el medio por el que podemos ver el exterior, la calle, la gente, las casas, en fin, el medio que nos rodea. Lo mismo sucede con la televisión, pues al encenderla nos percatamos de lo que acontece en el mundo, sobre todo por los noticieros, aunque éstos digan verdades a medias o tergiversadas. Su innovador percibió este detalle de manera inconsciente. En México, la televisión surgió por 1950, y se puede decir que las primeras figuras televisivas provenían del teatro y del cine mexicano de la época, como Andrea Palma, Ernesto Alonso, Manolo Fábregas, Enrique Rambal, Rafael Banquels y Ofelia Guilmain entre otros más. (González, 1994: 279).

La televisión y sus efectos en la sociedad

Sin duda que la televisión continúa siendo uno de los medios de comunicación más populares junto con la radio; de hecho, las amas de casa acostumbran "oír" televisión mientras que hacen el quehacer del hogar, aunque las nuevas tecnologías le han hecho perder influencia en la sociedad. En la séptima entrega del estudio sobre consumo cultural realizada por el periódico *Reforma* de la ciudad de México en el 2001, se destaca que los televidentes capitalinos y regiomontanos se interesan más por los programas de entretenimiento -en particular los deportes y las telenovelas- y de información; mientras que últimamente, las películas han tenido un lugar especial en los gustos de la gente. Otros resultados que arrojó dicha encuesta fueron los siguientes: 8 de cada 10

remoto lo cual le impide molestarse en pararse de su sillón, o levantarse de la cama para cambiarlo. En realidad, la televisión es un espléndido entretenimiento, ya que lo único que se requiere de prenderla. Appignanesi y Garratt escribe:

> *...podemos crear nuestro propio collage televisivo de la vida, cambiando de las noticias a una telenovela, de los deportes a un documental, una película, un canal de música o un rápido estallido de karakoe. El zapping nació de las redes televisivas de múltiples canales de cables y las transmisiones satelitales, más la asistencia indispensable del control remoto. El zapping [...] constituye un síntoma de impaciencia sin profundidad* (1999: 150).

Un caso muy significativo de esta situación, es la discusión en torno a la influencia que este medio de comunicación tiene sobre el niño, pues en el medio local, muchos padres de familia se quejan de que su hijo no hace las tareas escolares "por estar viendo televisión"; por tanto, según los educandos, queda mucho trabajo por hacer entre ellos y los padres de familia, con el fin de enseñar a los niños a escoger la programación televisiva. Por cierto, se espera que para este año aumenten los programas para niños; al respecto el *Mercado Internacional de Películas y Programas de Televisión, el Vídeo, el Cable y los Satélites* (MIPCOM) anunció que importantes compañías como la Warner Brothers, impulsaría los programas de personajes clásicos y de caricaturas para los infantes. De esta manera, los niños podrán disfrutar en la pantalla chica de películas de sus personajes favoritos que solamente veían en el cine como Superman, Bátman, la serie de Star Wars y los X Men, entre otros más, al igual que las series de Scooby Doo, Looney Tunes, Bugs Bunny y el Correcaminos (*QUÉ!*, 20/12/2003: 6).

La realidad es, que el hábito de ver la televisión en las familias hidrocálidas, en especial de los sectores marginados, lejos de ser un medio que fomente la convivencia de sus miembros, gnera aislamiento compartido; esto se refleja en el bajo nivel de lectura, contrariamente a como acostumbraba antes, en que la familia se reunía en torno a este medio para ver programas como *Cachirulo*, *Chabelo* o *Mi marciano favorito*. En consecuencia, la televisión ha alterado el mundo cotidiano de todas las esferas sociales, de suerte que la sociabilidad entre los vecinos, la asistencia a las fiestas populares, los descansos dominicales en las plazas públicas o ir los fines de semana "al campo", han perdido el interés y el encanto que hubo en otras épocas. En el mismo tenordice MartínBarbero lo siguiente:

capitalinos ven diariamente la televisión en promedio tres horas y media; Televisa el 36%, minetras que TV Azteca el 34%. Por otra parte, 7 de cada 10 personas ven los noticieros todos los días y de éstos el 35% prefiere a Joaquín López Dóriga sobre el 31% que ve a Javier Alatorre (Wilkins, 2001: 4C).

En esta ciudad, al igual que en el resto del país, el efecto de la televisión sobre las personas no ha pasado desapercibido. Mucho se ha discutido en torno a si el contenido de sus programas es benéfico para el desarrollo intelectual del televidente, o si por el contrario, es solamente una "caja idiota" que distorsiona la mente del ser humano, al extremo de que pierde la noción de la realidad en la que está sumergido. Ejemplo es la gran cantidad de programas de los que se dicen "chatarra", dirigidos a un público al que se le trata de condicionar su concepción del mundo, en particular los destinados a los niños. Un caso especial es el programa *Big Brother*, del que algunos televidentes hidrocálidos han observado que "no los han visto leer un solo libros" y que "...sólo se la pasan de flojos y diciendo "vigas". Opina Díaz Barriga: *"Encontramos programas confeccionados especialmente para niños: telenovelas infantiles (Mundo del juguete, Carrusel), de distracción (Chespirito), o de concursos (En familia, con Chabelo), donde se condiciona una cultura"* (Díaz Barriga, 1995: 212).

Hay preocupación en las escuelas del del Estado por darle solución a este problema. Y en efecto, encontamos una gran catidad de tesis de grado de gente de de organismos de estudios superioires, como la Universidzad Pedagógica Nacial a la que asisten los maestros para estudios de grado, que han abordado el tema de la pérdida de los valores éticos y morales, y la falta de concentración del educando en las tareas escolares, por el hábito tan arraigado de ver la televisión a todas horas del día. Una respuestade los funcionarios de la industria televisiva a las protestas de ciertos sectores de la sociedad, descontentos por una televisión mexicana comercial y carente de programas culturales y educativos, ha sido que el espectador inconforme, simpelemente cabie de canal si no le agrada el que está viendo, o de plano la apagarla. Y ya que mencionamos cambiar de canal, es importante señalar que por la gran cantidad de programas que ofrece la televisión, muchos televidentes han creado su propio *collage* televisivo; o sea, que realmente no les interesa ver de principio a fin un programa, sino que se ha creado un vicio que consiste en cambiar constantemente de canal en canal, aprovechando que tienen el control

Si la televisión en América Latina tiene aún a la familia como unidad básica de audiencia es porque ella representa para las mayorías la situación primordial de reconocimiento. Y no puede entenderse el modo específico en que la televisión interpela a la familia sin interrogar la cotidianidad familiar en cuanto lugar social de una interpelación fundamental para los sectores populares (1987: 233 y 234).

Es en este contexto que la televisión se ha evaluado positiva o negativamente en un amplio público, que a decir verdad, es prácticamente la totalidad de la sociedad. Lo cierto es, que este medio de comunicación transformó la forma en que percibimos la realidad, ya que desde el momento en que la prende el receptor, empieza a recibir un cúmulo de información que proviene incluso de los lugares más remotos del planeta, lo que le proporciona relajamiento y evasión momentánea de sus problemas. La televisión ha sufrido también cambios relevantes en el transcurso del tiempo; si nos remontamos a cuatro décadas atrás, recordaremos que había un tamaño estándar para todas, era en blanco y negro, se requería de un acumulador para encenderla y funcionaba con bulbos. Hoy existen más canales, es en color, el sonido es más sofisticado, y hay de tan variadas dimensiones que van desde el tamaño de un reloj común de mano, hasta el de las proporciones de un "cine al aire libre"-que en esta ciudad no tuvieron éxito-, o aquellos en donde los niños acostumbraban a ver películas "de las sagradas escrituras" sobre la pared de una iglesia, por las tardes una vez terminadas las lecciones sabatinas de catecismo.

Los inicios de la televisión en Aguascalientes

La televisión estatal tuvo sus inicios en la década de los setenta; para ser precisos, el 11 de noviembre de 1976 cristalizó este proyecto, siendo gobernador del Estado el Profesor J. Refugio Esparza Reyes (1974-1980). A partir de esa fecha y hasta 1981, coordinó la televisión el Señor Jorge Galván, que por entonces era el Director de los *Teatristas de Aguascalientes*; más tarde, durante la administración del gobernador Rodolfo Landeros Gallegos, fue coordinada por el Licenciado Jorge Luis Papadimitriou Cámara. De 1987 a 1992, cuando era Gobernador el Ingeniero Miguel Ángel Barberena Vega, la televisora cultural dio un giro radical al cambiar junto con la radio, en un organismo público descentralizado, que hasta la fecha lleva el nombre de *Radio y Televisión de Aguascalientes* (*RyTA*), y que en ese tiempo estuvo a cargo del

Licenciado Gustavo Adolfo Granados Roldán, tiempo en que nace el Canal 6 y desaparece el Canal 10 de *Televisión Cultural de Aguascalientes*.

En la administración del Lic. Otto Granados Roldán, vuelve a coordinar la televisión local el Lic. Jorge Luis Papadimitriou, y a partir de 1998, con la llegada al poder del primer gobernador no priísta, el conocido comerciante Sr. Felipe González González, representante del Partido Acción Nacional (PAN), la televisión queda en manos del Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público y empresario aguascalentense, Eduardo Medrano Parada, de quien se comenta puso todo su empeño en modernizar este medio de comunicación. A partir del gobierno de Luis Armando Reynoso Femat, el Director de RYTA es el Sr. Jorge Saavedra, quien ha reestructurado el contenido de los programas del Canal 6.

En la actualidad, el televidente hidrocálido puede ver la televisión por muchas razones: para estar informado, para no sentirse sólo o cuando está aburrido, para ver un programa en particular que lo haga reflexionar, para educarse, para alejarse de las tentaciones del vicio, para ver un suceso importante que ha acontecido, o simplemente porque no tiene otra cosa que hacer. En el Estado, aparte del canal local y de *Noticias del Canal 12 de Telecable*, del que hasta la fecha funge como Director Eduardo González Jiménez; existen otros canales en la localidad, como *Canal 13 TV Azteca*, *Canal 7 TV Azteca*, *Canal 5 Televisa*, *Canal 9*, *Canal 2 Televisa Aguascalientes*, *Canal 2 Canal de las Estrellas* y *Canal 6 de Aguascalientes* en conexión con *Canal 11/IPN*. Este último canal se difunde a través del *Canal 6* y colabora en la televisora local con programas musicales, culturales, deportivos y artísticos. El analista Mario de Ávila afirmó lo siguiente respecto a dicho canal: *"Tal vez, en lo que va de la presente administración* -se refiere al sexenio de Felipe González González- *puedan señalarse como logros de la Televisión Estatal, la firma del convenio de colaboración con Canal 11* -del IPN- *(que cubre los espacios que la televisora local no tiene) y la "redecoración" del inmueble"* (Ávila Amador, 2001: 22). En efecto, Canal 11 es el único canal cultural en la Entidad y lo ven, sobre todo las clases medias.

9.2.- Ampliación del cine en el calor del hogar.

Un cambio radical en cuanto a los hábitos culturales del televidente hidrocálido, no reside solamente en la cantidad de canales -que de hecho son poco más que hace veinticinco años-, sino también que puede tener acceso a las nuevas ofertas culturales, en donde se presentan una gran variedad de programas nacionales e internacionales al televidente, mediante la inscripción a servicios de televisión de paga vía satélite como *Direct TV*, *Sky* y *Cablevisión.* En el caso de la asistencia al cine, las personas con menos recursos económicos que no pueden darse el lujo de asistir con relativa frecuencia a ver una película por el alto costo del boleto, han optado por rentar una película en un video club -o si tiene un poco más de dinero, se puede inscribir en alguno de los servicios por paga-, y disfrutar cómodamente las películas que desee ver en la tranquilidad de su hogar, al lado de toda su familia, e incluso invitar a parientes y otros conocidos, o prestar e intercambiar una película con parientes y amigos, lo cual les resulta menos costoso para sus bolsillos; escribe Martín Barbero:

> *De la misma manera que la mayoría de la gente va a ver al cine, esto es un film policiaco o de ciencia ficción o de aventuras, del mismo modo la dinámica cultural de la televisión actúa por sus géneros. Desde ellos actúa la competencia cultural y su modo de cuenta de las diferencias sociales que la atraviesan. Los géneros, que articulan narrativamente las serialidades, constituyen una mediación fundamental entre las lógicas del sistema productivo y del sistema de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, de los usos* (1987: 238 y 239).

Para ganarse a los clientes, algunos establecimientos de renta de videos, han optado por regalar palomitas para que la gente se sienta como si estuviera realmente en el cine. Cabe señalar que por información proporcionada por la Licenciada Rocío Hernández Reyes, del Centro de información del INEGI, en el estado de Aguascalientes existe un total de 143 unidades de establecimientos de alquiler de videos y películas en DVD; solamente el municipio de la capital tiene 106 unidades. Según una investigación sobre cine, televisión y video que coordinó García Canclini entre 1990 y 1993 se anotan los siguientes resultados, aunque como van las cosas es probable que debido a la piratería baje la renta de los videos:

> *Sin embargo, ahora se ven más películas que en cualquier época anterior. Pero se ven en casa: en la televisión o en video. De los 16 millones de hogares mexicanos, más de 13 millones cuentan con televisor y más de 5 millones con videocasetera.*

Existen 9, 589 videoclubes distribuidos en todo el país, incluso en zonas populares y en pequeños pueblos campesinos (García Canclini, 1995: 148).

Esta nueva experiencia, nos induce a reflexionar sobre los cambios en los viejos hábitos culturales en el seno familiar, ya que en el hogar se pueden realizar otro tipo de actividades mientras que se disfruta la película, además de que las palomitas son más baratas hacerlas en casa -si es que no se las regalan en un puesto de video- al igual que hace medio siglo el ama de casa tejía o realizaba sus tareas domésticas escuchando la radio, que era el principal medio de difusión en ese tiempo. Por el contrario, en el cine la experiencia es diferente, pues el espectador, solo, en pareja o en grupo de amigos, lo único que tiene que hacer es sentarse en la butaca, esperar a que se apaguen las luces, y disfrutar el filme cómodamente, aprovechando la magia de la tecnología moderna. Es un tanto paradójica esta situación, pero en la oscuridad del cine la intimidad se realiza en el contexto de lo público, mientras que en el hogar, que es el ámbito de lo privado, desaparece esa intimidad y se hace manifiesto lo familiar y colectivo.

Las innovaciones ocurridas en las fuerzas productivas -opinaba Marx- tienen como resultado cambios en las relaciones de producción. Basta recordar, que la Revolución Industrial trajo consigo repercusiones sustantivas en la sociedad inglesa y en el actuar cotidiano de los micro-mundos, como fue en la familia, en la cultura de los trabajadores y en la socialización educativa. Es a partir de aquellas transformaciones en la tecnología, cuando el gobierno británico se interesó por mejorar la educación de los obreros con el fin de que lograran una mejor calificación en el trabajo y, por ende, mayor estímulo en la producción. Este planteamiento es válido también, cuando se estudian las modificaciones en los hábitos culturales de la gente, como es la costumbre de ver la televisión, rentar un vídeo o ir al cine, chatear en la computadora o pasear por un jardín, aunque esto tiene que ver con la situación económica de cada individuo. En el caso de la videograbadora, las primeras que se utilizaron fueron en el estudio, pero en los setentas del siglo pasado aparecieron las primeras unidades compactas para uso particular; en los inicios de la década siguiente sobrepasaba el millón de grabadoras de video para uso doméstico y para 1986 había cerca de 40 millones en E.U. (Thompson, 1993: 228).

9.3.- Comentarios.

a) Podemos decir, que así como para la sociedad hidrocálida de la década de los cuarenta y cincuenta, la radio constituyó el principal medio cultural y de entretenimiento de las masas, y a través de la cual, las familias tenían noticias de los hechos ocurridos de su alrededor y del mundo, de la misma manera, la televisión desde antes de los años sesenta, hasta nuestros días, continúa siendo una oferta cultural que moldea los hábitos culturales de millones de personas y de las familias hidrocálidas. Aún con la infiltración de las nuevas tecnologías, la televisión es el medio más idóneo para saber lo que acontece en la ciudad por los cortes informativos y los noticieros que se transmiten a todas horas del día.

b) En segundo lugar, la población del estado de Aguascalientes, y en particular las clases medias y altas que viven en la ciuda-capital, han transformado sus hábitos culturales, como resultado de las prácticas de las nuevas tecnologías que están vinculadas con la televisión, y con la asistencia a las salas cinematográficas: nos referimos a la oferta de la programación de paga, el uso del Internet y el DVD, etc. Por otra parte, las clases medias-bajas y bajas son las que más ven la televisión y poseen una reproductora de vídeos, por lo que también son las que más rentan películas. Algunas de estas personas han manifestado, que prefieren rentar un video por lo caro que cuestan las películas para usarse en un DVD; además, con la llegada de este nuevo formato, la video ha bajado mucho de precio, pues a decir de ellos "sale casi lo mismo comprar una nueva que arreglar la viejita". Por otro lado, muchos jóvenes, sobre todo los que son hijos de familias pudientes, han cambiando la TV por la computadora, debido a que este instrumento los hace sujetos activos polivalentes al interactuar con otras personas. Cabe observar que últimamente han salido al mercado aparatos con videocasetera y DVD, lo que nos hace pensar que esprobable que en un futuro desaparezca del mercado el video VHS. Como resultado de esta nueva tecnología se puede decir que:

> *El salto es grande y la diferencia es ésta (se menciona en un periódico local): que el televisor es un instrumento monovalente, que recibe imágenes con un espectador pasivo que lo mira, mientras que el mundo multimedia es un mundo interactivo y, por tanto, de usuarios activos, además de ser polivalente (de múltiple utilización) cuya máquina transmite y recibe mensajes digitalizados. En nuestro país la*

televisión pierde terreno frente a las nuevas tecnologías y si no avanza más es porque las condiciones económicas no lo permiten (*El Sol del Centro*, 14/06/2003: 3/A).

c) En tercer lugar, como resultado de las innovaciones tecnológicas en el divertimiento, al menos como planteamiento inicial, se puede decir que la familia hidrocálida media y baja ha dado un giro de lo público a lo privado. Por otro lado, se observa que algunas de las familias pudientes, prefieren permanecer en sus hogares y utilizar otro tipo de redes audiovisuales, como ver una película que transmiten por cable o poner un DVD. Esta actividad la realizan por diferentes razones, como para no ir al cine por la molestia de "hacer cola" al comprar el boleto, evitar el gentío y el bullicio, y hasta por el temor a la delincuencia que se ha incrementado en la ciudad. Por esto último, la gente suele comentar que el agua ya no es tan clara en Aguascazlientes, y que y el cielo no es tan azul; así como que la gente no es ya tan buena como solía serlo hace tres décadas. El ver una película en casa tiene su lado molesto: el tener que oír el lloriqueo de los niños, la visita inesperada de un amigo o familiar, el parloteo de algunos miembros de la familia, y el tránsito continuo de personas en el lugar donde se encuentra el monitor. Martín Barbero se pregunta:

> *¿Desde que espacios mira la gente el televisor: privados o públicos, la casa, el bar de la esquina, el club de barrio? ¿Y qué lugar ocupa el televisor en la casa: central o marginal, preside la sala en que se hace la vida "social" o marginal, se refugia en el dormitorio, o se esconde en el armario de donde se saca solamente para ver algo muy especial?* (1987: 240)

d) Para el caso de una ciudad media como Aguascalientes, lejos de que la televisión constituya un medio de unión familiar, aísla a sus integrantes. Esto se debe a muchas razones, como los distintos horarios escolares de los hijos y de los padres de familia, que al estar en casa juntos, los padres prefieren comprar hasta tres televisiones: una para la mamá que no se pierde un capítulo de las telenovelas, otra para el papá que prefiere ver un espectáculo deportivo, y otra para sus hijos que son amantes de las caricaturas, las que ven a todas horas del día. Podríamos decir que están juntos, pero cada quien en su mundo. *"La televisión se inserta como un elemento emblemático de la falta de opciones [...] El estar en casa es prácticamente un encierro domiciliario, más que una oportunidad de convivencia y contacto familiar, en donde hay mucho*

de soledad compartida entre televidentes" (Aguilar Díaz, 2001: 79). Resulta un tanto paradójico, pero así como la televisión desune a la familia la renta de un video en el hogar la une, pues lo común es que vean una película todos reunidos.

e) Por otro lado, las familias de extracción baja son el público más asiduo de la televisión, ya que su misma condición económica no les permite gozar de otro tipo de ofertas culturales como la televisión de paga; por lo que se tienen que limitar al número reducido de canales que ofrece la televisión comercial y a la renta de vídeos cuando sus condiciones económicas lo permiten. Por el contrario, las clases altas que son asiduos clientes de un cine, cada vez se vuelve más elitista, ellos no acostumbran ir a ver una película a un cinema para ahorrarse la comida o el transporte, o pagar el boleto que les resulta un golpe fuerte para la economía familiar. En estas situaciones en que prefieren comprar la película pirata del momento, ya que sólo pagan de diez a veinte pesos aunque la copia sea pésima. Pero como algunas películas se anticipan o salen al mercado antes de su estreno, prefieren rentrla en el vieoclub. García Canclini se hace esta reflexión:

> *El vídeo es atractivo, ante todo, porque su renta suele costar lo mismo o menos que una entrada al cine. Además, cada vídeo suele ser usado por varias personas, y viendo la película en la casa se evitan complementarios (transporte y comidas), la inseguridad urbana, las colas y otras incomodidades* (1998: 149).

f) Por último, se expone un cuadro que se refiere a si el informante tiene una suscripción a una televisión de paga. Las respuestas fueron las siguientes: 163 dijeron que ninguna -que son precisamente los encuestados que viven en colonias pobres como la "Palomino Dena" y la "Gómez Portugal"-; 55 están suscritos a Telecable (según dijeron porque es la más barata de todas); 30 a Sky; 14 a Direct TV; 10 a Cable Visión; 1 a Ultravisión y en el rubro de "otra" nadie contestó. Las respuestas sumaron 110, cantidad que nos hace pensar que son aun pocos, sobre todo los hidrocálidos de clase media alta y alta, que disfrutan de este servicio al igual que de otras tecnologías de comunicación, en especial la computadora y el Internet. Como hemos podido observar, existe desigualdad en el consumo cultural en Aguascalientes, desigualdad que se ampara en dos variables que son la educación y el capital económico. Por ejemplo, a las familias con bajos salarios les es prácticamente imposible comer en un restaurante de comida extranjera, asistir a una función de cine o inscribirse a la TV de paga.

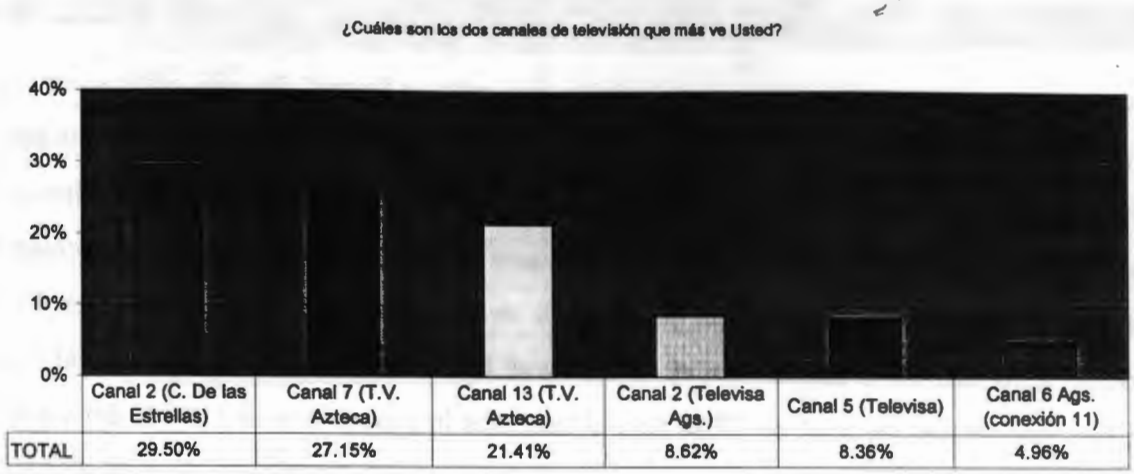
Tele Cable	55
SKY	30
Direct TV	14
Cable Visión	10
Ultravisión	1
Otra	0
Sin ninguna de las anteriores	163

9. 1.- ¿Cuáles son los dos canales de televisión que más ve Usted? En esta gráfica -en la que hubo 383 respuestas-, observamos que los canales de televisión que más ven los encuestados son el Canal 2 -Canal de las Estrellas- (29.50%) y el Canal 7 -T. V. Azteca- (27.15%), el menos visto es el Canal 6 de Aguascalientes (4.96%) que tiene conexión con el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN); por cierto, este canal es visto por el 10% de los capitalinos según encuestas del 2000 del periódico *Reforma*. Cabe anotar, que si sumamos el 8.36% del Canal 5 de Televisa al Canal de las Estrellas, se obtendrá un total de 37.86%; y si hacemos lo mismo con el 21.41% del Canal 13 de T. V. Azteca al Canal 7 de la misma cadena, se sacará un total de 48.56%, lo cual significa que en Aguascalientes T. V. Azteca en la más visto en comparación con las grandes ciudades, siguiéndole muy de cerca Televisa.

Estos resultados coinciden con los de *Reforma* ya que Televisa y TV Azteca son las dos cadenas de televisión que más prefieren ver los espectadores. Según las encuestas de 1999 en el DF y Guadalajara, los televidentes prefirieron TV Azteca con 33% para cada una, mientras que en Monterrey Televisa con 40% fue la que más vieron. Para el año 2000, algunos resultados de las encuestas que realiza este diario de consumo cultural fueron los siguientes: la cadena Televisa la ve el 36% y TV Azteca el 34% en el DF, y para el 2002, el canal 11 -de los pocos canales culturales- lo ven el 20% de los capitalinos. Federico Wilkins, productor de Televisa, afirma lo siguiente: *"...vivimos en una cultura de la imagen: lo que no se ve no existe, lo que existe se ve por la televisión"*. La encuesta de CONACULTA dice que el 24.9% ve la televisión cultural, y la del CEDES los canales 2 y 9 suman casi el 60% del total, en los cuales se transmite un periodismo basado en la crudeza de las imágenes.

55. Canal favorito.

	GRUPOS SOCIALES	Canal 2 (C. De las Estrellas)	Canal 7 (T.V. Azteca)	Canal 13 (T.V. Azteca)	Canal 2 (Televisa Ags.)	Canal 5 (Televisa)	Canal 6 Ags. (conexión 11)	TOTAL	%
1	Clase Alta	29	18	21	2	19	10	99	25.85%
2	Clase Media	28	28	11	7	5	5	84	21.93%
3	Clase Baja	56	58	50	24	8	4	200	52.22%
	Total	113	104	82	33	32	19	383	100%
	%	29.50%	27.15%	21.41%	8.62%	8.36%	4.96%	100%	

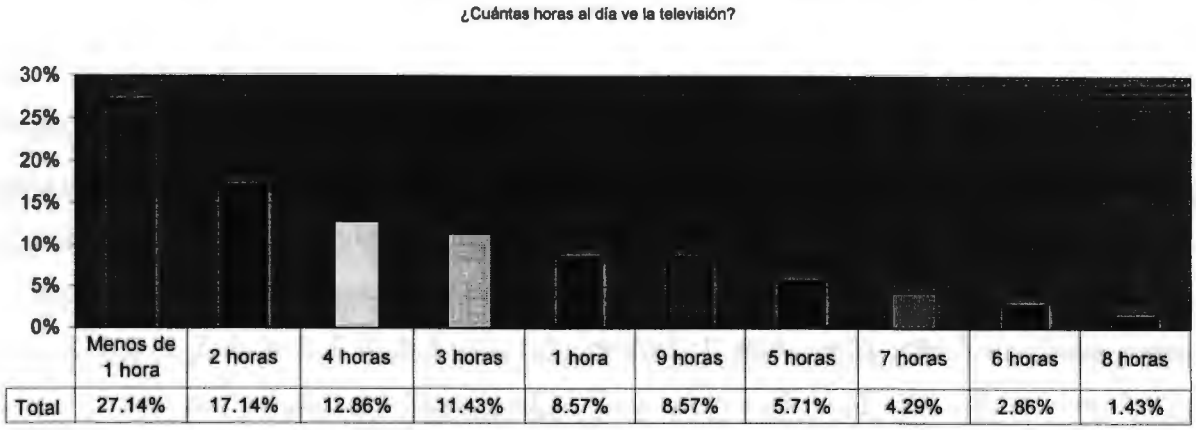


9.2.- ¿Cuántas horas al día ve la televisión? Esta pregunta la contestaron 70 entrevistados y los resultados fueron los siguientes: El porcentaje más alto fue de 27.14% personas, que ven la televisión menos de 1 hora al día, y de los cuales 10 pertenecen a la clase baja, le siguen el 17.41% de los entrevistados que la ven 2 horas, y de ellos 10 son de la clase alta. La clase alta también ve más la televisión que las otras dos con 5, 3 y 1 hora. En el extremo se encuentran unas cuantas personas que ven la televisión entre 5 y 9 horas diarias; se observa también que la clase media no ve mucho la televisión. A continuación se presentan los resultados por grupo social. **Clase Alta**: 1: 1, 2: 2, 3: 3, 4: 5, 5: 7, 6: 1, 7: 13 horas y media, 8: 7, 9: 9, 10: 4, 11: 5, 12: 2 y media, 13: 2, 14: 1 hora y media, 15: 9, 16: 2, 17: 4, 18: 3, 19: 2, 20: 4, 21: 2, 22: 1, 23: 2, 24: 4, 25: media hora, 26: 3, 27: 2, 28: 5, 29: 3, 30: 4, 31: 1 hora y media, 32: 2 y 33: 2. **Clase Media**: 1: 5, 2: 9, 3: 12, 4: 17, 5: 0, 6: 4, 7: 3, 8: 0, 9: 1, 10: 0, 11: 5, 12: 3, 13: 0. 14: 2, 15: 0, 16: 0, 17: 0, 18: 0 y 19: 1. **Clase Baja**:1: 0, 2: 6, 3: 0, 4: 3, 5: 4, 6: 8, 7: 0, 8: 0, 9: 3, 10: 4, 11: 0, 12: 0, 13: 7, 14: 0, 15: 0, 16:0, 17:0 y 18: 4.

Estos resultados, en contraste con los datos obtenidos de las encuestas de consumo cultural del periódico *Reforma* para 1999, dieron por resultado que en el DF el 50%, en Guadalajara 55% y en Monterrey 29%, los espectadores ven la televisión entre 1 a 3 horas diarias. En el Distrito Federal los informantes ven la televisión 3 horas y 29 minutos, en Guadalajara 2 horas y 29 minutos y en Monterrey 3 horas y 28 minutos. Para el 2002 8 de 10 capitalinos ve la televisión diario y en promedio 3 horas y media. En el mismo tenor, las encuestas de CONACULTA y del CEDES los resultados fueron que el 24.9% ve la televisión cultural y el 70.5% entre 2 y 6 horas respectivamente.

56. Horas de TV diarias.

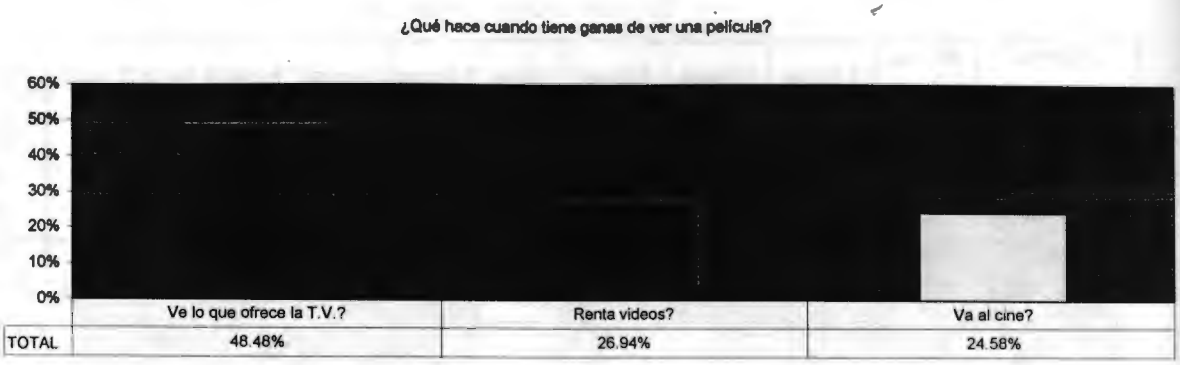
	GRUPOS SOCIALES	Menos de 1 hora	2 horas	4 horas	3 horas	1 hora	9 horas	5 horas	7 horas	6 horas	8 horas	TOTAL
1	Clase Alta	1	10	5	4	4	3	3	2	1	0	33
2	Clase Media	8	2	1	2	2	3	1	0	0	0	19
3	Clase Baja	10	0	3	2	0	0	0	1	1	1	18
	Total	19	12	9	8	6	6	4	3	2	1	70
		27.14%	17.14%	12.86%	11.43%	8.57%	8.57%	5.71%	4.29%	2.86%	1.43%	100%



9.3.- ¿Qué hace cuando tiene ganas de ver una película? Los resultados de esta pregunta, en la que hubo 297 respuestas, fueron los siguientes: el 48.48% de los televidentes contestaron que ven lo que ofrece la televisión, el 26.94% prefieren rentar películas en el formato video, y el 24.58% dijeron que optan por ir al cine a ver una película de actualidad. De acuerdo con estos porcentajes, se comprueba que la televisión es el medio de entretenimiento más aceptado por los aguascalentenses al igual que en todo el país, en especial los de la clase baja -71-; mientras que la clase alta es la que más va al cine -47- y rentan videos -43-. La clase media también es muy asidua a rentar videos -23- y va menos veces al cine que la clase alta.

57. Televisión, video ó cine.

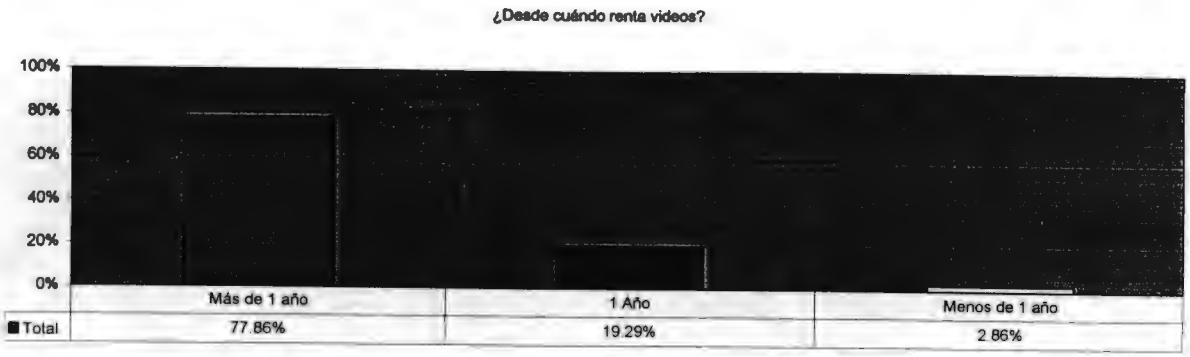
	GRUPOS SOCIALES	Ve lo que ofrece la T.V.?	Renta videos?	Va al cine?	TOTAL
1	Clase Alta	36	43	47	126
2	Clase Media	37	23	14	74
3	Clase Baja	71	14	12	97
	Total	144	80	73	297
	%	48.48%	26.94%	24.58%	100%



9.4.- ¿Desde cuándo renta videos? Del total de encuestados que fueron 140, que corresponde al 100% de los informantes, el 77.86% rentan videos en más de un año, en particular la clase alta con 67, y sólo el 2.86% opinó que en menos de 1 año, de entre los cuales destaca la clase media con 2 entrevistados. Se observa también que la clase media es la que más renta videos -16- que las otras en un promedio de 1 año. **Clase Alta**: 1: 2 meses, 7: 1 año, 2: 2, 7: 3, 2: 4, 5: 5, 3: 6, 1: 7, 2: 8, 0: 9, 14: 10, 2: más de diez años (1 en 13 y otro en 20) . **Clase Media**: 2: meses (1 en 1 mes y otro en 2), 16: 1 año, 15: 2 años, 14: 3, 1: 4, 0: 5, 0: 6, 0: 7, 1: 8, 0: 9, 3: más de diez años (2 en 15 años y 1 en 13). **Clase Baja**: 1: 3 meses, 4: 1 año, 2: 2 años, 2: 3, 0: 4, 0: 5, 3: 6, 0: 7, 0: 8, 0: 9 y 1 en más de diez años (15). Esta misma pregunta, aplicada en 1999 por el periódico *Reforma* de la ciudad de México en lo que respecta al consumo cultural, arrojó resultados diferentes que en Aguascalientes ya que la respuesta más alta fue "nunca": 56% en el DF, 59% en Guadalajara y 54% en Monterrey. En el 2001 el resultado fue también el de "nunca" para el DF con un porcentaje de 44%, y esta respuesta fue la misma también para el DF para las encuestas del 2004 con el 33%. Según CONACULTA, el 49.7% no renta videos y de acuerdo con el CEDES el 65.5% tampoco renta videos, lo que significa que la mitad de estos dos últimos los rentan.

58. Renta de videos.

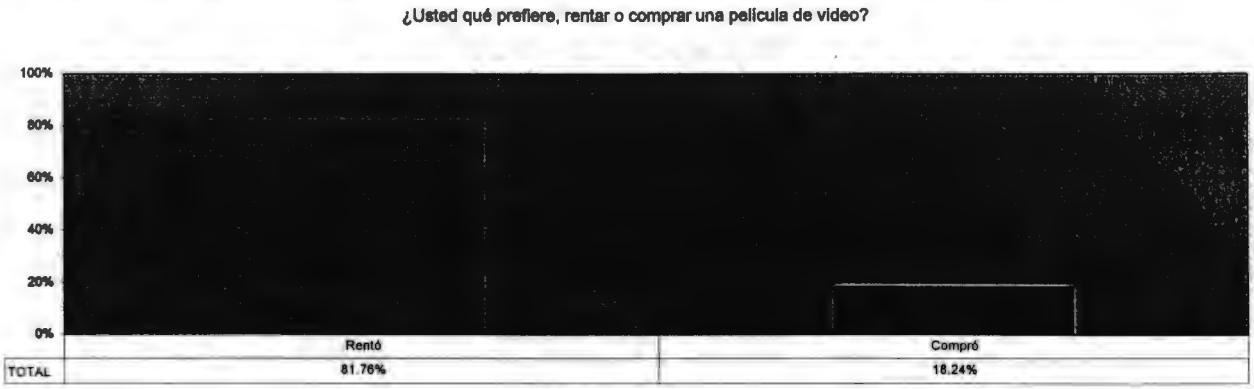
	GRUPOS SOCIALES	Más de 1 año	1 Año	Menos de 1 año	TOTAL
1	Clase Alta	67	7	1	75
2	Clase Media	34	16	2	52
3	Clase Baja	8	4	1	13
	Total	109	27	4	140
	%	77.86%	19.29%	2.86%	100%

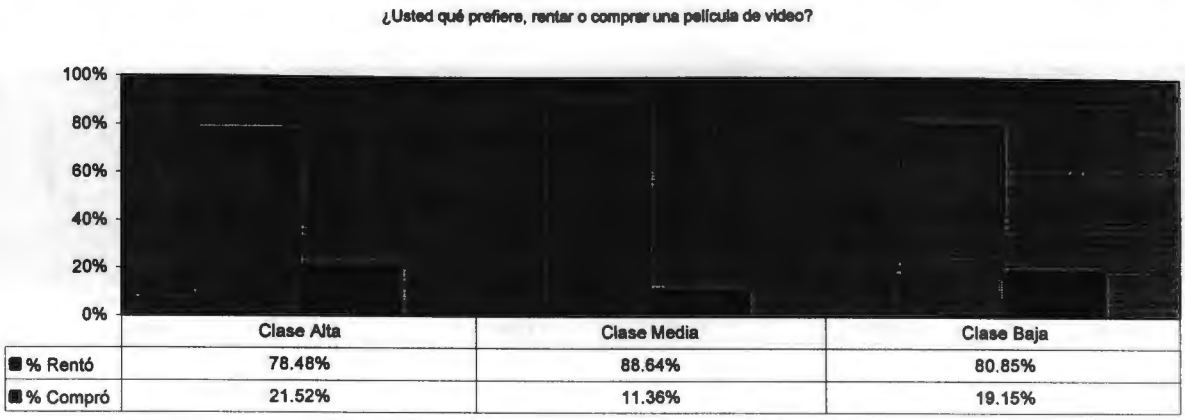


9.5.- ¿Usted qué prefiere, rentar o comprar una película de video? De 170 encuestados, 81.76% de los informantes contestaron que rentaron el video y sólo 18.24% lo compraron. La clase alta es la que más acostumbra comprar videos, mientras que las otras dos clases tienen porcentajes casi similares, el 88.64% para la clase media y 80.85% para la clase baja en cuanto a renta de videos. En base a la entrega de consumo cultural del periódico *Reforma* de la ciudad de México para el 2001, el promedio de películas que rentan al mes los tapatíos es de 6, en comparación con el DF y Monterrey que son de 4 para cada uno. Y el promedio de videos que compran al mes es de 3 al igual que en el DF. En el mismo tenor, las encuestas del 2004 registraron que los capitalinos compran 3 películas en DVD y 2 videos al mes.

59. Rentar ó comprar una película.

	GRUPOS SOCIALES	Rentó	% Rentó	Compró	% Compró	TOTAL	% TOTAL
1	Clase Alta	62	78.48%	17	21.52%	79	100%
2	Clase Media	39	88.64%	5	11.36%	44	100%
3	Clase Baja	38	80.85%	9	19.15%	47	100%
	Total	139	81.76%	31	18.24%	170	100%
	%	81.76%		18.24%		100%	



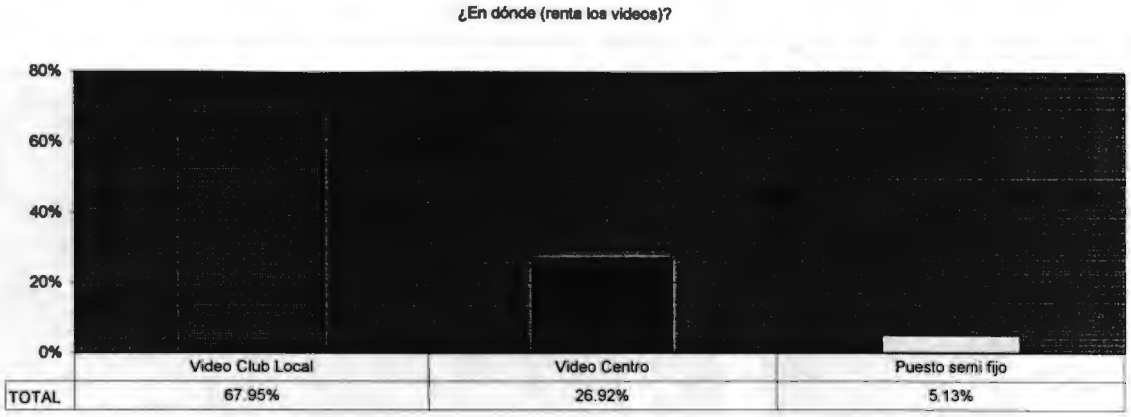


9.6.- ¿En dónde (renta los videos)? De un total de 78 encuestados, el 67.95% de los amantes del video, prefieren rentar las películas en un videoclub local, el 26.92% en Video Centro y sólo el 5.13% en un puesto semi fijo. Se destaca también, que la clase alta es la que más acostumbra -24- rentar los videos en los videoclubes locales y -19- en un Video Centro, y casi ninguna de las tres clases los renta en puestos semi fijos. En las encuestas de *Reforma* del 2000, el 31% de los capitalinos rentaba películas en un Blockbuster -de los cuales sólo existen dos en la ciudad de Aguascalientes-; para el 2001 el 56% de lo capitalinos rentaba películas, 6 de cada 10 entrevistados prefirieron las películas de acción y 34% optaron por las de suspenso. Según la *Encuesta nacional*, 65% renta o compra los videos en un videoclub local. La proliferación de videoclubes ya la había detectado Gracía Canclini desde 1993 en la ciudad de México hace trece años. Él anota lo siguiente:

La accesibilidad o la distancia de las salas se volvió entonces más significativa. En el estudio que efectuamos en 1993 sobre públicos audiovisuales en la capital mexicana comprobamos que existía una sala de cine por cada 62,868 habitantes, en tanto que los videoclubes estaban distribuidos a razón de uno por cada 4, 500 personas (Canclini, 1998: 54)

60. Lugar de renta de película.

	GRUPOS SOCIALES	Video Clube Local	.Video Centro	Puesto semi fijo	TOTAL
1	Clase Alta	24	19	1	44
2	Clase Media	19	0	1	20
3	Clase Baja	10	2	2	14
	Total	53	21	4	78
	%	67.95%	26.92%	5.13%	100%

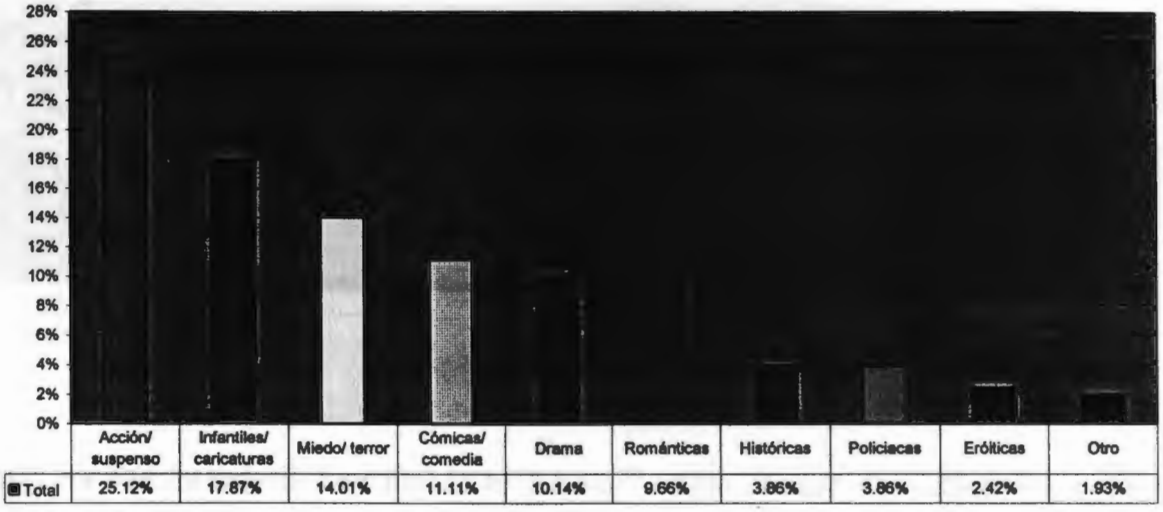


9.7.- ¿La película que Usted rentó o compró la última vez de qué género era? De los 207 informantes que fueron entrevistados los resultados fueron estos: El género de Acción/suspenso es el que más les gusta al 25.12% de los encuestados -de igual manera que en las tres metrópolis: 67% en el DF, 69% en Guadalajara y 67% en Monterrey, según resultados de *Reforma* de consumo cultural en México en el 2001-, siguiéndole las películas Infantiles/caricaturas con el 17.87%, y las películas eróticas fueron vistas sólo por el 2.42% de los informantes. Hubo también quienes en el rubro de "Otro", dijeron gustarles las películas biográficas -1-, musicales y de arte -3-, entre otros géneros que no se presentaron en la pregunta. Las clases alta (111) y baja (53) son las que más rentaron o compraron videos en comparación con la clase media. Para la región Centro-Occidente el 85.0% las películas fueron las preferidas y para el CEDES también, pero las comedias y género de terror.

61 Género fílmico rentado.

	GRUPOS SOCIALES	Acción/ suspenso	Infantiles/ caricaturas	Miedo/ terror	Cómicas/ comedia	Drama	Románticas	Históricas	Policíacas	Eróticas	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	23	18	10	16	17	12	7	4	1	3	111
2	Clase Media	19	4	6	2	2	6	0	2	2	0	43
3	Clase Baja	10	15	13	5	2	2	1	2	2	1	53
	Total	52	37	29	23	21	20	8	8	5	4	207
	%	25.12%	17.87%	14.01%	11.11%	10.14%	9.66%	3.86%	3.86%	2.42%	1.93%	100%

¿La película que Usted rentó o compró la última vez de qué género era?

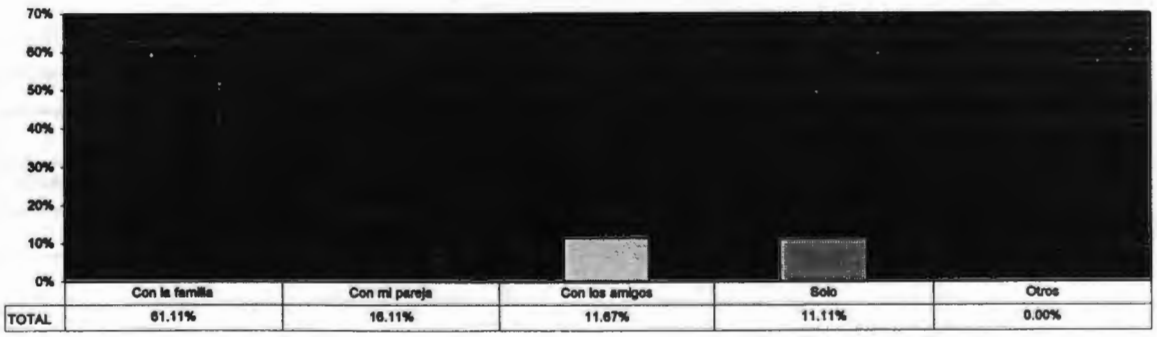


9.8.- ¿Con quién vio la película que rentó o compró la última vez? Del total de entrevistados que fueron 180, el 61.11% vieron la película con su familia y el 11.11% prefirieron verla solos. Cabe observar que la clase alta -88- es la que más vio las cintas con la familia -41-, con su pareja -23-, con los amigos -13- y solos -11-. Se destaca también que del total de la clase baja -48-, 37 la vieron con su familia, lo cual nos permite suponer que en esta clase y la alta hay más unidad que en la clase media.

62. Consumo Televisivo: sólo ó acompañado.

	GRUPOS SOCIALES	Con la familia	Con mi pareja	Con los amigos	Solo	Otros	TOTAL
1	Clase Alta	41	23	13	11	0	88
2	Clase Media	32	2	4	6	0	44
3	Clase Baja	37	4	4	3	0	48
	Total	110	29	21	20	0	180
	%	61.11%	16.11%	11.67%	11.11%	0.00%	100%

¿Con quién vio la película que rentó o compró la última vez?

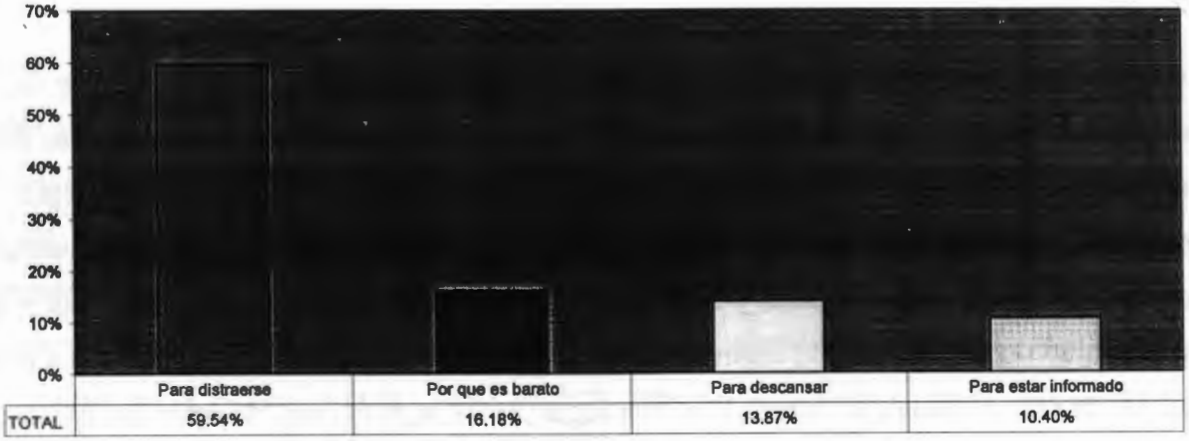


9.9.- ¿Cuál es la razón por la que Usted rentó o compró películas de video? Esta pregunta la respondieron un total de 173 personas que equivale al 100% de los informantes. De ellas el 59.54% del total contestó que lo hace para distraerse, siendo la clase baja la que obtuvo el mayor porcentaje con 39 personas, seguida muy de cerca por la clase media con 38; el 16.18% porque es barato; el 13.87% para descansar y sólo el 10.40%, que fueron los menos, los ven con el fin de estar informados. Destaca también que en la opción "porque es barato", del total que fueron 28 personas, 25 de ellas pertenecen a la clase alta, por lo que se podría decir que las familias de esta clase social son más escrupulosas con el dinero que las otras dos.

63. Motivo o interés para rentar o comprar.

	GRUPOS SOCIALES	Para distraerse	Por que es barato	Para descansar	Para estar informado	TOTAL
1	Clase Alta	26	25	14	17	82
2	Clase Media	38	1	5	1	45
3	Clase Baja	39	2	5	0	46
	Total	103	28	24	18	173
	%	59.54%	16.18%	13.87%	10.40%	100%

¿Cuál es la razón por la que Usted rentó o compró películas de video?



Encuestas / Tema	Aguascalientes 2003 (UAA)	D. F.	MTY Reforma	GUA	Región Centro Occidente/ Nacional2004 CONACULTA	Buenos Aires 1990 CEDES
1.-Canales de televisión que más se ven.	29.5%: 2; 27.1%: 7.	46%: 2; 32%: 13.	- - - -	- - - -	- - - - - - - - 24.9% televisión cultural.	60% el 2 y 9 - - - - - Reality Shows.
2.- Horas al día en que se ve televisión.	1 hr. - - - - - - 27.1%	3 hrs. 29' (2001)	3 hrs. 28' (2001)	2 hrs. 29' (2001)	4 hrs. 48.9%	De 2 a 6 horas. 70.5%
3.- Renta de videos	77.8% más de un año.	44% nunca. (2001)	- - - -	- - - -	49.7% no renta.	65.5% no renta.
4.- Renta de películas de video.	81.7% renta. - - - - - - - - 18.3% nunca	66% renta. (1999)	77% renta. (1999)	86% renta. (1999)	- - - -	- - - -
5.-Lugar de renta de videos.	67.9% videoclub.	31% en Block-buster (2000).	- - - -	- - - -	65% videoclub.	- - - -
6.- Género de las películas vistas por la T.V.	25.1% acción-suspenso.	67% acción-suspenso. (1999)	67% acción-suspenso. (1999)	69% acción-suspenso. (1999)	85.0% películas.	- - - -

Los canales de televisión que más se ven son Televisa y TV. Azteca, que son las dos cadenas de televisión comercial más populares en Aguascalientes y en el DF. En cuanto a las horas del día en que se ve televisión, estas varían desde 1 hora para Aguascalientes, 4 horas para la región centro-occidente y hasta 6 horas para Buenos Aires. En relación a la renta de videos, los resultados nos demuestran que en Aguascalientes y Buenos Aires son las ciudades donde más se rentan y la mitad de los entrevistados de la región centro/occidente no acostumbra a rentarlos. En relación a la renta de película de video Guadalajara ocupa el primer lugar (86%), seguido muy de cerca por Aguascalientes (81.7%). En cuanto al lugar en donde se rentan, Aguascalientes, que forma parte de la región centro occidente, se encuentra en el primer sitio con el 67.9%; los entrevistados dijeron que acostumbran la renta de videos en cualquier video club, y el 31% de los encuestados de la capital del país, afirmaron que lo hacen en un *Block-buster*. Por último, las películas de acción/suspenso son las que prefieren las personas que contestaron las distintas encuestas, siendo el número más alto el de Guadalajara con el 69%.

Capítulo X.- *Chatear*, telefonía celular y tecnologías de la amistad.

1.- La computadora es un signo de nuestra época, al igual que en otros siglos lo fueron otras invenciones tecnológicas como la máquina de vapor en Inglaterra, el descubrimiento de la electricidad y el uso del automóvil en los Estados Unidos, que más que otra cosa fueron símbolos del progreso, al igual que en el mundo socialista, en particular en la ex–Unión Soviética, lo fueron los satélites *sputnik* que significó el liderazgo de la era espacial a nivel mundial por aquel país a principios de la década de los sesenta, hoy desintegrado de tal manera que algunas de las quince repúblicas que la constituían pasaron a convertirse en países autónomos. H. Mackay hace una descripción de cómo la tecnología está imbuida de simbolismo: *"La torre Eiffel no hizo nada, pero es famosa como un símbolo de logros humanos y como una expresión de orgullo nacional. Lo que ocurre con el avión Concord es similar; las autopistas y el automóvil Volkswagen, en la Alemania de la década de 1930, tiene una enorme importancia simbólica"* (Mackay, 1997: 44). Y así de esta manera podríamos seguir poniendo ejemplos como Disneylandia, en Los Ángeles, la Estatua de la Libertad, en Nueva York o la puerta principal del Jardín de San Marcos, en Aguascalientes.

Volviendo a la computadora, observamos que es un instrumento tecnológico que puede ser empleada para diversos usos: como una herramienta de trabajo o para consumir el tiempo de ocio. En una encuesta realizada por el INEGI del 2002 al 2004, más del 50% de los informantes dijeron no adquirir una computadora por no contar con el dinero suficiente, el 29% opinó no estar interesado en la red y el 21% afirmaron que no la necesitan. Los jóvenes, adolescentes y niños -sobre todo si son estudiantes-, que son los principales usuarios y que tienen acceso a ella sea en la casa, en la escuela o en un lugar público como un C*ibercafé*, lo hacen por diversas razones: para elaborar una tarea, navegar en la red, usar el correo electrónico, chatear, almacenar fotografías, jugar, bajar música o ver páginas eróticas.[33] Derrik de Kerckhove señala en su libro *La piel de la cultura* (1999), que la revolución científica de Internet ha transformado las

[33] Según encuestas internacionales, los jóvenes mexicanos cuando usan el Internet, ocupan el mayor tiempo en bajar música, contrariamente a lo que se pensaría, que este medio lo utilizan para ver pornografía. En unos cuantos minutos, los jóvenes, adolescentes y niños, pueden enterarse de las últimas novedades musicales en varios países. También nos percatamos, que existe en los jóvenes el problema de la adicción a esta tecnología al igual que antes lo fue la televisión, ya que les resulta más atractiva porque tiene mayores posibilidades de interactividad. En relación a la pornografía, García Canclini afirma: *"Los programas televisivos con más audiencia son los reality shows y los talk shows, y más del 70% de lo que circula por Internet es pornografía y propaganda comercial"* (2004: 205-232).

relaciones entre los hombres: *Así como la invención de la escritura fue la primera revolución lingüística importante en todas las culturas donde apareció, la invención continua de comunicaciones por redes, desde el telégrado hasta el Internet y más allá, nos proporcionan la segunda revolución lingüística relevante y esta vez es global"* (1999: 19).

En efecto, a veces nos cuesta trabajo observar cómo el Internet está transformando los hábitos cotidianos, ya que la información se ha vuelto un producto de consumo. Antes que apareciera, cuando alguien tenía necesidad de comunicarse con otro a distancia, iba al correo a depositar la carta o el documento a su destinatario; si quería hacerlo por teléfono, la llamada resultaba cara, por lo que primero debía responder a la telfonista si estaba en disposición de pagarla; la prensa escrita (revistas, periódicos, etc.) era el único medio de informarnos; hasta en los mismos Bancos hab ía que hacer para realizar un pago. Aunque actualmente realizamos todavía estas actividades, el Internet nos ha facilitado mucho las cosas: ahorramos tiempo y dinero y nos actualizamos al instante de lo que sucede en el resto del mundo. Traigo esta cita Florence Villeminot y Sarah Schafer sobre su origen:

> *Hace tiempo que viene en camino la balcanización de la red. Sus raíces están en los inicios poco comunes del sistema como un híbrido público-privado, totalmente estadounidense. Internet empezó como red de comunicaciones del Departamento de Defensa de EE UU diseñado para sobrevivir a una guerra nuclear. A mediados de la década de1990, cuando fue obvio que este sistema tenía importantes aplicaciones comerciales, un grupo de académicos en tecnología organizó un cuerpo regulado para supervisar su crecimiento* (2006: 36).

En la encuesta que se aplicó al respecto, sólo 3 informantes dijeron que ven pornografía, lo que ponemos en tela d duda porque es bien sabido que sese tipo de páginas es de las más vistiadas, en cuanto que existe toda una industria pornográfica que cada día gana más clientes. En ete contexto, no podemos menos que pensar en que no solamente se usa el Internet para hacer trabajos o para entretenerse, sino también para buscar interacción social, así como un grupo de jóvenes conviven en la esquina del barrio, en un centro comercial o en el café de un cine antes de comenzar la función. Los clientes -que en su mayoría son jóvenes- hacen amigos frecuentes con quienes platican los problemas familiares, de cómo van en la escuela, de las relaciones que llevan con sus amigos o amigas o sus novios(as), etc. Pasa algo similar con el teléfono celular, ya que lo lo utilizan -en mayor proporción que los adultos- para estarse comunicando con sus

amigos no sólo cuando es necesario, sin para distraerse en la soledad en que viven. George Balandier hace alusión a la capacidad que tiene esta herramienta de trabajo de procesar información con rapidez inusitada, en comparación con otras tecnologías:

> *La capacidad de la computadora de elaborar los datos con una cuasiinmediatez, de realizar a gran velocidad (las batallas industriales actuales se llevan a cabo para ganar millonésimas de segundo) la sincronización de una gran cantidad de operaciones (varios millones). Es el universo de los "inmediatos", se ha dicho, donde el tiempo secuencial o cronológico ya no tiene claramente su lugar, sino un tiempo que no se despliega, que es de otro carácter y se produce de otra forma* (1999: 159).

Se afirma, y con sobrada razón, que la computadora no tiene las facilidades que se tienen cuando se lee un libro, ya que siempre tenemos que estar sentados frente a ella. Un libro lo podemos leer sentados o acostados, en un autobús durante el trayecto a casa o al trabajo, al ir al baño, caminando, etc. La influencia que está teniendo en Aguascalientes esta tecnología tanto en la sociedad como en el familiar, laboral y urbano es muy significativa, a pesar de que no ha enetrado lo suficiente en los sectores más desfavorecidos. Es una realidad innegable que su difusión ha sido de gran impacto en las familias donde se cuentan con ella, porque al igual que la televisión, ha ocasionado el aislamiento de los miembros de la familia, pues además de que los hijos pasan largo tiempo hipnotizados frente a ella -por lo que se dice que tiene efectos negativos en la visión-, los padres se ausentan largas horas delhogar para dejarlos tranquilos: la familia hidrocálida está sufriendo cambios substantivos en su estructura. Transcribo el siguiente párrafo de un diario de la localidad sobre su perjuicio en nuestras sociedad:

> *Con la computadora definitivamente se perdió la relación familiar, ya afectada gravemente por la televisión, además del proceso de adquisición de conocimientos ahora se ha divorciado de los hijos, cuando no hace mucho, las tareas escolares eran un buen pretexto para la convivencia, la cercanía, el apoyo y la muestra de solidaridad* (*El Sol del Centro*, 9/10/2004: 11/A)

2.- Este vicio es porque la computadora es una tecnología polivalente, mientras que televisión es un instrumento monovalente; esto significa que en el caso de la segunda, el usuario puede interactuar con otras personas -mediante la web o el correo electrónico-; lo cual significa que la comunicación es horizontal, ya que tanto emisor como receptor se sitúan en una posición

intercambiable. En el caso de la televisión asume una posición pasiva, no teniendo otro remedio que cuando quiera cambia de canal cuantas veces considere necesario usando el control remoto a su pleno antojo, ya sea desde su cama o de su sillón preferido en donde se encuentran descansando; en este sentido, se podría decir que el individuo que ve la televisión asume una posición pasiva, reduciéndose su actividad al *zapping*. Mabel Piccini escribe de la influencia de la televisión.*Según los resultados, los niños de los sectores populares ven todo, y aquí radica probablemente una de las mayores fascinaciones de la televisión entre estos sectores: la multiplicidad de los ofrecimientos y la facilidad que implica el hecho de entregarse a una experiencia que exige apenas una atención cercana a la inercia" (1991: 250).* Obviamente que la computadora ejerce una mayor atracción en los niños, que de seguro en unos años más pasarán a ser los principales usuarios del Internet.

Considero que el Internet se utiliza más para entretenerse que para informarse; prueba de ello es que los mexicanos en general y los hidrocálidos en particular, aun no tenemos la costumbre arraigada de hacer pagos por este conducto, como los recibos del agua, teléfono y de la luz, entre otros más. Es una de las razones porque me he propuesto estuidiar algunos aspectos importantes en torno a esta tecnología en el medio aguascalentense, que plasmaré en el apartado que más adelante presento. Me he interesado en conocer si el entrevistado sabe usar la computadora, si existe alguna en su hogar, si puede acceder a esta herramienta en otro lugar, el tiempo que usa la computadora durante la semana, cuántos días a la semana usa el Internet y cuáles páginas de la web son las que más le gustan. Hago también alusión a que el establecimiento de los *Café Internet* -en algunos casos, trabajadores del INEGI que han sido liquidados, invirtieron sus ahorros en abrir uno de estos sitios de trabajo o esparcimiento por varios puntos de la ciudad, ha traído por consecuencia un cambio en la fisonomía urbana de la capital. Luis Miguel Valdéz, miembro de la Cámara Nacional de Comercio de Aguascalientes opinó: *A la fecha el 65 por ciento de los empresarios en Aguascalientes no ha podido aprovechar aún el potencial comercial en Internet, pese a que el uso de esta importante tecnología de la información comienza a provocar cambios trascendentales en los hábitos del consumo* (*El Sol del Centro*, 15/08/2005: 8/A). Indudablemente están cambiando los hábitos culturales de consumo, como es aspecto urbanístico de la ciudad las nuevas tecnologías de la informática.

Hasta mediados de 2005, existían en Aguascalientes 255 *café Internet* que rentan el uso de las computadoras, por lo que nos podemos dar cuenta de su influencia en el panorama urbano, y sobre todoen transformaciones en el seno mismo de la sociedad.[34] En efecto, este instrumento transforma las prácticas individuales cotidianas y las relaciones sociales en general. En este sentido, podemos hacer una comparación entre los centros comerciales y los *Café Internet*, ya que ambos son sitios no sólo de trabajo, sino también lugares de esparcimiento y donde se generan nuevas interacciones sociales reales y virtuales, cuando el internauta chatea o navega por la red y más cuando ambos se localizan juntos. Es evidente que cada día que transcurre, el hidrocálido adquiere mayores habilidades para el manejo de la computadora, y ahora más con las opciones que ofrece Internet II, que tiene una mayor velocidad; permite usar una paquetería más grande, es mejor en audio, la imagen del video es más nítida, como es el caso de los programas diferidos como el de las teleconferencias. Villeminot y Schafer dice que el futuro del mundo será diferente: *Pero veamos a internet "2.0", actualmente en desarrollo. No más una utopía igualitaria, como el resto de la sociedad, se ha dividido por clase y por geografía. Su creciente fragmentación amenaza la tranquila aparición de la economía global* (Villeminot y Schafer, 2006: 34) En el mismo tenor, refiriéndose a la influencia que el Internet tiene en un mundo cada vez más virtual, opina Christopher Dewdney en la introducción al libro De Kerckhove antes mencionado:

> *Los fundamentos de la mente colectiva se basará en una globalización política cuyos estudios iniciales se producirán de modo invisible, por la convergencia de la televisión, los teléfonos y los ordenadores. Internet es el embrión de este cerebro colectivo, y ya se están formando componentes más pequeños de esta conciencia global, dentro de las redes del cable, los sistemas de telecomunicaciones y las bases de los datos, por no mencionar los thinking tanks cibernéticos que pronto unirán a los investigadores en cerebros comunicativos que actuarán verdaderamente como la suma de sus partes* (Dewdney, 1999: 27).

3.- Antes de pasar al comentario y presentación de las gráficas, hago la observación de que en la encuesta que se aplicó en la investigación *Aguascalientes: tradición y modernidad cultural*, se incluyen preguntas que forman parte del equipo electrónico de la vivienda (micro componente, audio, televisión, videograbadora, DVD, cámara fotográfica, horno de microondas, lavadora,

[34] Hasta el día 9 de febrero del 2006 a las 15:00 hrs. los clientes de Internet (Prodigy) eran 16, 969 usuarios, cifra relativamente baja, lo que supone que la mayoría de los *cibernautas* se encuentran navegando por la red en alguno de los muchos *Café Internet* que se encuentran esparcidos en varios puntos de la ciudad.

refrigerador, radio, licuadora, teléfono, celular, computadora, cámara de video y la opción de otra). En la primera de ellas, se preguntó si en su vivienda tiene una serie de aparatos electrodomésticos y electrónicos, siendo los resultados los siguientes: La televisión -376- es el aparato que más poseen los encuestados; los mini componentes los segundos -224- y los terceros la lavadora -220-. Los aparatos que menos tienen son cámaras de vídeo -38-, DVD´s -77- (aún y cuando es muy fácil adquirir películas piratas en este nuevo formato) y la computadora -99.

Como se observa, de los quince aparatos que se preguntaron, la computadora aparece en doceavo lugar, lo que nos da una idea de que el recurso de este recurso tecnológico es poco presente en la familia, en comparación con otros países; y por supuesto, son las familias pudientes las que más acceso tienen a esta tecnología. De hecho, en países europeos ser pobre equivale a no poseer computadora o automóvil. Llama la atención también de que el radio, que es un aparato electrónico popular junto con la televisión, y que se oye mientras se hacen tareas, se encuentre por debajo de otros tres como son la licuadora, la lavadora y el refrigerador, que aunque son importantes para realizar las tareas hogareñas, no son tan populares como oír el radio, además de que este aparato puede ser transportado de un lugar a otro con plena facilidad. Incluso, se ha observado que algunos aficionados a un deporte, como el fútbol, prefieren oír el partido que verlo, ya que les resulta más agradable imaginarse lo que acontece en el terreno de juego que verlo por la televisión, aunque hay sectores sociales como los obreros o las mujeres de una maquila que no les queda otro remedio que oírlo por la radio debido a las características de su trabajo. Recientemente se señalo que:

> *El 93 por ciento de los hogares en México tienen televisión, pero sólo 16.5 por ciento cuenta con una computadora, mientras que el 64 por ciento tiene servicio de telefonía, aunque sólo el 9.0 % posee conexión de Internet. El INEGI expone que 60 por ciento de los hogares no cuentan con una computadora debido a la falta de recursos económicos [...]. Además, 49.2% de los hogares que tienen computadora carece de Internet* (*El Heraldo*, 22/11/2005: 7/A).

65.- EQUIPAMIENTO ELÉCTRICO DE LOS HOGARES ENCUESTADOS	
APARATO	CANTIDAD
Televisión	376
Micro componente /Audio	224
Licuadora	223
Lavadora	220
Refrigerador	198
Radio	189
Videograbadora	178
Celular	175
Cámara fotográfica	168
Horno de microondas	134
Teléfono	111
Computadora	99
DVD	77
Cámara de video	38
Otro	16

Podemos afirmar que la ciudad es una mediadora del consumo; en este caso, en lo que se refiere al uso de las nuevas tecnologías como el Internet y el teléfono celular, que como ya hemos mencionado, la franja social que más las consume inicia con los niños y termina con los jóvenes. En Aguascalientes, los adultos también hacemos uso de estas herramientas aunque no con la misma rapidez y facilidad con que lo hacen los jóvenes, ya que nacieron con la máquina de escribir y la televisión de bulbos en blanco y negro. Una diferencia entre unos y otros es, que mientras que los primeros utilizan el Internet para entretenerse en juegos o bajar música, los segundos lo usan para trabajar (aunque la diferencia no es tajante pues un estudiante utiliza la computadora para hacer las tareas). Podemos decir que las nuevas tecnologías se socializan, lo que trae como resultado que grupos sociales de extracción baja puedan acceder al consumo de estas ofertas culturales al igual que sus contrapartes: quemar un disco compacto de música bajada de lo más novedoso que sale en el mercado, la renta de una película en formato DVD, el uso del Internet en un establecimiento público por un joven de clase baja son ejemplo de ello.

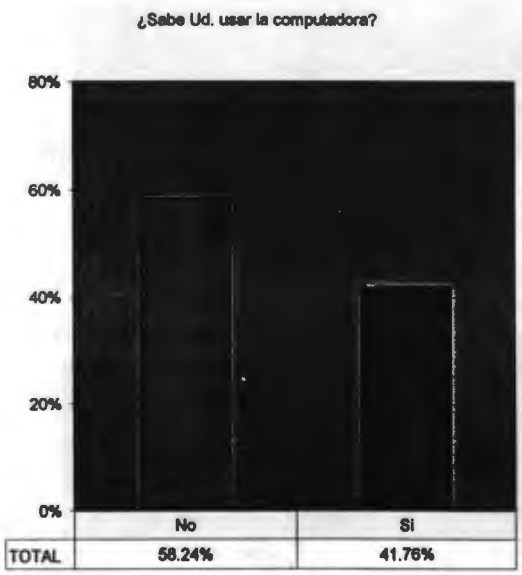
Con esto quiero decir que pueden pasarse las horas en un Café Internet chateando, bajando música de cualquier parte del planeta en unos cuantos minutos mediante el programa *Messenger, Correo Interactivo* en donde un mensaje se obtiene de inmediato, comprar discos compactos y películas piratas de las novedades del momento y de los filmes que se exhiben actualmente en

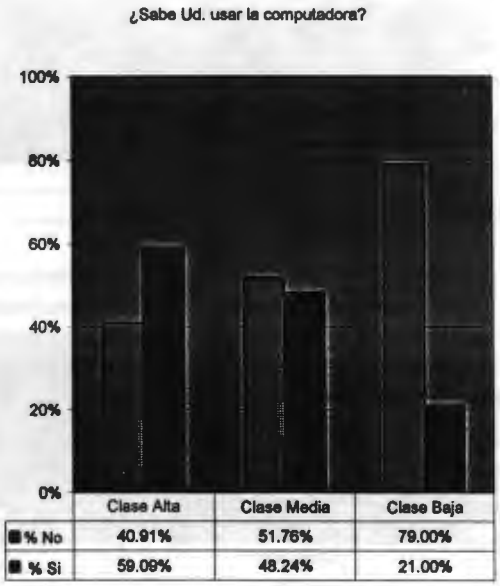
carteleras a precios simbólicos. Un Ejemplo son algunas tienditas de abarrotes que se encuentran en las zonas populosas de la ciudad, que además de los productos que venden, también ofrecen este tipo de películas en el mostrador, junto a una charola de pan o de verduras. Pero también podemos añadir otras ofertas tecnológicas como el MP3 (Sistema de Compactación de Archivos Digitales de Audio) y el *huirles,* que son máquinas portátiles que en alguna zona de la ciudad o en una ciudad entera, ya no necesitan conectarse a la red pues se ubican en un radio de *Tecnologías de Posicionamiento Global Satelital,* como pasa en algunas ciudades de los países desarrollados, como Los Ángeles, San Francisco o París. En naciones como la nuestra, un ejemplo es la Universidad Autónoma de México (UNAM) y algunas zonas adyacentes que se encuentra en este radio de influencia. Un estudiante sentado en una banca de los jardines de la Universidad, tranquilamente puede interactuar con una persona de otro país mediante su *laptop,* sin tener que conectarla. Por ello, consideramos que los humanos nos convertimos en sujetos virtuales.

10.1.- ¿Sabe Ud. usar la computadora? De 273 informantes, 58.24% opinaron que no saben usar la computadora, mientras que el 41.76% dijeron lo contrario. Al analizar el uso de esta herramienta entre las clases sociales, observamos de que hay una diferencia muy grande entre el 59.09% de la clase alta que sabe usar esta tecnología, y el 21.00% de la clase baja que no la sabe usar. Estos datos nos hacen pensar que la televisión continúa siendo el medio de entretenimiento más generalizado entre los hidrocálidos, aun y cuando sea un aparato monovalente, pero también que le están ganando terreno paulatinamente las nuevas tecnologías, aunque las condiciones económicas sean para muchas familias muy difíciles, pues no les queda otro camino que los *ciber cafés*, de los cuales existen muchos en la ciudad, sobre todo en las colonias populares. Según la *Encuesta nacional* el 30.3% de las cinco regiones manifestaron que saben utilizar la computadora, y en la región Centro-Occidente el 25% la sabe utilizar.

66. Uso de computadora.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	% TOTAL
1	Clase Alta	36	40.91%	52	59.09%	88	100%
2	Clase Media	44	51.76%	41	48.24%	85	100%
3	Clase Baja	79	79.00%	21	21.00%	100	100%
	Total	159		114		273	
		58.24%		41.76%		100%	

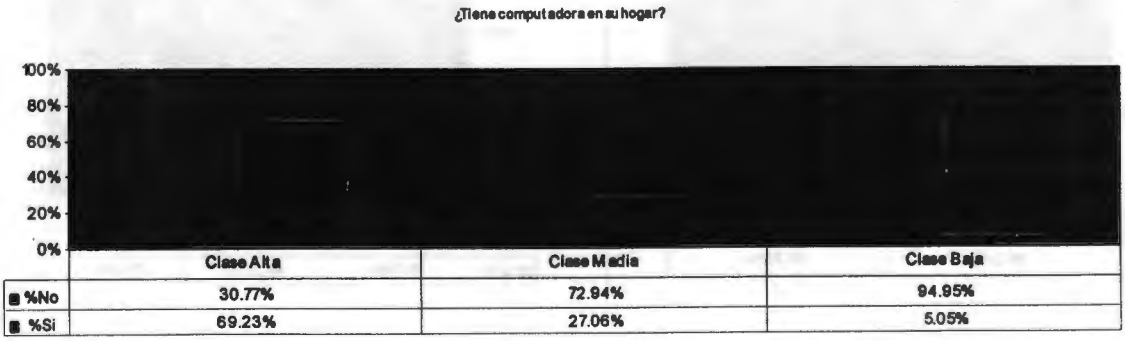




10.2.- ¿Tiene computadora en su hogar? La respuesta a esta pregunta fue la siguiente: el 68.70% de los informantes no tienen computadora en su hogar y el 31.30% si la tienen. De entre estos últimos, existe una diferencia notoria entre el 69.23% de personas de la clase alta que tienen computadora, y apenas el 5.05% de la clase baja que cuentan con esta herramienta. Sugiero que el bajo capital económico es la causa de no contar con esta herramienta en el hogar de estos últimos. Insisto, el uso de la computadora en los hogares está propiciando que los miembros de la familia se distancien cada vez más, ya que antes la ayuda que los padres ofrecían a sus hijos en las tareas escolares era buen motivo para la unidad familiar, y hoy está sucediendo lo contrario, pues si el padre y la madre trabajan para mejorar su condición económica, desatiendan a sus hijos. Según la *Encuesta nacional* del 2004 el 48.4% tienen computadora en su hogar.

67. Existencia de computadora en el hogar.

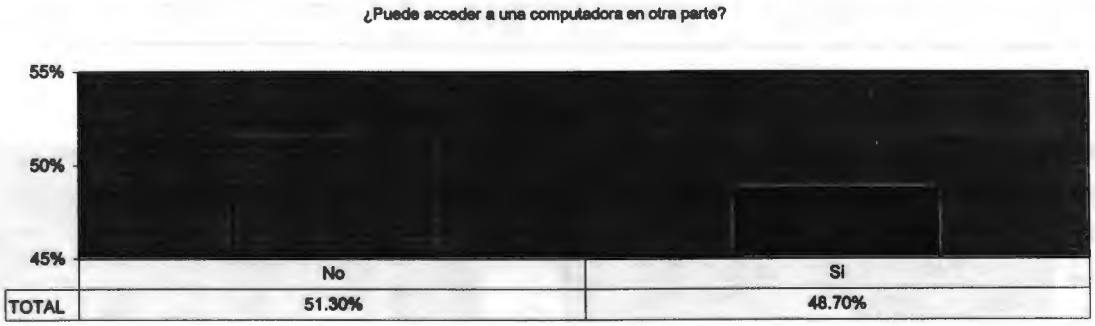
	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	% TOTAL
1	Clase Alta	24	30.77%	54	69.23%	78	100%
2	Clase Media	62	72.94%	23	27.06%	85	100%
3	Clase Baja	94	94.95%	5	5.05%	99	100%
	Total	180	68.70%	82	31.30%	262	
	%	68.70%		31.30%		100%	

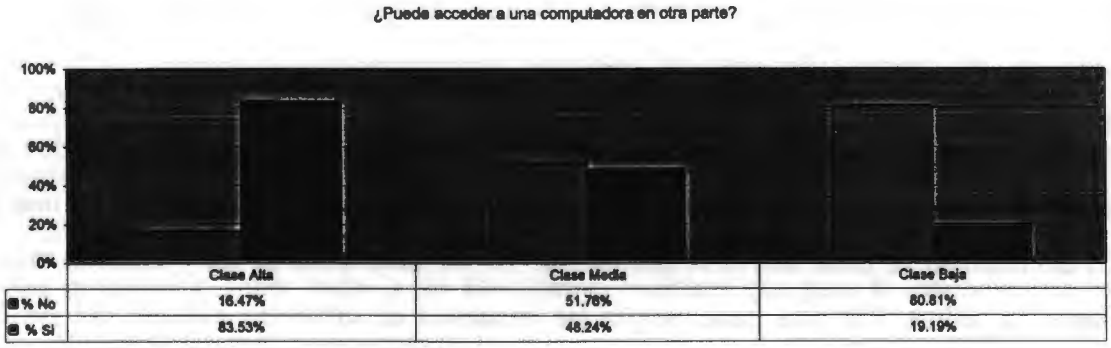


10.3.- ¿Puede acceder a una computadora en otra parte? Del total de 269 encuestados, el 51.30% opinaron que no pueden acceder a utilizar una computadora en otro lugar; y el resto que fue el 48.70% respondieron lo contrario. De éstos, el 83.53% de la clase alta; pero aún cuando son los que cuentan con una o más computadoras en su hogar, son también los que más acceso tienen en otros sitios, en comparación con las otras dos clases sociales. Muchos de las personas de la clase media y alta, por ejemplo los estudiantes, empresarios y funcionarios, cuentan con computadora inalámbrica que llevan a todos lados como el teléfono celular, y que por cierto, ambos son símbolos de *estatus* social en el día; el segundo es el que más se ha popularizado, pues hasta un obrero cuenta con uno de ellos.

68. Uso de computadora en otros lugares.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	% TOTAL
1	Clase Alta	14	16.47%	71	83.53%	85	100%
2	Clase Media	44	51.76%	41	48.24%	85	100%
3	Clase Baja	80	80.81%	19	19.19%	99	100%
	Total	138	51.30%	131	48.70%	269	
	%	51.30%		48.70%		100%	

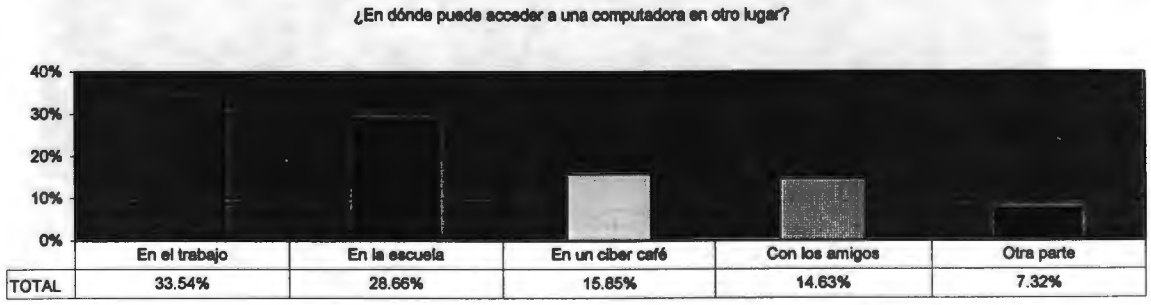




10.4.- ¿En dónde puede acceder a una computadora en otro lugar? De 164 encuestados que corresponde al 100% de los entrevistados, el centro de trabajo es el lugar predilecto en el cual el 33.54% de los informantes utilizan la computadora, y después de este lugar le sigue la escuela con el 28.66%; en tercer lugar, con menor acceso que los anteriores es con los amigos (14.63%). El menor porcentaje fue del 7.32% personas que dijeron utilizarla con algún familiar o pariente (tíos, primos, sobrinos, etcétera). Cabe señalar, que la clase alta es la que más utiliza la computadora en el trabajo -37-, en la escuela -30- y con los amigos -18-; y también 12 usuarios de esta clase van a un Café Internet, que es el mismo número de usuarios de la clase media. En la *Encuesta nacional* el 51.6% accede en su casa y el 43.6% en un Café Internet.

69. Lugares de acceso distintos al hogar.

	GRUPOS SOCIALES	En el trabajo	En la escuela	En un ciber café	Con los amigos	Otra parte	TOTAL
1	Clase Alta	37	30	12	18	3	100
2	Clase Media	11	11	12	2	9	45
3	Clase Baja	7	6	2	4	0	19
	Total	55	47	26	24	12	164
	%	33.54%	28.66%	15.85%	14.63%	7.32%	100%

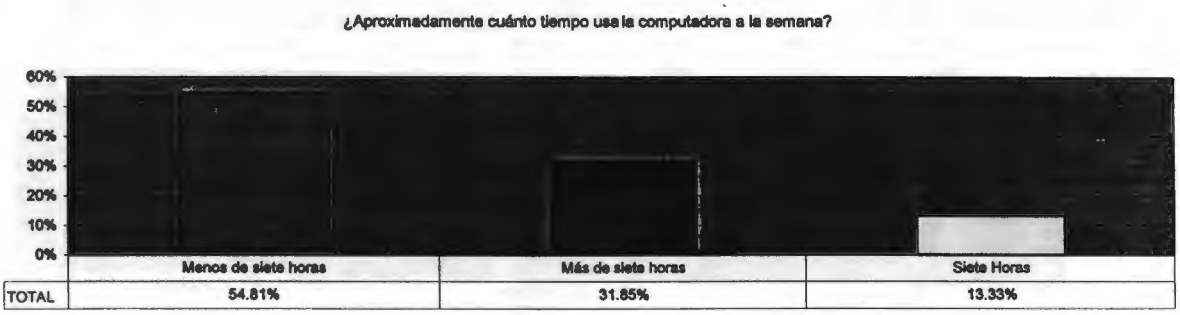


10.5.- ¿Aproximadamente cuánto tiempo usa la computadora a la semana? De un total de 135 informantes, menos de 7 horas es el promedio que utilizan el 54.81% usuarios de la computadora que es el porcentaje más alto, el 13.33% la usan 7 horas y el 31.85% más de 7 horas. Pero también, la clase alta es la que menos -39- de siete horas la usa y también más -33- de 7 horas la utiliza. Por otra parte, según las encuestas de consumo cultural del periódico *Reforma* del 2000, el 25% de los capitalinos usan la computadora diario y en promedio 4 horas

con 29 minutos. Las encuestas del 2001 arrojaron un resultado parecido, pues en promedio el capitalino utiliza la computadora en un máximo de 4 horas y 27 minutos al día, en Guadalajara 3 horas y 28 minutos y en Monterrey 4 horas y 29 minutos. Por ende, los resultados son parecidos tanto para Aguascalientes como para las tres metrópolis enunciadas. De acuerdo la *Encuesta nacional*, 11.2% de los mexicanos usa la computadora todos los días, y el 44.9% de los usuarios la utiliza entre dos a cuatro horas diariamente.

70. Horas de uso semanal.

	GRUPOS SOCIALES	Menos de siete horas	Más de siete horas	Siete Horas	TOTAL
1	Clase Alta	39	33	10	82
2	Clase Media	20	8	6	34
3	Clase Baja	15	2	2	19
	Total	74	43	18	135
	%	54.81%	31.85%	13.33%	100%

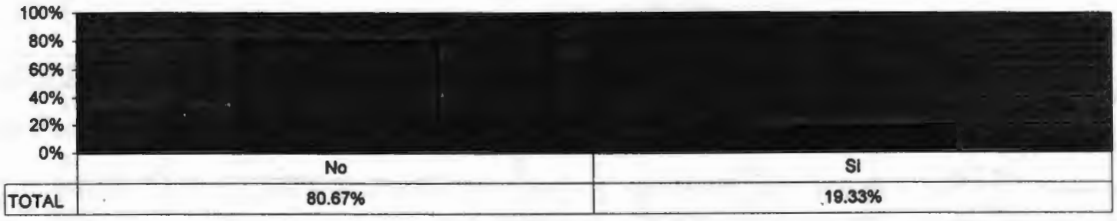


10.6.- ¿En su casa tiene Internet? De un total de 269 encuestados, el 80.67% no tienen Internet en su casa; sólo el 19.33% de ellos si lo tienen. También sólo el 1.01% de la clase baja tiene Internet contra el 47.06% de la clase alta que si lo tiene. Los resultados de esta pregunta coinciden con los de las tres grandes metrópolis del país, en el sentido de que los resultados negativos superaron a los positivos, aunque en la ciudad de Aguascalientes es todavía más baja la cantidad de usuarios de esta herramienta; pero cada día gana más adeptos. Así, en la encuesta del 2000 de consumo cultural de *Reforma*, en el DF 47% están conectados a Internet y 53% no, en Guadalajara 25% sí y 75% no, y en la ciudad de Monterrey 55% sí y 45% no lo están. Por lo que concluimos que el uso del Internet en Aguascalientes es bajo en comparación con el de las grandes metrópolis, sobre todo la de Monterrey; mientras que para la *Encuesta nacional* el 40.2% utilizan el Internet en sus hogares.

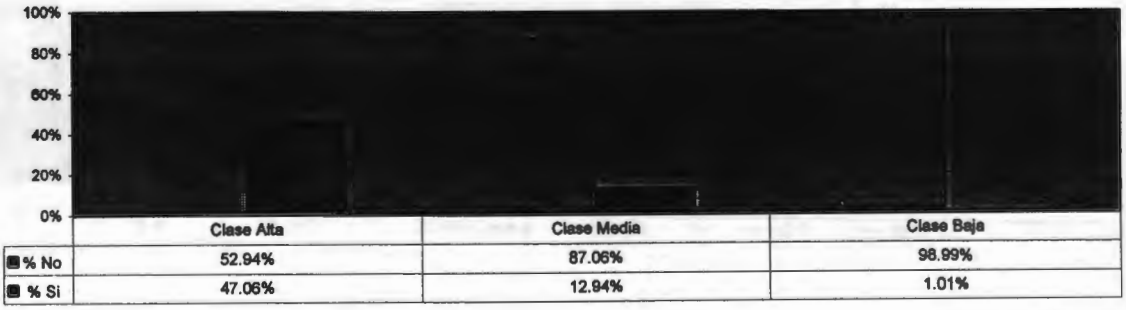
71. Internet en casa.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	SI	% SI	TOTAL	% TOTAL
1	Clase Alta	45	52.94%	40	47.06%	85	100%
2	Clase Media	74	87.06%	11	12.94%	85	100%
3	Clase Baja	98	98.99%	1	1.01%	99	100%
	Total	217		52		269	
	%	80.67%		19.33%		100%	

¿En su casa tiene Internet?



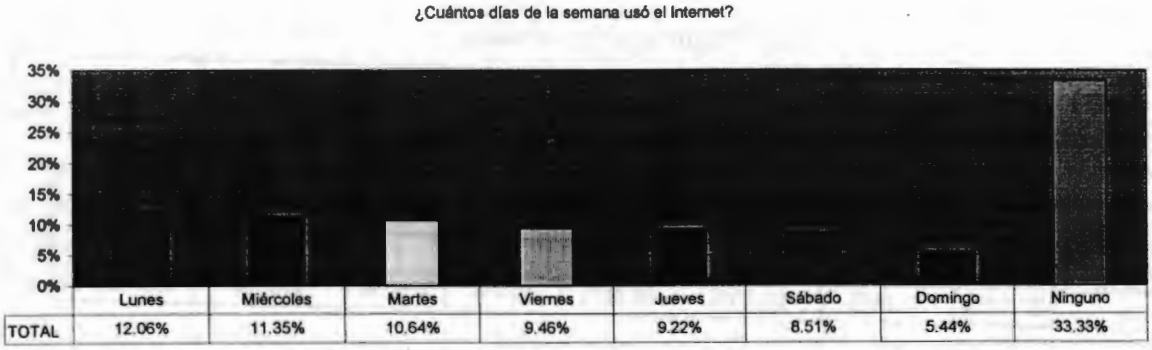
¿En su casa tiene Internet?



10.7.- ¿Cuántos días de la semana usó el Internet? Las respuestas a esta pregunta fueron de 423 que equivale al 100% del promedio. El lunes es el día de la semana en que los usuarios utilizan más el Internet con el 12.06%, y el domingo en que menos lo usan con sólo el 5.44%; cabe observar, que el 33.33% -un tercio de los encuestados- no lo usan ningún día. La clase alta lo usó más con el 52.72%, y la clase media y baja lo usaron en la misma proporción (23.64%). Según las encuestas del periódico *Reforma* del 2000, el uso del Internet al menos una vez a la semana es la siguiente: DF: 49%, Monterrey: 58% y Guadalajara el 52%. Por otra parte, en las encuestas del 2001, en el DF el 23% de los encuestados usan el Internet todos los días. Es probable que el lunes se use más el Internet porque hay más trabajo, pues en muchas empresas se reanuda el que quedó pendiente del el viernes anterior. Según la *Encuesta nacional* el 19.6% de la población usa el Internet una vez a la semana.

72. Uso semanal de Internet.

	GRUPOS SOCIALES	Lunes	Miércoles	Martes	Viernes	Jueves	Sábado	Domingo	Ninguno	TOTAL
1	Clase Alta	32	33	32	34	27	31	22	12	223
2	Clase Media	13	8	9	0	7	2	1	60	100
3	Clase Baja	6	7	4	6	5	3	0	69	100
	Total	51	48	45	40	39	36	23	141	423
	%	12.06%	11.35%	10.64%	9.46%	9.22%	8.51%	5.44%	33.33%	100%



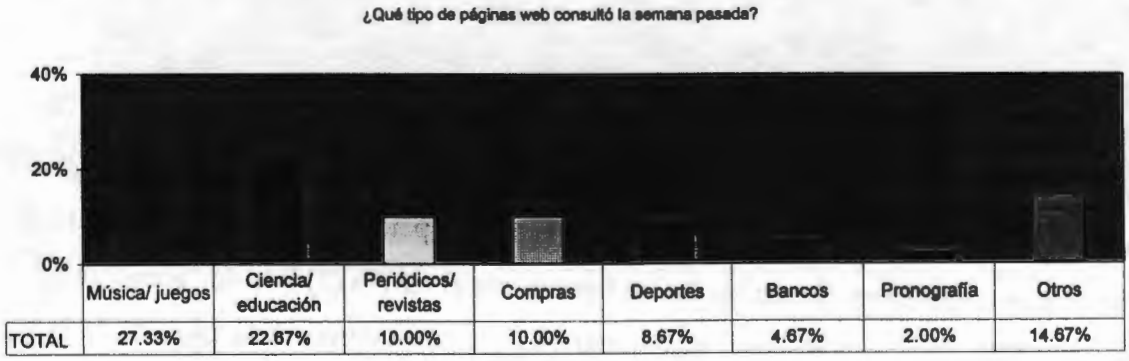
10.8.- ¿Qué tipo de páginas web consultó la semana pasada? Las respuestas de 150 entrevistados fueron: la página web más visitada fue la de "música/juegos" con el 27.33%, seguida por la de "ciencia/educación" con el 22.67%; la de periódicos y revistas con el 10.00%, y las que menos consultaron fueron las de los bancos con el 4.67% (7) y la de "pornografía" con tan sólo el 2.00% (3). Por otro lado, también el 14.67% consultaron otras páginas de Internet diferentes a las que presenta las opciones de la pregunta, como por ejemplo, la del "sistema universitario" -1-, la página de"yahoo" -1-, de "investigación" -1- y los otros 19 sólo lo utilizan para revisar el correo. Por tanto, en todas las opciones la clase alta es la que tuvo más porcentajes.

Según las encuestas de consumo cultural del 2000 -realizadas en 1999- que cada año publica el periódico *Reforma* de la ciudad de México, en particular el capítulo sobre *Nuevas Tecnologías*, en el DF, Guadalajara y Monterrey, la página de Internet más consultada fue la de "entretenimiento" con 51% (si) y 49% (no) para la primera ciudad, 54% (si) y 46% (no) para la segunda y 67% (si) y 33% (no) para la tercera. En base a las encuestas pero del 2001, la página de Internet más vista en el DF fue también la de "entretenimiento" con el 45% y en segundo la de música con el 35%. En las del 2002 para el DF el 47% optó por la página de "ciencia y

educación"; y en la décima entrega de consumo cultural de 2004 aplicada por este diario, el 18% de los capitalinos dijeron que les agrada "bajar música" por Internet. Comparando estos resultados con los de Aguascalientes, encontramos que hay páginas web que son predilectas tanto por los usuarios de esta ciudad, como los de la ciudad de México. En la *Encuesta nacional*, el correo electrónico (46.8%) es el principal uso que se le da al Internet, seguido por el estudio con el 42.3% de los entrevistados.

73. Páginas web visitadas.

	GRUPOS SOCIALES	Música/ juegos	Ciencia/ educación	Periódicos/ revistas	Compras	Deportes	Bancos	Pornografía	Otros	TOTAL
1	Clase Alta	25	25	12	13	13	6	3	22	119
2	Clase Media	9	6	1	2	0	0	0	0	18
3	Clase Baja	7	3	2	0	0	1	0	0	13
	Total	**41**	**34**	**15**	**15**	**13**	**7**	**3**	**22**	**150**
	%	**27.33%**	**22.67%**	**10.00%**	**10.00%**	**8.67%**	**4.67%**	**2.00%**	**14.67%**	**100%**



Encuestas / Tema	Aguascalientes 2003 (UAA)	D. F.	MTY Reforma	GUA	Región Centro Occidente/ Nacional 2004 CONACULTA	Buenos Aires 1990 CEDES
1.- Saber usar la computadora.	41.7%	47% (2000)	----	----	25%	----
2.- Lugar en que se puede acceder a una computadora.	33.5% trabajo.	----	----	----	51.6% casa; 43.6% café internet.	----
3.Tiempo en que usa la computadora.	54.8% 7 hrs.	4 hrs. ; 27' al día. (2001)	3 hrs. ; 28' al día. (2001)	4 hrs. ; 29' al día. (2001)	44.9% entre 2 y 4 horas diarias.	----
4.- Internet en el hogar.	19.4%	47% (1999)	25% (1999)	55% (1999)	----	40.2%
5.-Días a la semana en que usa internet.	12.0% lunes; 33.3% ningún día.	49% una vez a la semana. (2000)	58% una vez a la semana. (2000)	52% una vez a la semana. (2000)	19.6% una vez a la semana; 8% varias veces a la semana	----
6.-Tipo de páginas web consultadas la semana pasada.	27.3% música / juegos. 22.6% ciencia / educación.	47% ciencia / educación (2001)	----	----	46.8% correo electrónico. 42.3% el estudio.	----

En esta tabla, se observa que el D.F. seguido por Aguascalientes, son las ciudades en que la población sabe usar mejor la computadora. Mientras que en Aguascalientes el 33.5% la utiliza en casa, cerca de la mitad de los encuestados de la región centro/occidente utiliza esta herramienta en el hogar y la otra parte en un café internet. Por otra parte, causa sorpresa que en Aguascalientes usa más en tiempo la computadora que en otras ciudades y regiones del centro/occidente, lo que a mi parecer es dudoso. En el mismo tenor, los hogares que más tienen internet son Guadalajara y el D.F.; en Buenos Aires también la cifra es muy alta para el año en que la encuesta se realizó. Por lo general, los usuarios utilizan el internet por lo menos una vez a la semana, siendo también Guadalajara y el D.F. los que tienen los porcentajes más altos. Para finalizar, hay mucha discrepancia en cuanto a la consulta de las páginas web, ya que mientras en Aguascalientes es la música; la ciencia y la educación son las páginas web utilizadas en el D.F.; por su parte, en la región centro/occidente los cibernautas lo utilizan para estudiar y el *correo*.

CUARTA PARTE

OTRAS PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS HIDROCÁLIDOS

Capítulo XI.- Los pasatiempos de la juventud hidrocálida.

11.1.- Los jóvenes de la década de los setenta.

Esta parte del trabajo tiene como objetivo conocer la manera cómo los jóvenes hidrocálidos consumen su tiempo libre fuera de su trabajo o estudio La globalización no se presenta solamente en el ámbito económico y político, sino también en el cultural, y es en este último sentido en que nos proponemos hurgar sobre los cambios en los pasatiempos de la juventud a raíz de estos procesos mundiales. Dentro del ámbito de tiempo libre, una cuestión que no puede pasar desapercibida son las diversiones de los jóvenes de hoy en día en Aguascalientes, en comparación con las que tenían y disfrutaron sus similares desde el fin de los sesentas y el transcurso de la década siguiente, cuando su territorio urbano tenía aún una delimitación definida: al sur, en el puente José María Chávez, al norte, en la calle Libertad, al poniente al terminar la calle de Nieto y al oriente en la Colonia Héroes. Existe una diferencia en cuanto a muchos aspectos: la música que oyen, la cosmovisión que del mundo tienen, su vestimenta, la forma de comportarse en los centros de educación y con sus familias y hasta lo que podríamos llamar la *cultura de la droga*, por enumerar sólo algunos ejemplos, pues mientras que la marihuana era la droga más popular en la juventud de aquellos años, hoy cocaína y heroína.

A un joven de clase media de fines de los setenta y primeros años de los ochenta -no todos por supuesto-, le gustaba oír la llamada *música progresiva* -*Génesis*, *Pink Floyd* etc.- que provenía de los países europeos, y que la conocían a través de Estados Unidos, pero que tuvo una influencia particular en la clase alta, media-alta y un reducido sector de jóvenes de la clase baja. Otro ejemplo es en relación al consumo de estupefacientes. Es de interés acotar que algunos de aquellos jóvenes fumaban "yerba" para concentrarse en la mencionada música progresiva, practicar yoga, leer un libro de Herman Hesse o de Camus, o los clásicos marxistas. Tenían, una visión más filosófica de la vida que los jóvenes de hoy, producto en gran medida de la influencia de los *hippies*, de los movimientos guerrilleros y del pensamiento comunista tan en voga

entonces. Los discos de los grupos arriba señalados se podían conseguir por medio de algunos estudiantes de familias acomodadas que se iban a estudiar inglés a los Estados Unidos, o de *shopping* como se dice hoy en algunas ciudades norteamericanas fronterizas o cercanas como Los Ángeles, El Paso, Mc Allen, Laredo o San Antonio, Texas. Aunque también había negocios en el centro de la ciudad que vendían ese tipo de música, auqneu en limitada variedad, como la Casa de Vidrio, Radio Eléctrica, Electro AB y con Teresita Leos, que era una persona muy conocida en el negocio musical de aquellas décadas.

Se afirma que los jóvenes de hoy no leen mucho, que son más materialistas, que les gusta vestirse con ropa "de marca" aunque sea de segunda mano, y que sus gustos musicales van desde el *heavy metal*, pasando por la *gótica* y el *new age*, hasta la música *grupera*. Este último tipo de música la escucha la generalidad de la gente en Aguascalientes desde principios de los noventa, aunque su impacto es más fuerte en los jóvenes, incluyendo los así calificados "fresas". En apariencia, estos últimos son más liberales en cuestión de sexo, y esto se asocia a la facilidad con que consiguen los vídeos de películas y revistas de contenido sexual, y por la oportunidad tienen de acceder a programaciones donde se genera mucha información de este tipo a través de la televisión e Internet que utilizan en su casa; pero sobre todo en los cibercafés, muchos de ellos ubicados en las colonias populares.

Los dueños de estos establecimientos -que para principios del 2005 sumaban alrededor de 255- han sido amonestados por Reglamentos, ya que mientras los primeros opinan que los Café-Internet tienen como función que los turistas y sus países de origen, y para que los estudiantes realicen sus tareas escolares. Los de Reglamentos califican a esos lugares de centros de pornografía o piratería, y por lo que se infiere que la pornografía no es un fenómeno pasajero, sino toda una industria bien estructurada que cada día se esmera por aumentar su clientela, por lo que los padres de familia se muestran preocupados. La investigadora de televisión Florence Toussaint afirma que los programas que ofrece la televisión, están cargados de mensajes sexuales inconscientes, que van desde las telenovelas, pasando por los anuncios publicitarios, hasta los programas humorísticos, donde abundan los chistes alusivos a la sexualidad (2000: 3).
Confirmando lo anterior, es de todos sabido la forma en que se han incrementado los índices de madres solteras, de embarazos no deseados y de abortos. En un congreso celebrado recientemente

en una de las universidad de la ciudad, se llegó a la conclusión que el 40% de los jóvenes de la entidad inician su vida sexual a la edad de 13 años; y según la Revista local *Mujer Contemporánea*, nuestro Estado es uno de los que ocupan a nivel nacional desde hace años el primer lugar en lo que respecta a madres solteras (Velasco, 1995), característica en que se sigue distinguiendo en día. Estos datos nos llaman la atención, pues sin afán de juzgar moralmente, lo que debemos destacar es que los valores y prácticas tradicionales de los jóvenes han cambiado. ¿Dónde ha quedado el respeto a los mayores, a la figura del maestro? La respuesta es que los valores humanitarios, cívicos y solidarios han desparecido en hogares y esceulas. Queda como registro histórico aquellos niños y adolescente de hace treinta años que acostumbraban besar la mano a sus padres y abuelos enseñal de afecto y respeto; solo quedan resabios de esta constumbre en zonas rurales y pequeñas comunidades.

Distingue a la juventud de hoy con la de antaño las diferentes formas en que se divierte; son los adolescentes y los jóvenes quienes más pasan el tiempo en los centros comerciales, y los clientes más asiduos a los antros y funciones cines. *Si en lo personal no me gusta la música clásica, esto no significa que ésta tenga menos valor que las baladas románticas que fueron "de mis tiempos"*, dicen los adultos de hoy,o que la corriente musical *alternativa* es mejor que éstas[35]. En este punto, es pertinente recordar la posición materialista de Karl Marx, cuando afirmaba que el pensamiento de los hombres que viven en una sociedad están determinados por las condiciones sociales y materiales de su tiempo. Las costumbres y cultura varian de una época a otra, porque son dinámicas, así como lo son las fuerzas y relaciones sociales de producción. (1963:374).

11.2.- Las diversiones actuales de los jóvenes.

En cuanto a la forma en que se divierten los jóvenes hidrocálidos hoy en día, podemos decir que son diversas, y van desde la lucha libre, los rodeos y bailes gruperos, hasta las discotecas o antros, los merenderos, bares -existen (38) en la ciudad-, restaurantes-bar (249), restaurantes (137), cantinas (58), billares con (48) o sin venta de alcohol (13), entre otros. En cuanto a las

[35] Aparte de la corriente musical electrónica *alternativa*, existen otros géneros que les gusta escuchar a los jóvenes contemporáneos la *psyco*, la *techno*, *narcotic*, la *trance* y la *gótica*, esta última como dijimos ya porque es a la que mejor se identifican, y porque relacionan con lo "satánico" ya que su vestimenta así lo sugiere: ropa negra, botas militares del mismo color, tatuajes en el cuerpo y cara pintada en colores obscuros que nos hacen recordar al famoso cantante setentero Alice Cooper.

"discos", estos centros de diversión tuvieron sus orígenes en los años setentas; la primera o una de las primeras discotecas que se establecieron en la ciudad se llamaba *Black & White*, que estaba frente al Jardín de San Marcos. La aparición de este novedoso lugar de encuentro para bailar causó un gran revuelo entre los jóvenes, ya que entonces sólo en ceremonias familiares o de amigos como en un cumpleaños, una boda o unos quince años, podían bailar y buscar interacción social. Ahora lo podían hacer en un salón oscuro, donde se proyectaban luces de colores, se oía música a todo volumen -aún y cuando los grupos de asistentes tuvieran que gritar para escucharse-, tomar un par de copas y establecer relaciones.

A otro sector de los juvenil le gustaba pasar el tiempo en los llamados *cafés de onda*, que los caracterizaba una luz rojiza opaca que se reflejaba en el ambiente y donde se vendían las famosas pastillas psicotrópicas *mandrax*, conocidas como *mandarinas*. Quienes frecuentaban estos sitios, por lo regular eran jóvenes con aires de intelectuales y vestimenta hippy; sin embargo, no tuvieron mucho éxito, al igual que las *Peñas* donde se tocaba música de protesta o folklórica para los intelectuales y otros grupos sociales que simpatizaban con el pensamiento de izquierda. Por el contrario, los asistentes a discotecas eran muchachos de clase media y alta, aunque no era raro ver a jóvenes de extracción baja. Una de las razones porque estas interacciones entre estratos sociales diversos fue por la música que se tocaba en inglés y español de divwersos géneros como pop, balada, grupera y norteña, terminando la diversión con ranchera.

Un lugar más de de esparcimiento tradicional son los merenderos. Estos establecimientos apenas eran conocidos hasta la llegada del del INEGI a esta ciudad en la década de los ochenta. Fue a paertir de entonces que proliferaron por la mancha urbana, principalmente cerca del área donde se ubica este organismo federal. Los medrenderos se abrieron con la finalidad de satisfacer los gustos y costumbres de los trabajadores del Instituto, que provenían de distintas partes del país, sobre todo del Distrito Federal, habituados a comer fuera de su casa por el horario corrido de labores y por las largas distancias de su hogar al trabajo. Esta situación propició la interacción social de los trabajadores tanto en el ambiente de laboral, como en el tiempo libre, generando nuevas nuevas actitudes mentales y culturales que es preciso conocer más a fondo. Nieto Calleja hace esta diferencia entre tiempo libre y descanso: *"...emparentados y a veces usados como sinónimos, no son lo mismo: quitar cansancio, reponer las energías, reconstruirse físicamente y*

psíquicamente, es distinto que "cesar de trabajar, inacción o total omisión de actividad" (Nieto Calleja, 1998: 270).

Ante la novedad, muchos los jóvenes mayores de dieciocho años empezaron a concurrir a estos lugares, porque el tomarse una o dos cervezas "teneían derecho a comer"; lo miso pasó con gente de mayor edad, pues no solo lo hacían por tmarse la cerveza y comer, sino con el interés de ligar con personas del sexo opuesto, novia(o), amante, o abiertamente en busca una aventura, de "echarse una canita al aire" con una desconocida, y en otros casos ligar con una sexo servidora, que en esos lugares se presentaba vestida con decoro y celular en la mano, para aparentar que "era de clase". Un merendero es un lugar que se diferencia de una cantina -que es exclusiva para tomar- por la cantidad y el tipo de botanas, y en que el espacio es más grande que. Se distingue de una disco, porque ésta tiene un espacio para bailar y de un *Ladie's bar* porque entran mujeres, aunque en una cantina, un merendero o un antro está permitida la entrada es a las damas (Uribe Llamas, 2003: 20). La palabra "antro" la utilizan los jóvenes indistintamente para denominar estos lugares. *En los años pasados de otras recientes épocas mencionar "un antro" era en referencia de lo peor de lo peorcito, prohibido total y para la admisión de la juventud, y en los tiempos actuales, la feria ha permitido que "un antro sea la gloria misma"* (Brand, 2004: 8/A).

Los rodeos y bailes gruperos son en la actualidad, una de las formas de diversión masiva que tienen mucho arraigo entre los jóvenes . En los rodeos no sólo se compite en juegos que organizan ellos mismos, sino también para ver quien toma más cerveza. Los bailes gruperos son eventos multitudinarios en donde concurren jóvenes de todas las clases sociales de la ciudad y de los poblados y ranchos cercanos. Es común ver los contrastes que hay entre jóvenes de clase alta hablando en su celular al bajar de su camioneta *cherokee* del año, vestidos con pantalones vaqueros, camisa a cuadros, botas, chaqueta y sombrero tejano; los de extracción baja visten ropas más modestas como playeras estampadas, pantalones jeans baratos, tenis y una cachucha. Esta simbiosis de grupos de jóvenes de diferente posición social reunidos en eventos de esta naturaleza es importante observar con más detenimiento pues gustan mucho de espectáculos al aire libre.

Cuando han venido de gira grupos musicales como *Liberación*, *Límite* o *Banda el Recodo* y otros más por el estilo, es tradicional que se presenten en lugares al aire libre o cerrados como *La Villa Charra*, el *Salón del Alba* y *El Tejano*, estos dos últimos se ubican rumbo a la salida para Calvillo y Zacatecas respectivamente, en donde antes y sobre todo después de la función, se arma un verdadero revuelo por toda la ciudad. Lo de la música que se oye en un gran sector de la ciudad sería lo de menos; lo que molesta más a la gente es que al término del espectáculo se suscitan riñas, se generan caos en la vialidad por el exceso de automóviles que salen al mismo tiempo, y por los miles de asistentes de clases populares y del medio rural, que regresan caminando hasta un punto más céntrico de la ciudad o al Primer Anillo con la esperanza de conseguir un taxi que los lleve a su destino, por lo que en ocasiones no falta algún peatón atropellado o una carambola entre vehículos. El escándalo que provocan estos eventos han causado muchas molestias. Son muchos los sinsabores que han provocado los antros a las familias que viven en el norte de la ciudad -zona residencial de clase alta conocida como la *Zona Dorada;* las principales son elryuido y que dejan sus coches los jóvenes al salir de los antros tapando las cocheras de las viviendas. Tomamos esta cita al respecto del periodiquito *Picacho:*

> *Pub, bar, salón de fiesta, restaurante bar, lounge. Lo cierto es que son la pesadilla de muchas familias de la zona Norte en las noches del jueves, viernes y sábados [...] este tipo de establecimientos no debe situarse a una distancia de 150 metros a la redonda de escuelas, hospitales, templos, cuarteles, centros de prevención o readaptación social [...], nada se dice de zonas familiares* (*Picacho*, 21/10/2005: 1).

El impacto de la música grupera en los jóvenes se pone de manifiesto en la diferencia en cuanto a la cantidad de asistentes. Ponemos estos ejemplos de espectáculos que se dieron en un lapso de dos meses a mediados del 2002: mientras que un grupo de rock como *Café Tacuba* se presentó en la Plaza de Toros San Marcos, con un costo del boleto de 150 o 200 pesos, la banda grupera *Los Reyes del Camino*, tuvieron lleno completo en la Explanada de la Feria, que es un lugar más grande que el anterior, y en donde el costo en la entrada fue de 120 pesoso, -*Santa Sabina* cobró este mismo precio en este año-. Pero quien superó a los anteriores eventos en cantidad de asistentes y en el costo del boleto, fue el show infantil *Cómplices al Rescate*, en el que se cobraron 300 pesos que en su mayoría eran niños, lo cual nos da una idea de que los grupos musicales infantiles son bien aceptados en el medio.

Cabe señalar que el ex Director de Reglamentos en el Estado durante el gobierno de Felipe González González, José Manuel López Calderón, indicó el peligro que representan algunos lugares de diversión como las discotecas y los bares, porque no cuentan con la medida de seguridad adecuadas en caso de una calamidad. Expresó: "*...en ese lugar se llegan a reunir hasta 20,000 personas que quedarían encerradas debido a que no se les daría la salida inmediata en caso de incendio o incluso de que una turba saliera corriendo hacia uno de sus costados*" (El Sol del Centro, 2002: 3/A).

Últimamente, algunos grupos de jóvenes ha organizado las llamadas "fiestas rave"en casas u otros lugasres; hago refrencia a dos qu tubieron grarn impacto en la sociedad hidrocálida por sus consecuencias. En febrero ceelbraron una en una finca de las afueras de la ciudad a la que asistieron 140 jóvenes adolescentes y que por no tener permiso del municipio la disolvió la policía ministerial y detuvo a la mayoría porque corrió exceso de alcohol y drogas. La otra la celebraron en una finca abandonada de la calle Vázquez del Mercado en las mismas circunjstancias que la aneriro. Los jóvenes negaron su culpa y porttaron por las arbitrariedades de la policía. Encontamos esta nota al resepcto: *Más de 140 personar fueron detenidas por la Policía Ministerial, que irrumpió en una escandalosa fiesta de las conocidas "rave", al oriente de la ciudad, y en la que encontraron estupefacientes. En ese [...] lugar, en donde los jóvenes escuchaban música electrónica en diferentes subgéenros, tales como "psyco", "techno", "narcotic" y "trance", había casi 50 mujeresde diferentes edades de entre 14 y 35 años* (Bonilla López y Macías Zúñiga, 2005:6).

11.3 Comentarios.

Los jóvenes de esta Entidad pasan su tiempo libre en entretenimientos en los que se mezcla "lo local y lo global", o bien lo tradicional con lo moderno.[36] En este sentido, juega un papel importante el contacto que los jóvenes hidrocálidos han tenido con los extranjeros que residen en

[36] Un caso muy notorio es la influencia cultural que la comunidad japonesa -en Aguascalientes se encuentra la segunda colonia japonesa más grande del país- está ejerciendo sobre la población hidrocálida. En mayo de 1005 se celebró la *Semana de Japón en México.* Desde luego, que en muchos aspectos ni el gobierno, ni la sociedad han atendido como se debe en respuesta a su presencia Por ejemplo, que no se hayan construido escuelas de idioma japonés en 25 años de su presencia fortalecer ese indioma y el intercambio para fortalecer ambas culturas. Otro problema es que no hay el la ciudad establecimientos que les vendan losproducots originales para la alimentación y que se vean ellos obligados a trarelos desdes su país.

la ciudad-capital y que según el Secretario General de Gobierno Martínez Estebanez suman más de 3,500 (*El Sol del Centro*, 2005: 11/A). Una mayoría de la juventud tiene predilección por la cultura anglosajona, situación que los ha llevado a una pérdida de identidad social; esto nos lleva a reflexionar acerca del discurso que hiciera el mandatario cubano Fidel Castro, en el sentido de que los niños mexicanos "saben más de *Disney* que de Benito Juárez". La presencia de lo americano es notoria en la entidad; según Pieterse(1966): *el gusto por la cultura americana procede de que entremezcla múltiples componentes, muchos de los cuales son, a su vez importados. Es una cultura que combina elementos de otras muchas y esta densidad cultural es causa de atracción subliminal que ejercen los medios populares, la música y el cine americanos" (Rao, 1998: 1998).*

La juventud de hoy se divierte de manera diferente a sus similares de los años sesenta y setenta: los podemos encontrar desde aquellos que se entretienen en los jardines, parques y en la misma *Exedra* de la Plaza Patria, haciendo planes de cómo organizar su tiempo libre mientras comen un refrigerio, hasta los que gustan asistir a los merenderos, a los rodeos y a los bailes gruperos. Pero también los hijos de familias opulentas y otras no tanto pero hacen un sacrificio y se "echan la pinta" un fin de semana a la ciudad de México o Guadalajara,, para asistir a un concierto de Paul Mc Cartney o de los "Cridens", o van a escuchar a *Café Tacuba* a la antigua *Plaza de Toros*, de la misma forma en que en ese mismo lugar, los jóvenes de hace treinta años, presenciaban conciertos de rock de grupos de rock jaliciences como *La revolución de Emiliano Zapata* y el *39.4*, entre otros. El rock mexicano ha pasado por diferentes etapas y que han sido por las que ha pasado este género musical en Estados Unidos. (Carnacea Cruz y Urteaga Castro-Pozo *"centran fundamentalmente en el movimiento punk, pero antes nos deja bien claro cómo entra el rock en México. Distingue tres generaciones rockeras: la rockanrolera de finales de los cincuenta y parte de los sesenta, la generación "ondera" de finales de los sesenta y parte de los setenta y la generación punk de los ochenta"* (Carnacea.Cruz y Urteaga Castro-Pozo, 1998: 135). En fin, esto significa que las generaciones ya no son de diez años o más, sino de cinco o menos, o sea que hay más conflictos de comunicación entre ellos.

Capítulo XII.- La Feria Nacional de San Marcos: un desorden necesario de la sociedad.

12.1.- Introducción.

La cotidianeidad de lo sagrado en lo profano

Las observaciones de Emile Durkheim en el sentido de que las prácticas religiosas, los dogmas, las creencias, los rituales y las actividades sacras en general, le dan sentido y orden a la sociedad, son parte importante de su teoría de la religión. Durkheim, por tanto, desecha las interpretaciones psicológicas y de otra índole que se puedan hacer en torno a los hechos sociales. Por el contrario, para otros antropólogos -según Adam Kuper- como Gluckman, el ritual es una exageración de las normas establecidas, así como de los conflictos humanos. La opinión del antropólogo inglés Evans-Pritchard sobre el rito, coincide con la postura del padre de la sociología, ya que para él: *"Un rito forma parte de la cultura en la cual el individuo ha nacido, y se le impone desde fuera tanto como el resto de la cultura. Es una creación de la sociedad, no un razonamiento o emoción del individuo, aunque pueda satisfacer ambos"* (Evans-Pritchard, 1991: 81). Se puede decir que La Feria de San Marcos es un ritual compuesto de varios eventos como son las corridas de toros, los paseos familiares alrededor del Jardín de San Marcos, la exposición ganadera, las peleas de gallos o la asistencia al Ferial, ya que el ritual está inmerso en muchas tramas de la acción humana. González ha señalado que:

> *La feria en la mayor parte de las ciudades del país se ha ido convirtiendo en el hecho ceremonial más importante del ciclo anual de festividades. Está lejos de ser un fenómeno comercial más. Su propia estructura y el tipo de elementos culturales que dentro de ella se modelan y modulan le han otorgado en el curso del tiempo una impresionante capacidad para aglutinar en torno suyo a la totalidad de las clases y grupos de la localidad* (1994: 182).

El paso del tiempo y, en particular, la continuidad de los doce meses del año, se calenderizan en función de la verbena, festejo que se le conoce como *"La Feria de todas las ferias"* desde el sexenio del Presidente Adolfo López Mateos, acumula más de 175 años de vida. Para decirlo de otra manera, la feria sanmarqueña rompe con la continuidad de la vida diaria: el día se transforma en noche, el trabajo se convierte en diversión, y los ahorros del año de muchas

familias se derrochan en unos cuantos días, lo que ocasiona que después de la verbena acudan al Monte de Piedad. Es cita de Fernando Plascencia Martínez: *"Entrando en calor. Para quienes residen en Aguascalientes, La Feria de San Marcos es la pausa de la dicha perfecta en el año"* (1998: 164). Es indiscutible de la importancia que tiene este festejo en los hidrocálidos; Alfonso Pérez Romo señala:

> *Es difícil imaginar el ciclo de los días de Aguascalientes sin la feria de San Marcos; las mañanas que acarician los rostros con una frescura estimulante; el brote de las nuevas floraciones, el "aroma" de estreno", una extraña euforia en las cabezas y colorillo inexplicable en el corazón; la apoteosis fantástica de una joyería colosal que explota y se desgrana contra la negrura del cielo; otra oleada generacional de ojos turbadores; la locura del vino, el guiño irresistible de la sota de oros; el vértigo plumario del palenque y atrás de todo y llenándolo todo, la que García Lorca llamó "cultísima fiesta de toros"* (2001: 28).

En sus orígenes, este festejo tuvo un carácter sagrado y rural, como las demás ferias que se llevaban a cabo a lo largo y ancho del país. Pero también tenían como objetivo atraer gente para comerciar los productos que se elaboraban en las aisladas poblaciones -como lo anota Jesús Gómez Serrano en su libro *Mercaderes, artesanos y toreros*-, al igual que en las diversas regiones y ciudades de Europa mucho tiempo antes, en las que no sólo eran mercados que servían para comerciar artículos exóticos adquiridos en el oriente y el mismo continente, sino que también eran lugares para el encuentro y la convivencia. En Aguascalientes el interés era el mismo; en el contexto sagrado se veneraba al santo y patrono San Marcos. Pero su imporancia se debió, en comparación a otras que se hacen en el ámbito nacional, por la imagen que le proyectó la televisión y la publicidad, lo que se manifiesta en las películas mexicanas de la "época de oro". Esta verbena se ha convertido, esencilmente, en una fiesta profana en donde predomina el libertinaje y los excesos mundanos de todo tipo, sobre todo entre la juventud. Durkheim ha señalado que:

> *Toda fiesta [...] da lugar a que los individuos se aproximen entre sí, se pongan en movimiento las masas y así se produzca un estado de efervescencia colectiva, incluso, a veces de delirio [...] el hombre se ve arrastrado fuera de sí, distraído de sus ocupaciones y preocupaciones cotidianas [...] se observan las mismas manifestaciones: gritos, cantos, música, movimientos violentos, bailes, búsqueda de excitantes que levanten el tono vital, etc.* (1982: 356).

En *La Feria* como en *El Carnaval* o *carnestolendas* -palabra que se refiere a la tolerancia, al deenfreno de las diversiones mundanas antes de entrar en Cuaresma-, a la gente le es permitido todo exceso que le es prohibido en los meses restantes del año. Lo proscrito se convierte en legítimo. Mike Featherstone dice que el carnaval es parecido a la feria.. *"...el carnaval supone la celebración del cuerpo grotesco -comida abundante, bebida embriagadora, promiscuidad sexual- en un mundo en el que se pone patas arriba la cultura oficial"* (2000: 137). Durante la verbena, los participantes -sean oriundos del Estado o turistas- son influidos por ella, desde la Reina hasta el vendedor de globos. Todo aquello que permanecía soterrado se manifiesta públicamente; de ahí el rumor popular de que enero es en donde se registran más casos de partos de madres solteras, que fueron embarazadas durante la verbena[37]. Parafrasenado a M. Bajtín, Carlos Reynoso escribe del carnaval:

> *Uno de los elementos que los antropólogos posmodernos han recuperado de la noción bajtiana del carnaval es que en él desaparece la diferencia entre actores y espectadores, o como se dice en otros órdenes, entre sujeto y objeto. No hay posibilidad, dice Bajtín, de permanecer afuera del carnaval como observador no afectado por él.* (Reynoso, 1998: 25).

El ser humano necesita no únicamente de lo biológico, sino también de aspectos culturales que orienten su vida para un pleno desarrollo. Uno de estos aspectos, es que requiere que en el transcurso del año celebre ciertas fechas conmemorativas, algunas de ellas de carácter nacional, otras más de índole universal y otras de tipo local, que considero son las más importantes para nosotros. Así, por ejemplo, al fijar nuestra atención en las celebraciones de carácter religioso, encontramos que la Navidad comienza con las posadas el 16 de diciembre, y termina formalmente con la visita de los *Reyes Magos* el 6 de enero, aunque en la mentalidad mexicana, la Navidad finaliza hasta el *Día de la Calendaria* el 2 de febrero, período durante el cual los dulces -a pesar del materialismo que envuelve al mundo- son el regalo más frecuente y que convierten a los adultos en infantes.

---

[37] *La Feria Nacional de San Marcos es el periodo en el que se registra el mayor número de embarazos entre adolescentes y jóvenes, lo cual existe un cambio radical en su conducta. Al mismo tiempo, es motivo de alarma el crecimiento de divorcios en Aguascalientes, que en 4 años se duplicó y ha provocado la desintegración de 500 familias* (*El Heraldo*, 15/02/2005: 4/A).

En el mismo tenor, la *Semana Santa* es otra celebración de carácter universal en el mundo católico en fechas movibles, y las celebraciones religiosas el 12 de diciembre en honor de la *Virgen de Guadalupe*, que es la fiesta popular nacional más importante del pueblo mexicano. Entre estas festividades los mexicanos realizan festejos y ferias paticulares o regionales de igual o mayor impacto social que las mencionadascial (Nieto, 2001: 51). En la ciudad de Aguascalientes, aparte de las fechas conmemorativas arriba expuestas, se celebran otras que son de gran trascendencia, ya que organizan la vida cotidiana de su sociedad, algunas de mayor peso social que otras. Entre las que consideramos más importantes son, la *Feria Nacional de San Marcos*, la festividades del *Señor del Encino*, el *Quincenario Mariano*, la *Romería de la Virgen de la Asunción* y el *Desfile de las Calaveras*.

El cambio de una feria pueblerina a una feria nacional

Desde 1980 a la fecha, la feria sanmarqueña ha crecido no solamente en cuanto al número de visitantes provenientes desde distintos puntos de la República y de otros países -antes predominaban los turistas norteamericanos y ahora nos visitan también de otras nacionalidades, por lo que hay quien dice que la verbena es ya internacional-, sino también en lo que respecta a la orientación y el espacio urbano que ocupa. La superficie comprende un área comprendida en las cercanías del Templo de San Marcos y Jardín del mismo nombre -espacio en el que por varias décadas estuvieron instalados los juegos mecánicos-, en donde se instalan puestos de fritangas, frutas, artesanías de varios estados de la República, carritos de hot-dogs, churros, ropa diversa como playeras estampadas y vaqueros desgastados, souvenires, videos, discos compactos de música y "algodones", entre otros. Se impone a la vista del paseante la enorme cantidad de anuncios, no sólo los de diversiones infantiles como los de "Chavero" y "Atracciones García", sino también muchos que de refrescos y cigarros; pero los que más destacan son los de marcas de cerveza y bebidas alcohólicas.

En la actualidad, el perímetro es casi el doble del que abarcaba hace treinta años, ya que ahora se han triplicado los metros cuadrados estinados a la feria en el mapa de la ciudad. La remodelación del área ferial comenzó en 1990, cuando el ya fallecido gobernador, Ing. Miguel Ángel Barberena Vega, construyó la *Expo Plaza* en la avenida Adolfo López Mateos, así como otras

áreas que le dieron un toque distinto a la fisonomía que tenía la Feria. Mencionamos las más importantes: *Plaza Monumental de Toros* con mayor capacidad de entradas, inversión que rebasó los 20 millones de pesos; un hotel de cinco estrellas, el *Fiesta Americana*, dos estacionamientos, un multicinema, el *Cinemark* y un restaurante *VIPS*; estas obras que dieron un toque de modernidad a un festejo comunitario y cambiaron para siempre la fisonomía de *La Feria*.

En la década de los setentas, la mancha urbana ferial era muy reducida en comparación con la de ahora. Comprendía los famosos tapancos, los puestos de tortas y refrescos, los estands de venta de cervezas, las cenadurías, donde no podía faltar el famoso mole verde y rojo y las enchiladas de "Doña Petra", los puestos de tiro al blanco, los juegos mecánicos, etc. Todos estos establecimientos se circunscribían alrededor del Jardín de San Marcos e Iglesia del Santo Evangelista. Con los años, su crecimiento se extendió hacia el centro de la ciudad, por la calle Venustiano Carranza, hasta la altura de la Iglesia de La Merced, hasta llegar a la Casa de la Cultura. En los últimos años, con la construcción y remodelación de la Plaza Monumental y el centro comercial Expo-Plaza, la orientación de la zona de la Feria llegó hasta el Segundo Anillo de Circunvalación.

Los espectáculos culturales, nacionales e internacionales, como conciertos musicales, obras de teatro, danzas folkloricas y ballet, son cada vez más atractivos y variados, ya que aparte de realizarse espectáculos populares al aire libre que son gratuitos, se incorporó a las festividades el histórico Teatro Morelos, que se localiza en el lado sur de la Catedral, y que fue el escenario en donde se llevó a efecto la Soberana Convención Revolucionaria de 1914, que trabajó del 1° de noviembre a los primeros del mes siguiente en que se nomró presidente convencionalista al general Eulaio Gutiérrez. También se han incorporado a las festividades manmarqeuñas el Teatro del Pueblo, la Casa de la Cultura, una Sala de Convenciones que está en Expo Plaza y el Teatro Aguascalientes; varios de estos fueron construcciones hechas durante el mandato de la administración del Gobernador Ángel Barberena Vega y en donde se presentan todo tipo de entretenimientos culturales para personas de todas las edades y clases. Uno de los espectáculos que le dan una sazón especial a la Feria es la tambora zacatecana, cuyos conjuntos deambulan en el Jardín y en sus inmediaciones, tocando al ritmo de la música de ese estado vecino, a petición de los turistas y gente de todos los estratos sociales que acompañan a los alegres músicos en su

recorrido, que en ocasiones rebasa los límites de la Feria y al propio feriante[38]. Este espectáculo es más común que se presente el 25 de abril, día de San Marcos. También se puede observar cómo los feriantes acostumbran ponerse máscaras[39] y lanzar confeti como solía hacerse hace muchas décadas.

En la Feria de San Marcos se pueden observar actitudes y diversiones de toda índole: algunas que son saludables y otras no tanto. Por ejemplo, los *tapancos*, que son lugares de "mala muerte" -se les llama así porque en estos sitios es en donde se han generado riñas sangrientas algunas de las cuales han acabado en asesinatos-, son a donde acuden jóvenes y adultos obreros, empleados, campesinos y, en general, gente de escasos recursos; pero también mujeres jóvenes que intercambian un momento de placer por un par de cervezas. Están también las tradicionales "barras", que son lugares de "más caché" por la música moderna que se toca en vivo, y el aspecto físico más sofisticado y lujoso, en donde por lo regular acuden adolescentes y jóvenes, aunque personas de edad madura que pertenecen a las clases medias y altas. Pero sin duda alguna, el principal atractivo de estos lugares es la abundaznte venta de bebidas etílicas, por lo que constantemente se suscitan acontecimientos bochornosos. En la Feria de 2004 comenzaron a venderse los famosos vasos "tridimensionales" en las barras de las dos cerveceras de más prestigio, llamados así porque les caben tres cervezas normales, y después de injerir el paseante dos vasos de éstos, comienza a "ver triple" a los paseantes y a los objetos que le rodean[40].

Según el historiador, Agustín R. González, la Feria Nacional de San Marcos tuo com objetivo celebrar al Santo Evangelsita que fue Obispo de Alejandría y Egipto, país donde perdió la vida; el Santo, es parte de los cuatro Apostoles que escribieron los Evangelios y colaborador de San Pedro entre los años 60 y 70 D.C.. Los mencionados libros los escribieron para dejar constancia de Jsucristo era Hijo de Dios; en en ellos donde encontramos realatada su vida, pasión, muerte y resurrección de Cristo.

---

[38] Asistente a la feria.

[39] Otro rasgo que la emparenta con el carnaval.

[40] *A las barras generalmente asisten chicas y chicos de clase media y alta o bien los que se sienten "fresas"; a los tapancos frecuentemente van jóvenes obreros de colonias populares y de los pueblos y ranchos circunvecinos. En ambos lugares se va a bailar y a tomar, de ahí que casi nunca faltan riñas por los efectos del mismo licor, principalmente en los tapancos* (González López, 2000: 35).

La Feria tuvo sus orígenes en 1828, en lo que ahora es el atrio de San Diego en el centro de la ciudad, y es probable que su primer promotor fuera el entonces alcalde del Ayuntamiento José María Guzmán. El 9 de marzo de 1842, siendo gobernador del Estado el general Nicolás se comenzó la construcción de una balaustrada de cantera en el Jardín de San Marcos, y fue en 1851 cuando se trasladó la *Feria* a un costado del Templo de San Marcos. La riqueza vegetativa del Jardín no es en la actualidad tan abundante como hace un siglo, pero aún existe diversidad de flora: jacarandas, fresnos, nogales, granadas, zapotes, moras y los aguacates entre otros. El visitante encuentra esta leyenda a la entrada del Jardín: *Durante siglos, se cultivaron con esmero bellísimas huertas que por su abundancia de sus dulces frutos están aún en el recuerdo de nuestra gente buena.* Más tarde, en 1891, se instaló el Kiosko de hierro fundido, que aún admiramos, en el centro del Jardín.

Las festividades en honor del evangelista se remontan a la fundación de este barrio indígena al ser tomado como patrón luego que se formó a principios del siglo XVII. La historia nos cuenta que sus fundadores fueron tlascaleteas, pero los domuentos eclesiásticos refieren que fueron indios vendiios de diversos pueblos a fundarlo. Como entonces, existía la prohibición de quelos indios vivieran junto con los españoles, se optó por formar un barrio o pueblo en las afueras de la villa. El día principal es el 25 de abril por ser en el que la Iglesia venera a San Marcos. Hay años en que se "pega" la Semana Santa con el inicio de la Feria. Hoy, en el 2005, las autoridades discuten la posibilidad de que *La Feria* dure 28 días[41].

La Feria de San Marcos es una especie de fuerza centrípeta alrededor de la que transcurre la vida cotidiana de los hidrocálidos, y durante la cual la concepción de espacio y tiempo se transforman de raíz como por arte de magia. Por decirlo de alguna forma, la población "vive" de noche y "duerme" de día: "¡Ahí viene la feria!" , "¿ya fuiste a la feria?" o "ya mero se acaba la feria", son expresiones comunes que se escuchan por todos lados. Es tal la influencia del festejo en la sociedad, que es el único Estado de la República en el que el calendario escolar no coincide con los demás. Se ha tomado esa decisión oficial que las vacaciones de primavera se ajusten a ella, con obejto que los estudiantes y pueblo en general disfrutan plenamente del evento; es decir, después que en todo el país ha disfrutada de ese período de vacaiones. Incluso muchas empresas

[41] Lo cual confirma su homología con el carnaval.

y el propio gobierno estatal dan vacaciones a sus trabajadores y funcionarios para que la disfruten plenamente de la Feria. La Iglesia y Jardín de San Marcos, que se consideran de los principales símbolos del Estado, son dos puntos en torno de los cuales giran todas las actividades de la verbena.

Son infinidad de espectáculos y eventos los que se desarrollan en el período de la Fiesta: muestra del traje típico nacional, que viene de una tradición del bordado y deshilado que tiene sus orígenes en la época de la Colonia; charreradas, que es una de las máximas expresiones de la mexicaneidad; defile de primavera; juegos mecánicos; obras de teatro al aire libre; exposición industrial y ganadera y exposiciones agrícolas y comerciales; peleas de gallos, que se realizan en el *Palenque Federico Méndez* como homenaje como autor de *Peleas de Gallos,* -en la Feria del 2005 las autoridades decidieron cambiarle el nombre por *Palenque Sol*-. Son famosos los juegos de azar y las corridas de toros, ya que son las que más atraen a los turistas; *El Casino de la Feria* es donde la gente se entretiene jugando dados, "pokar", "black jack", "albures", "bakará" y "seven eleven" y otros.

Aguascalientes es el único lugar en el país en donde está permitida legalmente "la jugada", situación por cierto que ha dado pie a que se generen molestias y hasta protestas de otros gobiernos del país, ya que oficialmente está prohibida y no conciben la razón de por qué este privilegio lo tiene Aguascalientes. Esta cocnesión no es permanente, sino que cada debe extendido por el gobierno este privilegio al Patronato de la Feria, después de muchas argucias. Legalmente en ninguna otra ciudad del país se dan estospermisos, pero en Aguascalientes se ha legitimado por la tradición que tiene el *Casino*, que a decir verdad, cumple una función social debido a la unión del trinomio Patronato de la Feria/Gobierno del Estado/empresarios. En 2005 se elaboró un documento con la finalidad reglamentar las apuestasy espectáculos en las ferias, que se piensa poner en práctica:

> *...las carreras de caballos en escenarios temporales, peleas de gallos, juegos de naipes y dados, ruleta y sorteos de símbolos o números en las modalidades autorizadas por el reglamento, aunque solamente en las instalaciones en que se celebran peleas de gallos antes y después de éstas, mientras que la instalación esté abierta al público* (*El Sol del Centro*, 23/04/2004: 6/A).

Como queda dicho, existen infinidad de ferias en el territorio nacional en donde al igual que aquí, lo que llama la atención del público son las apuestas; pero como sólo en esta ciudad se encuentra un edificio físico permanente, la jugada se da y en el resto del año se destinado a otro tipo de diversiones y eventos. En la verbena vienen a trabajar los llamados "dealers" ("talladores" -repartidores de cartas- profesionales especializados en el "black "jack") provenientes de los casinos de Las Vegas, situación que a decir de algunos expertos del juego, ha dado un toque internacional al festejo, aunque se les haya pagado un sueldo muy elevado. Últimamente se ha discutido la posibilidad de dar de que en las zonas más turísticas del país como Can-Cún, Quintana Roo; Huatulco, Oaxaca; Tijuana, Baja California se legalicen los casinos. Con la legalización formal de la jugada nn la Feria 2005 ha desaparecido la obligación de pedir permiso cada año como como se acostumbraba. Por cierto, la postura del sector hotelero en Aguascalientes, es que que la legalización del juego y permanencia del Casino es necesaria para atraer más turismo:

> *El sector hotelero en el Estado pide a gritos la instalación de un casino permanente que atraiga turismo durante todo el año para finalmente salir de la bajísima ocupación de cuartos, que es causa de que el sector no crezca significativamente. Las declaraciones pertenecen a la empresaria de esta rama, Ana María Romero de Andrea* (Pizaña de la Torre, 2005: 1/A).

Todos estos eventos relacionados forman parte de una de las manifestaciones culturales y populares más relevantes de los mexicanos, y de los aguascalentenses en particular, sobre todo en "los días de feria". Los juegos de azar en El Casino, lo que sucede en los tapancos, la charrería, las peleas de gallos, la fiesta brava y los demás eventos, son eventos que por sí solos constituyen micromundos, pero que a su vez forman parte de una festividad mayor que es *La Feria*. Finalmente, quiero hacer mención, que los últimos años ésta ha sufrido cambios radicales, pues ha decir de la gente, prácticamente todo se ha mercantilizado: las tradicionales, las flores y aún paser por el Jardín, porque todo cuesta dinero. Tragio la siguiente cita que nos da una visión pasada de nuestra querida feria:

> *...cuando miles de feriantes recorrían las instalaciones desde un costado de Catedral para terminar en el Tívoli, con una pausa en las terrazas y tapancos, con Negrete o en Las Américas, o tal vez algunas vueltas al jardín para ver a las muchachas y obsequiarles flores y claveles ¡fresas! Dirán los jóvenes de ahora.*

¡Felicidad! Dirán los viejos entre los que no se ha perdido la costumbre de estrenar ropa el 25 de abril (*El Sol del Centro*, 1/05/2004: 9/A).

12.2,- De Bali a Aguascalientes: la pelea de gallos.

Un anuncio televisivo o una fotografía en la que se contempla la fachada de la entrada principal del jardín de San Marcos y su columna estriada de estilo jónico, que se construyó en 1808, encuya cima está postrada un águila que representa del Escudo Nacional; la balaustrada de cantera formando la exedra de la Plaza Patria, que simboliza en conjunto el centro de la República Mexicana; un cartel o un mapa de la ciudad que en su portada figura una pintura alusiva al desplumadero de una pelea de gallos, lo mismo que de un matador en plena faena con el toro, son figuras prototípicas de la Feria y de los aguascalentenses. Como también lo son la Reina de la Feria en acto de coronación -que sin duda alguna es hija de alguna familia de alcurnia- acompañada de dos princesas que parece protegen el gobernador en turno, el alto funcionario representante del Presidente, son las imágenes que el pueblo y los turistas admiran en en momento de la inaguración de la festividad. Como diría Clifford Geertz (1926-2006)-, son "textos vivos" que hay que leer para interpretarlos, como pueden ser los rituales, los sistemas de parentesco, los mitos, e incluso un drama, una novela, un gesto facial, una obra de arte, con el fin de comprender la vida cotidiana y la cultura de los hidrocálidos. La realización de una "descripción densa", agrega Geertz quien lo retoma de Gilbert Ryle, sobre "un texto vivo" como La Feria de San Marcos, y en particular de las peleas de gallos, implica realizar una etnografía profunda.

Pero ¿qué se entiende por "descripción densa"? Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón, afirman que es un concepto que él (Geertz) utiliza *"...para distinguir entre la parte conductual de la acción que puede ser superficialmente descrita en términos de gestos meramente físicos, que dependen tanto de códigos establecidos como de las intenciones de los actores en ponerlos en juego"* (Nivón y Rosas Mantecón, 1991: 49). La observación que para Geertz los seres humanos guían su comportamiento más en "programas" mentales que en esquemas conductuales, nos induce a afirmar, que el hombre no puede orientarse sólo por instintos biológicos, sino que requiere de un contexto simbólico que lo guíe en sus acciones.

Geertz publicó el libro *La interpretación de las culturas*, que es una compilación de ensayos en donde precisamente el último de ellos se titula *Juego profundo: notas sobre la riña de gallos en Bali*. Traigo a colación este texto del antropólogo, para que el lector entienda que la pelea de gallos no es un "juego" exclusivo de nuestro país, sino que tiene sus orígenes en la Antigüedad Helénica, las que hoy en día se efectúan en diversas partes del mundo, incluyendo algunos países europeos, América Latina y África. A Geertz le interesan las riñas de gallos -la palabra gallo en balines se traduce como *sabung*- por el significado simbólico que manifiestan. Tanto le interesó este tema, que realizó una larga travesía a esa lejana y exótica isla que se encuentra en el Pacífico Sur, separada de la Isla de Java por un estrecho del mismo nombre de una extensión aproximada de 5, 561 km2, con el objetivo de estudiarlo, pero es probable que a los ojos de un observador extraño le parezca un juego muy cruel. La pelea de gallos no es para Geertz una mera distracción ni una ceremonia devota, sino más bien es un asunto que tiene que ver con lo que él llama "educación sentimental".

> *Para los balineses asistir a las riñas de gallos y participar en ellas es una especie de educación sentimental. Lo que el balinés aprende ahí es cómo se manifiestan el ethos de su cultura y su sensibilidad personal (o en todo caso, ciertos aspectos del ethos y de su sensibilidad) cuando se vuelcan exteriormente en un texto colectivo; aprende que ambas cosas están lo suficientemente cerca para articularse en la simbólica de un texto como es la riña, y que este texto -la parte inquietante del fenómeno- en que se realiza esta revelación consiste en que un gallo hace pedazos a otro insensatamente* (Geertz, 1995: 34).

La educación sentimental de los balineses está vinculada con el *ethos* o el alma de un pueblo, que es lo que le da forma al modo de ser a sus habitantes, sus costumbres, su lenguaje, su cultura, su religión, su cosmovisión del mundo entre otras. El concepto *ethos* proviene de Max Weber, y es retomado por Bourdieu, el cual significa la interiorización de los valores del grupo. Algunas de las observaciones etnográficas que él encontró en el estudio de Bali, también las podemos descubrir en las peleas de gallos que se realizan en Aguascalientes cuando, curante la fiesta, las competencias se realizan durante la noche, mientras que en Bali las hacen durante el día. Tal pareciera que es "universal" el hecho de que en las peleas de gallos lo que se pone en afrenta son dos cuestiones importantes: la necesidad de prestigio de los "galleros" y su masculinidad. Esto quiere decir, que es un entretenimiento con una fuerte carga genérica, por lo que para Geertz y para otros antropólogos como Edmund Leach, el gallo no representa más que una extensión del

pene humano, y por tanto, este animal manifiesta un importante significado sexual. Leach está de acuerdo con Geertz en que: *"El gallo ha sido una metáfora del pene humano en todas las regiones de Europa, al menos desde la Grecia clásica, de manera que las imágenes visuales de la pelea de gallos y de los gallos y las gallinas están muy cargadas de implicación sexual"* (Leach: 25). Pero en Bali Geertz propuso que:

> *El prestigio, la necesidad de afirmarlo, de defenderlo, de celebrarlo, de justificarlo y de sencillamente bañarse en él (pero no buscarlo, considerando el carácter fuertemente atributivo de la estratificación en Bali), sea quizá la fuerza motriz central de la sociedad, así también, independientemente de ser penes ambulantes, sacrificios de sangre e intercambios monetarios- el prestigio es también la fuerza motriz de la riña de gallos. Esta diversión, para emplear otra frase de Erving Goffman, "un baño de sangre en el status"* (1995: 358).

Cuando recordamos las frases del corrido de *Pelea de Gallos* del compositor Juan Santiago Garrido Vargas que dice: *"¡A la Feria de San Marcos, del merito Aguascalientes, van llegando los valientes con su gallo copetón* [...] *Linda la pelea de gallos con su público bravero, con sus chorros de dinero y los gritos del gritón! Retozándose el gusto con tequila y cantadoras, no se sienten ni las horas que son puro corazón"*, inmediatamente nos remitimos a la observación de Geertz de que para un balines, la palabra "gallo".. *"...se usa metafóricamente para aludir al héroe, al guerrero, al campeón, al hombre de hígados, al candidato político, al soltero, al lechuguino, al don Juan o al tipo duro* (Geertz, 1995: 343). Al igual que en Bali, en México este calificativo se aplica en primer lugar al valiente, al "mujeriego", al "aventado", al "broncudo"; y contrariamente, la palabra "gallina" se aplica a una persona miedosa. Estamos de acuerdo en que los galleros no sólo ponen en enfrentamiento su dinero y prestigio, pero creemos que en Aguascalientes se le da más importancia al primero, mientras que para los isleños balineses el *status* es lo que en el fondo se pone en competencia.

En Bali la pelea de gallos es exclusiva para el sexo masculino, por lo que a las mujeres incluso les está prohibido verlas, ni mucho menos participar en ellas, al extremo de que se les castiga en caso de que las presencien: Situación un tanto complicada a los ojos del observador extranjero, ya que en todos los trabajos y actividades que realiza la población intervienen hombres y mujeres en igualdad de circunstancias, aun y cuando las faenas sean pesadas. Según las observaciones de Geertz, a la mujer, al igual que a los adolescentes, los niños y la gente pobre en general,

únicamente se les permite participar en juegos de azar como los dados, la ruleta y la peonza (juguete de madera en forma cónica que se hace girar), etc. (Geertz, 1995: 357). En Bali existe una división sexual del trabajo más marcada que en México.

En la ciudad de Aguascalientes las cosas son un tanto distintas -durante y fuera del periodo ferial-, ya que las mujeres pueden no sólo ser espectadoras, sino hasta participar en diversas apuestas; pero es muy posible que su intervención sea mínima, porque a fin de cuentas las riñas de gallos es un juego exclusivo de los hombres. Por otra parte, a muchas de las mujeres, y en gran medida al público en general, lo que les interesa es la variedad musical que se presenta a intervalos durante el programa en el *Palenque*, sobre todo si el artista es un cantante masculino de música vernácula como Luis Aguilar, Vicente y Alejandro Fernández o Pablo Montero. Situación que sería interesante analizar con más detenimiento, pues de momento parecería que la mujer hidrocálida ha aceptado el lugar que la cultura le propone. En una presentación de Alejandro Fernández, las mujeres de todas las edades y clases sociales asistentes al concierto hacen fila para darle un beso al joven cantante.

Sucede lo contrario en cuanto a las actividades que desarrollan las mujeres. Es conocido que en Aguascalientes, al igual que en los demás estados de la República, y en la mayoría de los países de América Latina, no existe la costumbre de que la mujer desempeñe labores que competan sólo a los hombres, a excepción de algunos trabajos muy específicos como el de las mujeres policías, pues la experiencia de mujeres trabajando en obras como la construcción de viviendas o en las vías del ferrocarril solamente se realizan en los países industrializados. Desde hace tres décadas hasta el presente, la mujer aguascalentense ha sido más autónoma ya que estudia y trabaja; sin embargo, existe todavía una visión tradicional y machista que piensa que su lugar debe de estar al lado de sus hijos y atendiendo el hogar. Se puede concluir entonces, que las peleas de gallos en Aguascalientes no hay que verlas solamente como un evento que se presta para una aglomeración social, sino que más bien es un ritual en el que se manifiestan diversos significados como el paso del tiempo, la concepción entre el bien y el mal, el prestigio, la fortuna o la fatalidad y la relación de género. Hirsch y Wright esbozan lo siguiente:

> *Si usted, por ejemplo, toma la pelea de gallos de los balineses, no es una interpretación que pueda ser dada en esos términos por un balinés monolingüe.*

Ellos están haciendo una pelea de gallos, no están discutiendo el simbolismo expresivo [...]. Es un modo discursivo distinto, es un modo discursivo que surge de la antropología, que no es accesible a la gente que no está en ese marco de referencia. Hoy en día encontrará balineses que están o poseen ese marco de referencia, pero cuando yo estuve allí no era así (1993: 125).

12.3.- La tauromaquia en Aguascalientes.

En lo referente a las corrida de toros, ó tauromaquia, (que viene del griego *taurus* - toro y *mahko* - lucha) que significa *técnica y arte de la lidia de toros*. Su origen es hispano: En España fueron muchas las influencias que dejaron los cartagines, los romanos y los árabes: los hospitales, la música y el baile, y las corridas de toros que comenzaron en Granada. *A los árabes se debe las costumbres más indiscutiblemente ibéricas: Por ejemplo, aquellas corridas de toros, nacidas en Granada, cuando en la arena -llamada midán-, rodeada con una fuerte empalizada, se enfrentaban los toros y los perros* (Antaki, 1993: 93). En nuestro país, la tauromaquia "como la conocemos actualmente, se consolida en el segundo tercio del siglo XIX, cuando un torero del *Rincón del Sur* , de Cádiz para ser precisos, llamado *Bernardo Gaviño*, trae a México la forma de lidiar toros preconizada por *José Delgado Illo* o Pepe *Illo*, en su *Tauromaquia*, obra que data de 1796" (González Fisher, 2000: 38). En este tenor, el poeta español Federico García Lorca, en su obra *Teoría y juego del duende*, explica la corrida de toros de la siguiente manera: *España es el único país donde la muerte es el espectáculo nacional, donde la muerte toca largos clarines a la llegada de las primaveras, y su arte está siempre regido por un duende agudo que le ha dado su diferencia y su calidad de invención.*

En México, el espectáculo de los toros comenzó poco después de la caída de Tenochtitlán. El permiso para "correr toros" junto a otro tipo de diversiones como el juego de cañas fue el 31 de julio de 1528. A partir de esta fecha, las corridas de toros se celebraban en los meses de junio, julio y agosto, en honor a San Juan, Santiago y la Asunción de Nuestra Señora, pero sobre todo de San Hipólito, día en que se recordaba la derrota de los mexicas por los españoles (Flores Hernández, 2003: 35-36). En Aguascalientes, las corridas de toros tienen una larga historia, al grado que constituye un festejo en el que se identifican los hidrocálidos, ya que están ligadas a los festejos abrileños. Las corridas de toros se dan prácticamente todos los días, algunas veces buenas y otras no tanto, de tal manera que se puede afirmar que una feria sin corrida de toros no

es feria. Durante esos días primaverales, es posible escuchar cada tarde, los clarines que anuncian el inicio del festejo, los repetitivos "¡óle!", seguidos de los ruidosos aplausos que retumban como un eco por diversos rumbos de la ciudad.

La tauromaquia ha sido uno de los consumos culturales favoritos del turismo y de los nativos del Estado. Aunque para los extranjeros que desconocen el significado de este ritual, el espectáculo de los toros más bien les parece un festín sanguinario al que no le encuentran sentido, y que más bien les recuerda episodios sangrientos del circo romano; pero en el que el mártir ya no es un cristiano, sino una bestia salvaje. Por ejemplo, un turista norteamericano esperaría que una lidia de toros terminara con un desenlace final, en el que hubiera un ganador y un perdedor, como en un juego de fútbol americano, o en una película de Hollywood en la que el bueno siempre gana; pero la realidad es que en una corrida, el final es conocido de antemano y consiste en que el matador ejecuta al toro, aunque existen sus excepciones cuando el toro hiere a su verdugo al darle una cornada mortal (Bretherton Díaz de Sandi, 1997 148). La lucha libre o una obra de teatro son parecidas a las corridas de toros ya que de antemano se conoce cual será el final[42].

Las primeras corridas de toros fueron a un costado de Catedral, en donde se acondicionaba un escenario improvisado con tablas para estos festejos. La primera plaza de toros fija fue construida en los terrenos del barrio de San Marcos al que se le llamó del *Buen Gusto* y se remonta a 1849. A fines del siglo XIX, se cnstruyó en menos de dos meses, la *Plaza San Marcos* y se estrenó con tres corridas el 24, 25 y 26 de abril de 1896; este inmueble aún se encuentra en pie en la segunda calle de la Democracia, y que por cierto, hubo molestias por parte de los vecinos donde se construyó, por el peligro que representaba para los moradores el que se trasladaran constantemente estos animales a dicho lugar (Ramírez, 1996); e incluso, existen decretos del Congreso estatal, como el de 1900 que prohiben la fiesta brava, situación muy parecida a la actual, en que ecologista y rotectoras de animales han querido boicotearla.

---

[42] *Según refiere el profesor Alejandro Topete del Valle, cronista de la ciudad. Calificada por algunos como diversión sangrienta, cruel y ajena de los pueblos civilizados, fue prohibida en numerosas ocasiones que siempre fracasaron, como sucedió en el famoso decreto de 1080 del Congreso local en el año de 1900, cuyos efectos se suspendieron, también por un decreto que curiosamente no tuvo vigencia durante los días de la Feria de San Marcos* (Ramírez, 1995: 82).

En esta plaza, en donde ahora se presentan espectáculos gratuitos artísticos y musicales, toreó el matador español Juan Jiménez Ecijano, en un cartel de lujo que inició a las 16:30 P. M. A partir de esa fecha hasta su cierre, la *Plaza San Marcos* fue el escenario en donde se presentaron grandes figuras del ruedo, que dieron lo mejor de su arte al público, como fueron: Manuel Rodríguez "Manolete", Alfonso Ramírez "Calesero" y Rafael Rodríguez "El volcán de Aguascalientes", entre otros. En *El Sol del Centro* se comenta un suceso que ocurrió con "los verdes" y las corridas de toros: *Los partidos ecologistas se opusieron primero y después criticaron acremente el suceso de que la esposa del Alcalde obsequiara boletos para que los alumnos de la Ciudad de los Niños asistieran a una corrida de toros y pusieron -los verdes- "el grito en el cielo" como se dice vulgarmente* (Brand, 2004: 10/A).

Fue hasta 1974 en que esta plaza fue el escenario de múltiples corridas taurinas que hoy permanecen en el recuerdo de los aficionados, ya que un año después se levantó la *Plaza de Toros Monumental*, que se inauguró el 23 de noviembre de 1975, y que una década después superó a la anterior en estética y amplitud, al remodelarse con el fin de ampliar la capacidad para 15,000 taurófilos. Esta plaza -que es considerada una de las más grandes del país-, es un soberbio escenario, en el que han desfilado los mejores toreros, tanto de México como de otros países sobre todo de España; y por supuesto, los nacidos en este terruño como Fermín Espinoza, a quien por cierto se le edificó una estatua en su memoria. Miguel Espinoza "Armillita" tomó la alternativa el 4 de enero de 1976 en la Monumental de Aguascalientes, y el segundo en la ciudad de Querétaro el 26 de noviembre de 1977. Oriundos del Barrio de Triana, han sobresalido por su valentía en los ruedos Alfonso Ramírez Alonso *Calesero*, Fernando Brand y Jesús Delgadillo *El Estudiante*, Arturo Muñoz *La Chicha* y Alfonso Pedroza *La Gripa* (González Fischer, 2000: 38-39). Otros toreros nacidos en el terruño y que se han distinguido en los ruedos son Luis Fernando Sánchez el "torero de la onza" y Jorge Mora que hizo su debut en la *Plaza San Marcos* en 1989. Aguascalientes ha sido desde principios del siglo pasado, una excelente plaza para los amantes de la fiesta brava.

12.4.- Comentarios.

a) La Feria de San Marcos, de tener un carácter sagrado y mercantil en sus orígenes, con el transcurso de los años se ha convertido -sobre todo en las últimas tres décadas- en una fiesta profana, en donde el alcoholismo, la drogadicción y la prostitución, hacen gala de presencia. Y son por decirlo de alguna manera, uno de los sellos que la distinguen, al igual que las corridas de toros, los juegos de azar y las peleas de gallos; eventos que contienen un significado muy profundo en la sociedad de Aguascalientes, y que es de suma importancia para que el antropólogo los investigue, pues tal parece que en el fondo de ellos se encuentra la identidad del aguascalentense. En cuanto a la venta de alimentos, son problemas hasta cierto punto regulares, normales en todas las de su clase; que en ellos se venda carne echada a perder, alto precio de la comida, etc. Un ejemplo, a la mitad de la feria del 2004, se habían ya levantado 200 multas a negocios que expedían carne de dudosa calidad como salchichas en mal estado, situación que ocasionó muchos feriantes adquirieran enfermedades, como la diarrea. *Uno de los principales problemas con los que se ha encontrado la dependencia tiene que ver con el hecho de que en los restaurantes los precios de los alimentos no se encuentran a la vista del público, lo que puede provocar que los feriantes caigan en engaños pensando que el sitio es barato cuando la factura es sumamente alta* (*El Sol del Centro*, 3/09/2004: 10/A).

b) El alcoholismo llega a tal extremo, que las tiendas de abarrotes, cuando han cerrado las cantinas y antros del perímetro ferial, se aprovechan para hacer "su agosto" al vender las conocidas "caguamas" a los trasnochados "para a curarse". Es común ver en las banquetas y en las bancas de los jardines a gente durmiendo la mona; escuchamnos con frecuencia decir a la gente que en la feria "todo lo que está prohibido durante el año se vuelve permisible". Coincido con Mike Featherstone en lo que dice de carnaval y otros eventos festivos y sociales de la misma naturaleza, que son desordenes necesarios para la continuidad del orden social. *De ahí la atracción de los sitios de "desorden-ordenado": el carnaval, las ferias, el music hall, los espectáculos, los centros de vacaciones y, en la actualidad, los parques temáticos, los paseos comerciales, el turismo, etcétera"* (Featherstone, 2000: 141). G. Balandier siguiendo a Jeanmaire escribe:

> *Henri Jeanmaire ha abierto otra vía al comprobar: "Simbolización de un deseo un sueño de desorden siempre recomenzando, el Carnaval expresa (un) deseo profundo*

de libertad [...] El debate orden/desorden es constante en toda sociedad; es inseparable de su existencia misma, como la de todo ser: lugar de fuerzas, de procesos, de cambios continuamente [...] (Balandier, 1999: 122).

c) La *Feria* es el acontecimiento social más relevante de cada año para los hidrocálidos e indiscutiblemente forma parte de su psicología. Que con el pasar del tiempo, ha sufrido cambios radicales en su contenido; ni duda cabe que las influencias culturales provenientes de los Estados Unidos son inegables, como es el caso de los "talladores" y edecanes procedentes de Las Vegas, Nevada. Cómo olvidar aquellos años en que los jóvenes acostumbraban estrenar ropa el 25 de abril o regalar a las muchachas flores y claveles, tirarles confeti o romperles cascarones. La fiesta sanmarqueña continúa siendo el eje, alrededor del cual gira la vida y las actividades cotidianas de los hidrocálidos. El año se organiza en función en un "antes" y un "después" de ella; tanto, que la ocupación del tiempo libre fuera del trabajo cobra un simbolismo especial durante el período de la verbena. La *Feria* sanmarqueña es un conjunto de prácticas, representaciones que la sociedad se hace sobre sí misma y sus tiempos: *Ante el tiempo libre se presenta la siguiente disyuntiva: ser un día de descanso que permita restituir las energías con sobriedad y completar el tiempo normal, o transformarlo en un día extraordinario fuera de la lógica del tiempo normal. Es aquí donde se abre nuevamente la disyuntiva, o se da el tiempo solemne o el festivo* (Plascencia Martínez, 1998: 51). Esto la hace profundamente homóloga con el carnaval.

d) Durante las tres semanas que dura verbena primaveral, se genera un cambio radical en las prácticas sociales de la población. En núcleos elitistas y conservadore en los 21 días que dura la feria se observa en ellos actitudes desinhibidas, raramente visibles en el resto del año; por ejemplo, es común ver guante esos días adolescentes en estado de ebriedad. Dice Feathersstone: *Los carnavales, los festivales y las ferias, que son entendidas como inversiones, trasgresiones simbólicas en las que se construyen y deforman mutuamente las distinciones entre lo alto y lo bajo, lo oficial y lo popular, lo grotesco y lo clásico* (Featherstone, 2000: 137). Roberto Da Matta comenta lo siguiente: *[...] Vi pessoas dormindo, urinando e fazendo amor nos bancos dos pequenos jardins do centro da cidade. Também vi pessoas com suas famílias, acampadas em pleno centro de cidade. Olhavam despreocupadas a passagem dos grupos de foliões e dos blocos carnavalescos, sentadas em cadeiras de alumínio. Por perto, tinham seu automóvel aberto, onde as criancas dormitavam* (Da Matta, 1983: 89)

Algunos ejemplos: en primer lugar se "borran" temporalmente las fronteras sociales entre extraños y conocidos, entre ricos y pobres y entre jóvenes y adultos, pues es común ver abrazados a los obreros con su patrón bajo los efectos de la embriaguez; también que hombres y mujeres, jóvenes y adolescentes, de todas las clases sociales, se entreguen al alcohol, mientras que homosexuales y lesbianas dan rienda suelta a sus preferencias en plena vía pública, sin ninguna inhibición. Tal parecería que La Feria de San Marcos es un escape para que los aguascalentenses liberen la represión interna acumulada durante el año. Al término de la fiesta, es común escuchar comentarios nada agradables sobre el comportamiento de los conocidos. La verbena es como un motor a toda capacidad y a punto de estallar. Esta situación es parecida a las de otras ciudades donde se llevan festejos similares: Guanajuato, Veracruz, Mazatlán, Chetumal, Mérida Tepoztlán, Huejotzingo, León, etc. Octavio Paz hace un retrato sobre la conducta del mexicano durante las fiestas:

> *El mexicano, ser hosco, encerrado en sí mismo, de pronto estalla, se abre el pecho y se exhibe, con cierta complacencia y deteniéndose en los repliegues vergonzosos o terribles de su intimidad. No somos francos, pero nuestra sinceridad puede llegar a extremos que horrorizarían a un europeo la manera explosiva y dramática, a veces suicida, con que nos desnudamos y entregamos, inermes casi, revela que algo asfixia y cohíbe. Algo nos impide ser. Y porque no nos atrevemos no podemos enfrentarnos con nuestro ser, recurrimos a la Fiesta. Ella nos lanza al vacío, embriaguez que se quema a sí misma* (1981: 48).

e) Existe un sector de la sociedad, sobre todo la población de clase media y alta, que aprovecha el tiempo feriado para comprar paquetes turísticos en el período ferial y para salir de vacaciones fuera a destinos nacionales o en el extranjero, según sean sus posibilidades; mientras que para los jóvenes de escasos recursos y estudiantes prefieren mejor quedarse a trabajar en la Feria para pagar colegiaturas y traer algo de dinero en el bolsillo, ya que durante las tres semanas que dura la verbena se dan muchas para trabajar. También hay jóvenes que ahorraron durante el año para arriesgarse a abrir un negocio, que no siempre tiene éxito deseado. El destino de los que salen de vacaciones varía: desde los que prefieren ir al rancho en alguno de los municipios del Estado para no sufrir las tentaciones de la verbena, hasta los que visitan las playas de Puerto Vallarta, Mazatlán, Acpulco o Cancú; y los que tienen dinero sus preferencias en el extranjero son Cuba, los Estados Unidos, Canadá o Europa.

f) La Feria Nacional de San Marcos[43] es un espacio y tiempo cultural en que se interpreta la sociedad a sí misma, un punto de convergencia en el cual muchos de los hidrocálidos encuentran su propia identidad. Desde otra perspectiva, la feria es un negocio para el Patronato, el Gobieno Municipal y Estatal, los hotelerso y lo sempresarios, que son los que siempre salen ganando. Finalizo este apartado con la siguiente reflexión que hacen Featherstone y Wordsworth sobre la feria europea de San Bartolomé en *The Prelude* (1804), que en muchos aspectos nos recuerda la de *San Marcos,* para después pasar a la presentación de resultados de información cuantitativa y sus respectivos comentarios y discusión: *...el color el movimiento, la forma, la vista y los sonidos" de las maravillas de todas partes del mundo que se mezclan para producir una trasgresión y una conclusión de los límites en los que los seres humanos se transforman en animales, los animales en seres humanos* (Featherstone, 2000: 139).

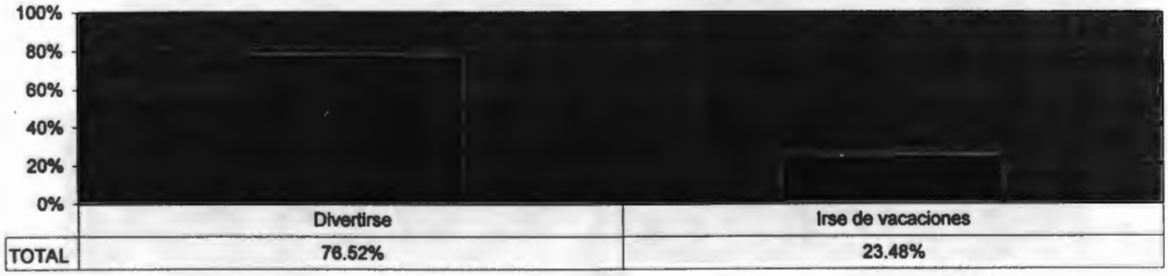
[43] Por cierto el Jardín ya tiene su propia leyenda que trata de un fantasma que es un ánima que anda vagando en pena, y que todos los días en la aurora llega a las puertas de la Iglesia para orar por sus pecados para de inmediato desaparecer.

12.1.- ¿Qué es lo que hace durante el período ferial? De un total de 230 encuestados, el 76.52% de ellos opinaron que se divierten y el 23.48% prefiere irse de vacaciones. De estos últimos, el 45.88% de individuos que pertenecen a la clase alta son los que más salen de la ciudad y el 54.12% se divierten en la feria; mientras que la clase baja (91.67%) es la que más disfruta de la verbena, aunque sólo sea para "irse a dar la vuelta al jardín o a llevar los niños a los juegos mecánicos" y únicamente el 8.33% se van de vacaciones . Cabe mencionar que hubo informantes -sobre todo de las clases media y alta- que contestaron que las vacaciones las dividen: una semana se van de vacaciones y las otras dos se quedan a disfrutar la verbena abrileña, o veceversa.

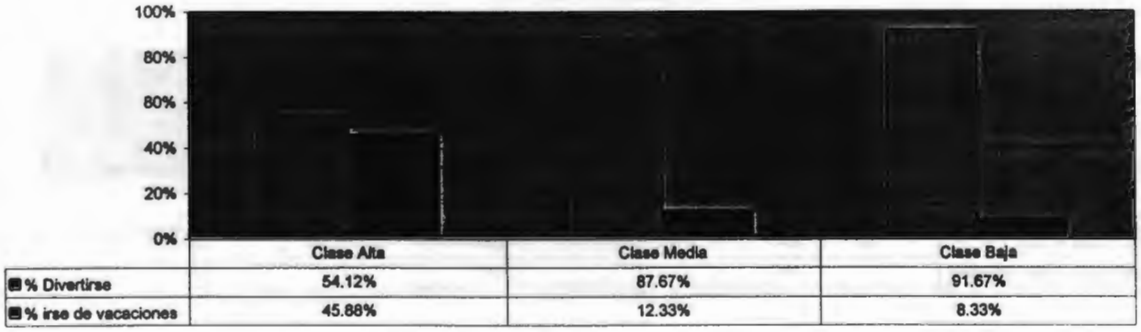
75. Quedarse a la feria ó salir de vacaciones.

	GRUPOS SOCIALES	Divertirse	% Divertirse	Irse de vacaciones	% irse de vacaciones	TOTAL	%
1	Clase Alta	46	54.12%	39	45.88%	85	100%
2	Clase Media	64	87.67%	9	12.33%	73	100%
3	Clase Baja	66	91.67%	6	8.33%	72	100%
	Total	176		54		230	
		76.52%		23.48%		100%	

¿Qué es lo que hace durante el período ferial?



¿Qué es lo que hace durante el período ferial?

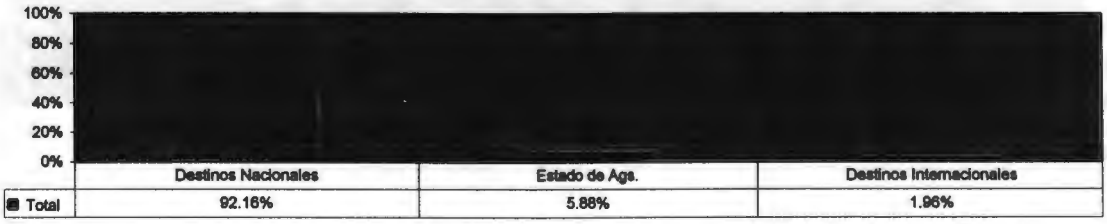


12.2.- ¿A dónde sale de vacaciones? Hubo 51 respuestas a esta pregunta que equivale al 100% de la muestra. Los destinos nacionales fueron los turísticos que fueron 92.16%, de los cuales el 97.0% que fue la mayoría, pertenecen a la clase alta; mientras que en los destinos internacionales únicamente una (3.0%), también de la clase alta fue a los Estados Unidos-. La clase baja, por su parte, es la que más salió a algún sitio del Estado (50.00%). Los lugares que visitaron por clases sociales fueron: **Clase Alta**: (5) "playa", (1) Monterrey y (1) dijo que "es variable a donde vamos". (6) "a la playa", (1) "a donde se pueda", (5) "Puerto Vallarta y "lugares coloniales". (2) Can Cún, (2) Mazatlán, (8) playa, (1) San Luis Potosí, (1) Manzanillo, (1) Distrito Federal, (1) Estados Unidos, (1) Puerto Vallarta, (1) "a donde se pueda" y (1) San Miguel Allende. **Clase Media**: (8) "vacaciones a la playa", (1) Distrito Federal y (1) Puebla. **Clase Baja**: (1) Guayabitos, Jalisco, (1) Río Verde, (2) Puerto Vallarta y (2) fueron de vacaciones al "al rancho".

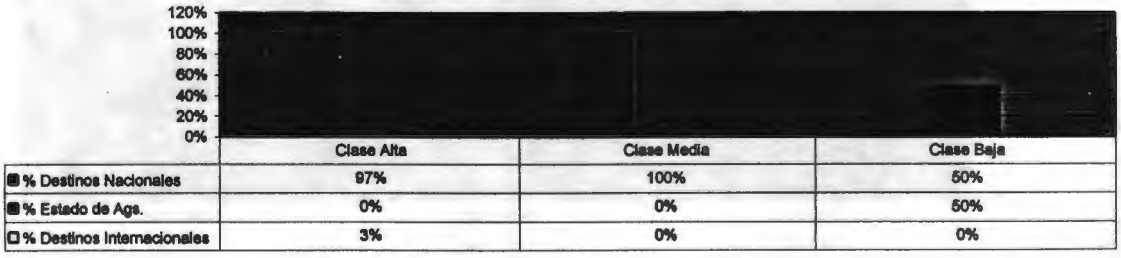
76. Vacaciones.

	GRUPOS SOCIALES	Destinos Nacionales	% Destinos Nacionales	Estado de Ags.	% Estado de Ags.	Destinos Internacionales	% Destinos Internacionales	TOTAL	TOTAL
1	Clase Alta	34	97%	0	0%	1	3%	35	100%
2	Clase Media	10	100%	0	0%	0	0%	10	100%
3	Clase Baja	3	50%	3	50%	0	0%	6	100%
	Total	47		3		1		51	
		92.16%		5.88%		1.96%		100%	

¿A dónde sale de vacaciones?



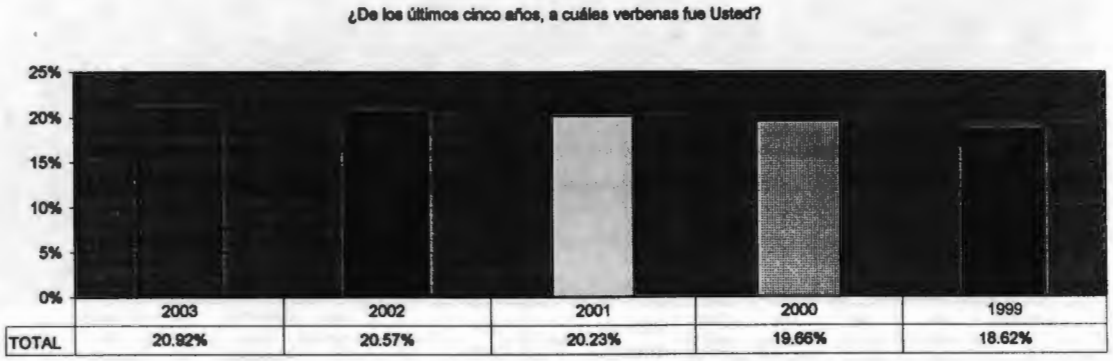
¿A dónde sale de vacaciones?



12.3.- ¿De los últimos cinco años, a cuáles verbenas fue Usted? Desde 1999 hasta el 2003 los participantes a la feria fueron en aumento ya que es gratis y masiva. Por ejemplo, mientras que en 1999 fue el 18.62%, en el 2003 fue el 20.92%. A excepción de este último año en que la clase baja fue la que más asistió a la feria -62-, los cuatro años anteriores fue la clase alta la que más concurrió a las festividades abrileñas. Según la gráfica, podemos concluir que la clase alta -312- y la baja -294- van más seguido a la feria, pero el tipo de diversiones varía, ya que mientras que la primera asiste al casino o al palenque a ver una variedad, la segunda a los juegos mecánicos o al Teatro del Pueblo.

77. Asistencia a la verbena.

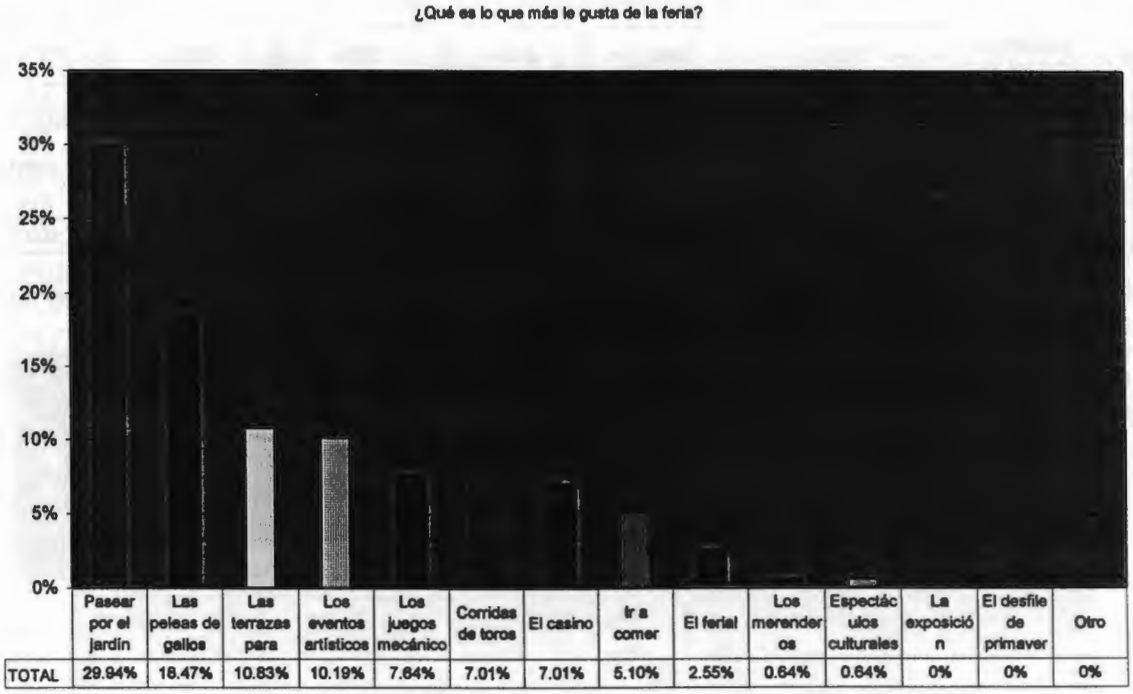
	GRUPOS SOCIALES	2003	2002	2001	2000	1999	TOTAL
1	Clase Alta	61	65	65	65	56	312
2	Clase Media	59	54	52	48	51	264
3	Clase Baja	62	60	59	58	55	294
	Total	182	179	176	171	162	870
	%	20.92%	20.57%	20.23%	19.66%	18.62%	100%



12.4.- ¿Qué es lo que más le gusta de la feria? Las actividades que más les gustan de la feria a los son las siguientes: pasear por el jardín (29.94%), asistir a las peleas de gallos (18.47%) y las terrazas para bailar (10.83%), mientras que nadie contestó que le gustara la exposición ganadera o el desfile de primavera. Cabe señalar que la clase alta es la que más asiste a las corridas de toros -11-, al casino -11-, los que más van a comer -8- y los que más frecuentan los merenderos -1-; aunque también son los que más asisten a los eventos artísticos -16- y a los espectáculos culturales -1-. Por el contrario, la clase baja -28- es quien más se pasea por el jardín y a las terrazas para bailar –11- y la clase media -16- la que más asiste a los gallos. Causa sorpresa que muchas familias de clase media ejercen la actividad ganadera, y que en la encuesta no haya contestado ningún informante qué le gustara.

78. Lo que más gusta.

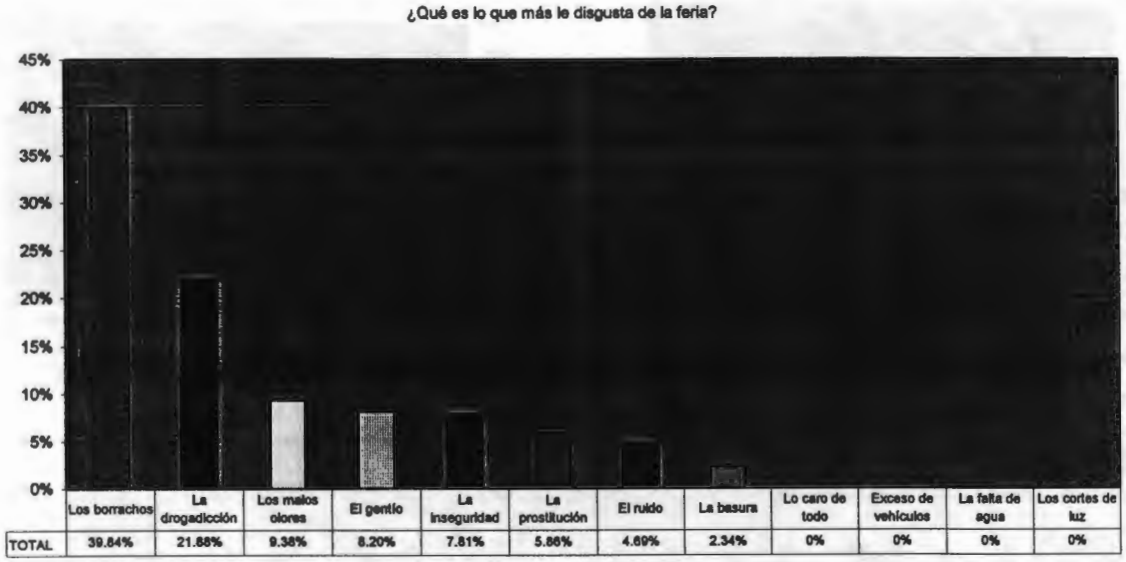
	GRUPOS SOCIALES	Pasear por el jardín	Las peleas de gallos	Las terrazas para bailar	Los eventos artísticos	Los juegos mecánicos	Corridas de toros	El casino	Ir a comer	El ferial	Los merenderos	Espectáculos culturales	La exposición ganadera	El desfile de primavera	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	0	0	11	16	1	11	11	8	0	1	1	0	0	0	60
2	Clase Media	19	16	0	0	7	0	0	0	4	0	0	0	0	0	46
3	Clase Baja	28	13	6	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	51
	Total	47	29	17	16	12	11	11	8	4	1	1	0	0	0	157
	%	29.94 %	18.47%	10.83%	10.19%	7.64%	7.01%	7.01%	5.10%	2.55%	0.64%	0.64%	0%	0%	0%	100%



12.5.- ¿Qué es lo que más les disgusta de la feria? Esta pregunta la contestaron 256 informantes que corresponde al 100% de la muestra. Lo que más les disgusta a los feriantes son los borrachos (39.84%), la drogadicción (21.88%) y los malos olores -(9.38%). La clase media es la que más detesta a los borrachos -43-, la inseguridad -15- y el gentío -12-, y la clase baja la que más aborrece la drogadicción -42-, la prostitución -15- y los malos olores -13-. A la clase alta lo que más le incomoda es el ruido -12- y la basura -6-. Nadie contestó las últimas cuatro opciones: lo caro de todo, el exceso de vehículos, la falta de agua y los cortes de luz que son muy comunes.

79. Lo que más disgusta.

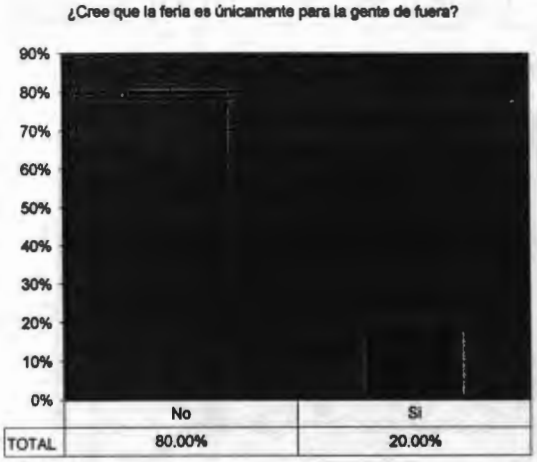
	GRUPOS SOCIALES	Los borrachos	La drogadicción	Los malos olores	El gentío	La inseguridad	La prostitución	El ruido	La basura	Lo caro de todo	Exceso de vehículos	La falta de agua	Los cortes de luz	TOTAL
1	Clase Alta	19	9	4	9	5	0	12	6	0	0	0	0	64
2	Clase Media	43	5	7	12	15	0	0	0	0	0	0	0	82
3	Clase Baja	40	42	13	0	0	15	0	0	0	0	0	0	110
	Total	102	56	24	21	20	15	12	6	0	0	0	0	256
	%	39.84%	21.88%	9.38%	8.20%	7.81%	5.86%	4.69%	2.34%	0%	0%	0%	0%	100%

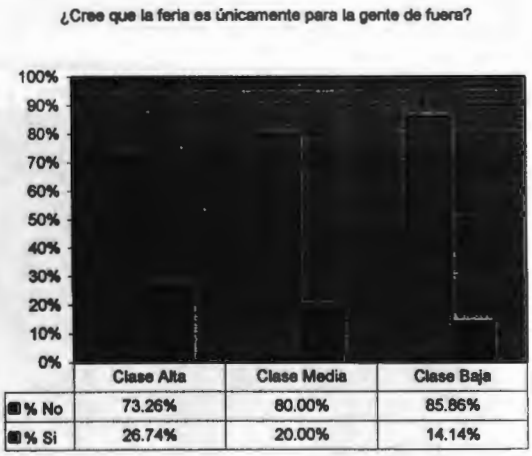


12.6.- ¿Cree que la feria es únicamente para la "gente de fuera"? De 270 encuestados que es el 100% de la muestra, el 80.00% considera que la feria no es sólo para los visitantes; mientras que el 20.00% dijeron que la verbena sólo es para los turistas. En el mismo tenor, el 85.86% de los informantes de la clase baja coinciden con el primer punto de vista, y el 26.74% personas de la clase alta piensan que en general la verbena es para la gente que viene de la varias partes del país y el extranjero. Las respuestas de los informantes a esta pregunta demostró lo contrario a lo que pensábamos, en el sentido de que en su mayoría la clase baja sería la más renuente a aceptar que la feria es para "los de afuera", debido a que son los que traen más dinero.

80. Para quien es la feria

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	SI	% SI	TOTAL	%
1	Clase Alta	63	73.26%	23	26.74%	86	100%
2	Clase Media	68	80.00%	17	20.00%	85	100%
3	Clase Baja	85	85.86%	14	14.14%	99	100%
	Total	216		54		270	
		80.00%		20.00%		100%	



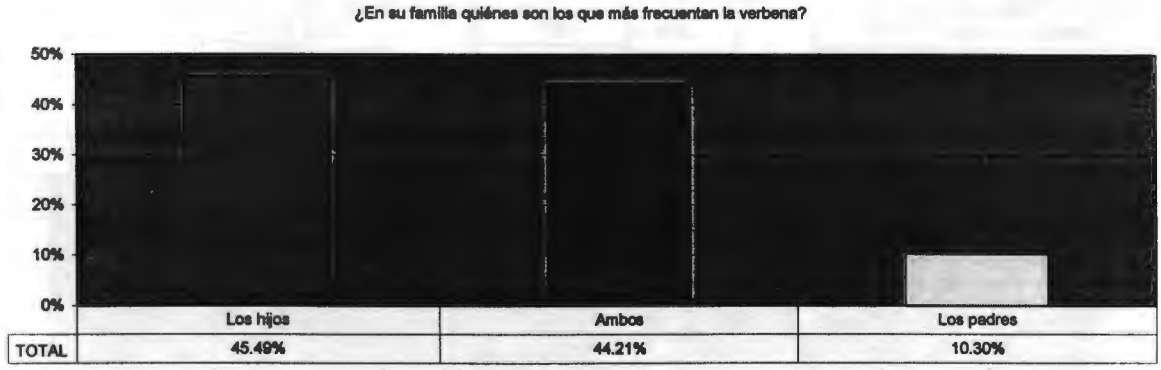


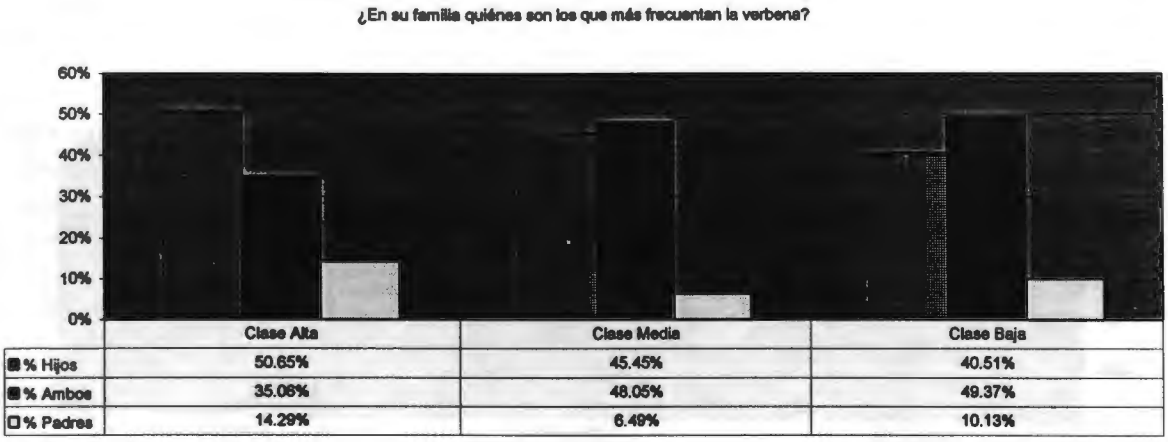
12.7.- ¿Por qué piensa que es solamente para "los de fuera"? Las respuestas fueron las siguientes: **Clase Alta**: 1. "porque año con año es lo mismo", 2. "los de aquí disfrutan igual", 3. "por lo caro", 4. "los de afuera son los que más se divierten", 5. "la gente no tiene dinero para distraerse", 6. "hay eventos y espectáculo para todos", 7. "los que más conocemos somos nosotros", 8. "la feria se hizo para la gente de aquí", 9. "por el atractivo turístico", 10. "aquí vivo, asisto y me divierto", 11. "mucha gente de aquí también asiste", 12. "es demasiado cara", 13. "nosotros también podemos disfrutarla", 14. "para los de fuera es novedad", 15. "a los de aquí se nos hace cansados tantos días", 16. "es de nuestra ciudad", 17. "a la gente de aquí ya no le atrae" y 18. "a los de aquí ya no nos atrae". **Clase Media**: 1. "ellos -los turistas- traen solvencia", 2. "(los turistas) pueden venir porque traen dinero y vienen a distraerse", 3. "los de fuera traen dinero" y 4. "no vamos por la inseguridad". **Clase Baja**: 1. "porque los visitantes son los que tienen dinero para gastar", 2. "los turistas son los que traen dinero", 3."los de aquí no vamos" y 4. "no tenemos dinero para gastar".

12.8.- ¿En su familia quiénes son los que más frecuentan la verbena? Esta pregunta la contestaron 233 informantes que fueron el 100%. En comparación de los padres que fue del 10.30%, de los cuales 11 pertenecen a la clase alta, los hijos -de las familias de clase alta que son -39-, son los que más frecuentan la feria que fue el porcentaje mayor con el 45.49%. Resalta también el hecho de que 39 de un porcentaje total de 44.21% personas de la clase baja, dijeron que van a divertirse a la feria en familia. Por tanto, podemos decir que los hijos, solos o en familia, son los que más van a la feria.

81. Participación de la familia en la feria.

	GRUPOS SOCIALES	Los hijos	% Hijos	Ambos	% Ambos	Los padres	% Padres	TOTAL	%
1	Clase Alta	39	50.65%	27	35.06%	11	14.29%	77	8849%
2	Clase Media	35	45.45%	37	48.05%	5	6.49%	77	8255%
3	Clase Baja	32	40.51%	39	49.37%	8	10.13%	79	8759%
	Total	106		103		24		233	36000%
		45.49%		44.21%		10.30%		100%	

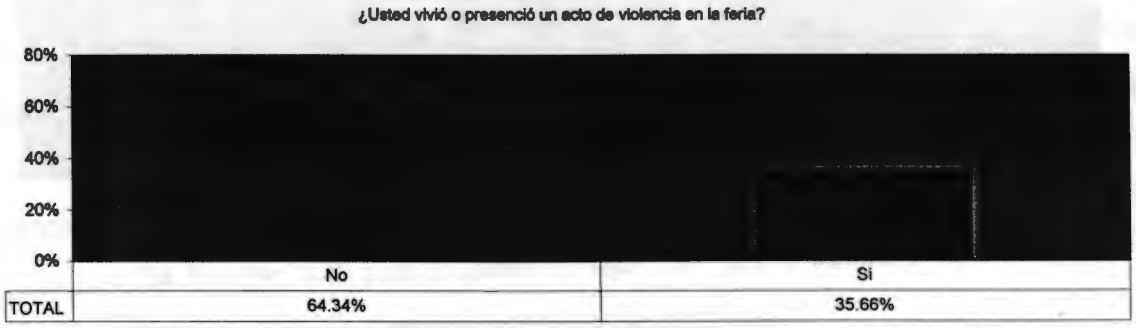


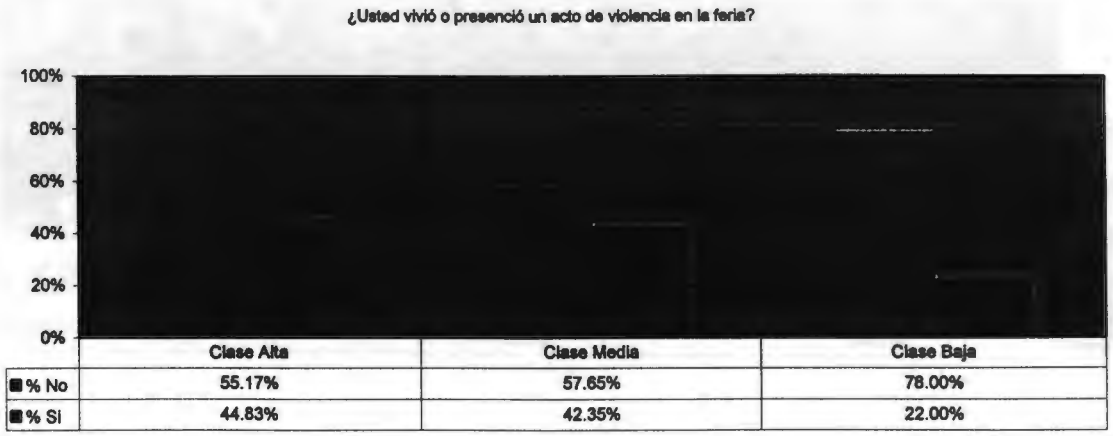


12.9.- ¿Usted vivió o presenció un acto de violencia en la feria? De 272 entrevistados, el 64.34% opinaron que no presenciaron actos violentos y el 35.66% sí. Por clases sociales, el 44.83% de las personas de la clase alta son los que más los han visto, y el 78.00% de la clase baja son los que menos los han presenciado. Estos porcentajes son cuestionables pues los hechos de sangre que suceden en la verbena se dan en los antros o tapancos "de mala muerte", que es donde asiste más la gente pobre, y en donde circula más la droga y se alcoholizan los feriantes porque las bebidas son más baratas. Supuestamente esta actitud se debe a que se avergüenzan en decir la verdad aún y cuando los diarios opinen que la *Feria* tuvo un saldo blanco.

82. Violencia en la feria.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	%
1	Clase Alta	48	55.17%	39	44.83%	87	100%
2	Clase Media	49	57.65%	36	42.35%	85	100%
3	Clase Baja	78	78.00%	22	22.00%	100	100%
	Total	175		97		272	
		64.34%		35.66%		100%	

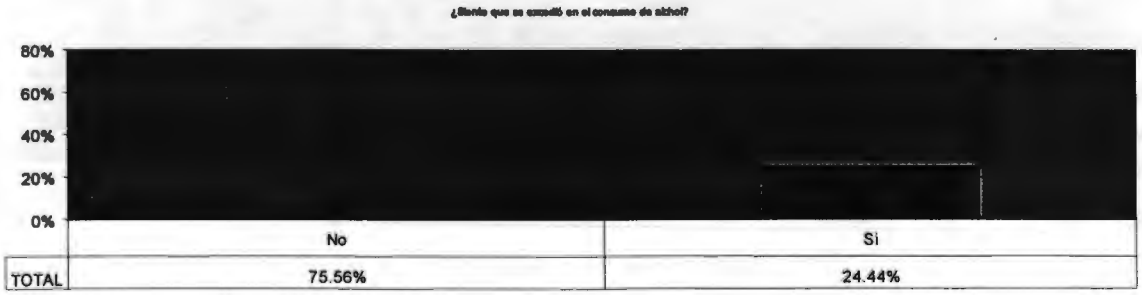


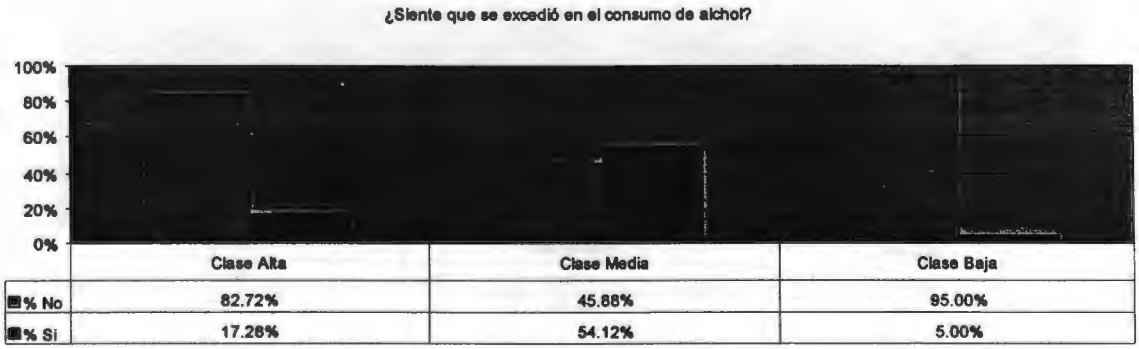


12.10.- ¿Siente que se excedió en el consumo de alcohol? Las respuestas a esta pregunta la contestaron 266 personas correspondiente al 100% de la muestra, y los resultados fueron los siguientes: el 75.56% opinaron que no se excedieron y el 24.44% de ellos sí creen que lo hicieron. La clase media fue la que reconoció que más se excedió con el 54.12%, y el 95.00% de los entrevistados de la clase baja fueron los que menos se propasaron, porcentaje muy discutible por ser muy alto, ya que durante la verbena se observa a muchas personas de esta clase alcoholizadas. La interpretación que damos a esta respuesta es la misma que la anterior: resulta penoso para ellos decir que durante la verbena sí exageraron el consumo de alcohol.

83. Consumo de alcohol.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	%
1	Clase Alta	67	82.72%	14	17.28%	81	100%
2	Clase Media	39	45.88%	46	54.12%	85	100%
3	Clase Baja	95	95.00%	5	5.00%	100	100%
	Total	201		65		266	
		75.56%		24.44%		100%	

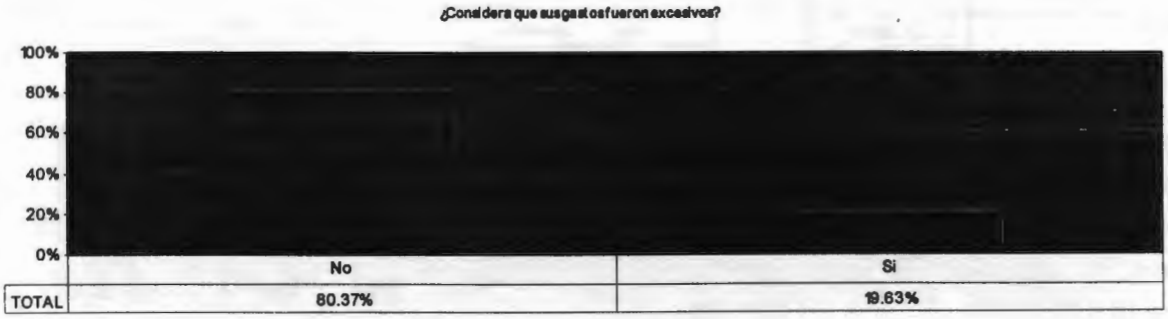


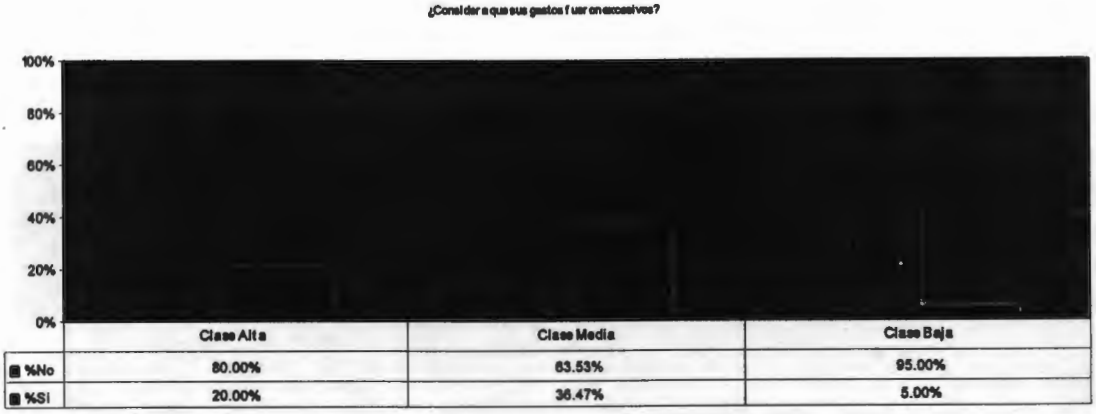


12.11.- ¿Considera que sus gastos fueron excesivos? De un total de 270 entrevistados, el 80.37% contestaron que no se excedieron en sus gastos; mientras que los que sí lo hicieron fue sólo el 19.63%. Cuando abordamos el comportamiento de las clases sociales, vemos respuestas casi similares a las de la anterior pregunta, ya que los gastos de la clase baja no fueron muy excesivos (95.00%); la clase media (36.47%) fue la que más dinero despilfarró durante la verbena abrileña.

84. Gastos personales durante la feria.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	%
1	Clase Alta	68	80.00%	17	20.00%	85	100%
2	Clase Media	54	63.53%	31	36.47%	85	100%
3	Clase Baja	95	95.00%	5	5.00%	100	100%
	Total	217		53		270	
		80.37%		19.63%		100%	





Capítulo XIII. El deporte.

13.1.- Introducción.

Como en cualquier otra parte del país o del mundo, el deporte en Aguascalientes juega un papel muy importante en el entretenimiento de la sociedad. En este capítulo, nos proponemos indagar las prácticas y representaciones que los hidrocálidos tienen en y hacia el deporte. No sólo la manera en que lo practica, que puede ser muy variada, sino también la importancia que tiene en los hidrocálidos ver los espectáculos deportivos por televisión, cable, videos, revistas, libros, etc, en sus ratos de ocio. Iniciaré la primera parte de este apartado comentando un poco de historia de los deportes más populares, para luego realizar un ejercicio de análisis sobre el ritual del fútbol. Al final, se presentarán los gráficos y su respectiva interpretación.

Existen espectáculos como los deportivos, en donde el público que los presencia o practica es heterogéneo, pues hombres y mujeres, niños y personas de mayor edad participan en ellos, en que tiene que ver el tipo de deporte que se ejercita. El deporte como diversión y práctica social, es uno de los pasatiempos predilectos de la sociedad de diversas edades y clases sociales. En Aguascalientes, en comparación con otros estados, no ha tenido la proyección el deperte como pasatiempo que merece, como ocurre en otros Estados del país. A excepción de los pastiempos que se ofertan en la *Feria,* como juegos de azar, corridas de toros, peleas de gallos y otros propios de una feria, podemos decir que el resto de los deportes se han descuidado oficilamente. Es un ejemplo el fútbol que mientras en la Capital del País y Guadalajara es ampliamente fomentado, en nuestra apenas se le ha dado importancia. La Capital del País cuenta con clubes como el América y la Universidad, que tienen equipos en Primera, Segunda y Tercera División y otros muchos filiaeles de menor categoríar; y Guadalajara cuenta con los clubes Guadalajara y Atlas que como en la capital cuentan con equipos en Primera, Segunda y Tercera División que se han convertido en cantera de futbolistas diseminados en todo el país. En Aguacalientes, aunque hace apenas unos años que se estableció el equipo Necaxa de Primera División, su potencial humano es pobre y sin futuro, por lo que se ve obligado a nutrirse de jugadores extranjeros.

13.2.- La tradición del deporte en Aguascalientes: béisbol, básquetbol y fútbol.

Existe un público consumidor de espectáculos deportivos que se ofertan por la televisión, la radio, en la sección deportiva de los diarios y en revistas. Aguascalientes ha sido por tradición beisbolero, sobre todo en la primera mitad del siglo XX; más tarde, en las décadas de los setenta y ochenta tuvo mucho auge el básquetbol, cuando contó con el equipo "Panteras de Aguascalientes"; pero posteriormente decayó este deporte. Hoy, en los llanos de la periferia citadina, se juega principalmente al béisbol y al fútbol, y se augura que con la llegada del equipo Necaxa del D.F., este deporte se convertirá en el predilecto de hombres y mujeres, de todas las edades y clases sociales.

La tradición del béisbol

El béisbol fue uno de los deportes que por mucho tiempo tuvo una gran tradición entre los hidrocálidos; el Estadio "Alberto Romo Chávez" -quien fue un destacado lanzador mexicano que nació en 1911 y murió en 1999- ha sido un monumento a este deporte, ya que esta finca, por mucho tiempo abandonada, nos trae a la memoria recuerdos inolvidables, como aquellos que datan de su inauguración en 1938 por el General Manuel Madrigal con el apoyo de la sociedad y la guarnición militar de la plaza. En el correr de los años, el Estadio ha suifrido varios cambios en su estructura, desde la construcción de una tribuna central para 500 personas, hasta la instalación del alumbrado y la colocación de un techo de lámina. Es muy grato para los hidrocálidos recordar partidos en donde se enfrentaron los famosos *Rieleros* con otros equipos rivales del país.

Hoy el "rey" de los deportes es menos común que se practique en comparación con otros deportes como el fútbol, cuando por varios años el terruño era considerado "beisbolero" por excelencia, debido a la influencia de técnicos norteamericanos que trabajaban en el ferrocarril, que fueron los que enseñaron a los trabajadores del riel a jugarlo. Aunque todavía hay equipos que practican este deporte en baldíos, no es comparable con lo que solía verse hace medio siglo en diferentes colonias, ya que se jugaba lo mismo en los llanos de la periferia de la ciudad, que más allá de ellos. Estos eventos se convertían en familiares, porque los jugadores eran acompañados de la familiia para distraerse y para hacer "día de campo".

Por mencionar algunos ejemplos, el béisbol se jugaba tanto en el Centro Deportivo Ferrocarrilero -ubicado por muchos años en la Alameda-, como llanos "La Magueyera", "Las Vecindades" y el "Motolinea" que se encontraba en la Colonia del trabajo. En esos lugares, equipos como la "Sección Dos", los "Soldadores", los "Caldereros", "Vulcano", los "Carpinteros" y "Auxiliares", levantaban suspiros entre la concurrencia. (Cruz Bonilla, 2004: 2/C). El legendario Parque Obrero que fue inagurado en segunda década del siglo XX -desafortunadamente un incendio acabó con el edificio-, fue por mucho tiempo la "catedral" del béisbol en Aguascalientes; dicho parque, se localizaba, justo, en donde ahora está la Clínica 8 del Seguro Social. Encontramos estaz referencia en Cruz Bonilla:

> *En las inmediaciones de los talleres de Ferrocarril, en la segunda década de los 20's, surgía el Parque Obrero. El inolvidable Burnis Will "Bill" Wright llegó a jugar, en diferentes equipos, en el Parque Obrero. "El Stand Parque Obrero", fue inagurado el primero de abril de 1923, y aquello constituyó un gran día de fiesta para Aguascalientes, porque significó dar un primer paso hacia la modernidad y colocarse en [...] una ruta deportiva* (2003: 3/C).

Existen opiniones más positivas, como las del propio ex Gobernador del Estado Felipe González González, en el sentido de que afirmaba que cuando comenzaran los juegos de béisbol profesional, los aficionados empezaran a ir con menor frecuencia a los partidos de fútbol, y que un público más amplio asistía al histórico Romo Chávez a ver jugar a los "Rieleros". *El ambiente que existe en la práctica de este deporte así lo augura, ya que en el Estado existen 17 ligas y 700 equipos de béisbol que lo practican* (*Tribuna Libre*, 2003: 3). Las palabras del ex-gobernador no coinciden con la generalidad de la gente, pues ésta actualmente se divierte más con el fútbol.

Básquetbol: el rugido de las "Panteras"

Este deporte, también ha tenido mucha aceptación entre la sociedad hidrocálida, sobre todo durante los años en que se formó y brindo un espectáculo de alta calidad el equipo *Panteras de Aguascalientes* -que actualmente volvieron a las canchas. Fue la "época de oro" de este deporte en la localidad, aparte de que causó mucha curiosidad entre el público por ver jugar a deportistas afroamericanos, no sólo en su calidad de buenos atletas de este deporte, sino porque para muchos

nunca habían visto a gente de color -a excepción del famoso cocinero Will "Bill" Wright pionero del béisbol en el Estado.

Los partidos de básquetbol se celebraron primero en la cancha "José María Rodríguez", que se encontraba en frente del Mercado Terán, en honor al deportista "Chapo" Rodríguez, después el Auditorio Morelos, mientras cambió su giro de actividades al dedicarse sus empresrios a presentar artistas; se recuerdan a José Luis Rodríguez "El Puma", Alan Parson y Di Blasio entre otros-; en la actualidad juega en la cancha "Hermanos Carreón" (IV Centenario). Ha logrado campeonatos y bicampeonatos del CIMEBA, principalmente cuando han estadas por el profesor Rodolfo Reyna Sotoi; han destacado los siguientes basquetbolistas Marvin Brown, Héctor Rodríguez, Lou Small, el "loco" Leyva, Samuel Campis, Walter Mc Cogwen, el "Tribilín" Rodríguez y el "Rubí" Alcalá -del Distrito federal-.

La primera etapa de *Las Panteras*, por cierto la más exitosa, fue la de 1972 a 1975. En 1972, año de inicio del equipo bajo la dirección de Andy Stoglin. Fue en 1973 cunado se hace cargo de ells el profesor Reyna que *Las Panteras* obtuvieron sus dos primeros campeonatos y el subcampeonato en 1975, que fue el final de la primera etapa del equipo. Como en el campeonato 1976 se ocurrió la devaluación por falta de recursos se salio de la liga y los jugadores regersaron a sus lugares de origen. Volvieron en la siguiente década; en el lapso 1087-1993 fueron entrenadores del equipo Rubén Alcalá, en 1987; Raúl Palma, en 1988; Julio Toro, en 1989-1990; Joe Durán en 1991; y en 1992 y 1993 un ex-jugador del mismo equipo.

La pasión por el fútbol

La historia del fútbol hidrocálido se remonta al equipo de las *Cebras de Aguascalientes*, que en su primera etapa fue llamado *San Marcos*, y fue dirigido por el entrenador Armando Padilla de 1964 a 1966. Ya con el nombre de *Cebras* en 1967, Aguascalientes tuvo su primera oportunidad de contar con fútbol profesional de Tercera División; compitió esa vez en la Zona Centro, que en su mayoría eran equipos del Bajío. A iniciativa del "Gato" Teodoro Medina Mosqueda, Director del Deportivo Ferrocarrilero, en coordinación con Armando Padilla Urenda y con el apoyo de Vinícola San Marcos, por medio de Don Nazario Ortiz Garza y del Gerente Isidoro Rodríguez, de Armando Perales Guerra, quien era Gerente de La Coca-Cola y de Don Juan Morales,

propietario de refrescos del Norte "Barrilitos", que a la vez era Presidente Municipal, fue como se dio ese primer paso con el que Aguascalientes y fue aceptado para participar en la liga de la Zona Centro, categoría muy sólida que reunía el más alto nivel en toda la zona. En 1968, llegaron jugadores de fuera y su nuevo entrenador Pedro Nuño de las "chivas" de Guadalajara, considerado uno de sus mejores años, pues casi llegaron a ser campeones. En 1969 los jugadores de fuera regresan a sus ciudades de origen, y retoma el nombre de *San Marcos (ITRA)* siendo entrenador Armando Padilla.

En la actualidad, el fútbol es el deporte que está despertando mayor pasión en la población, y particularmente entre los jóvenes. Así lo indican multitudes en lugares especiales, que pueden ser un bar o un auditorio donde se instala una pantalla gigante cuando se juega una final de fútbol nacional o de un Campeonato Mundial. Desde la última década, con el pase de *Los Gallos de Aguascalientes* a la segunda división; y más tarde, para ser exactos el 17 de diciembre del 2000, cuando *Los Gallos* ganaron el torneo de Invierno en la Primera División A, y tuvieron la esperanza de pasar a la máxima División del fútbol, comenzó ha despertar aun más el interés de los hidrocálidos por este deporte; más ahora que el equipo *Necaxa* se ha establecido en esta ciudad. Esta novedad, ha traído por consecuencia, cambios en la fisonomía urbana de la ciudad así como en las raíces culturales de la sociedad, pues el deporte es una de las principales formas de consumo del tiempo libre de la población.

Para un considerable sector de la sociedad, existe gran molestia por la destrucción del antiguo Estadio Municipal, ya que estaba catalogado como una finca arquitectónica de invaluable valor histórico; además porque el espaciodestinado al nuevo estadio es muy pequeño, y no cuenta de espaciosuficiente para cubrir las neceidades de estacionamiento y porque bloquea la fluidez en las entradas y salidas. Un ejemplo de este problema ya se suscitó el sábado 2 de agosto del 2003, al generarse un caos vial en algunas de las principales calles y avenidas de la ciudad como la Adolfo López Mateos y el Primer Anillo de Circunvalación, de tal manera que afectó no sólo a los vecinos de las calles aledañas al Estadio Victoria -¿nombre alusivo a la cerveza *Victoria*?-, sino también a los que viven en colonias como Santa Anita, Volcanes, La Purísima y Alameda.

Se ha modernizado la ciudad-capital en un par de décadas, a costa de destruir inmuebles que han formado parte durante mucho tiempo -en algunos casos siglos- de la memoria histórica de los aguascalentenses. Uno de los últimos casos es la demolición del Estadio Municipal, que para muchas generaciones fue uno de los principales símbolos de la ciudad, para construir en el mismo sitio un estadio de fútbol más grande, que es la sede del equipo "Rayos" del Necaxa. Este hecho ha causado mucha polémica entre la sociedad, al grado de que ha llegado a cobrar tintes políticos, ya que existen acusaciones serias por parte de regidores de los partidos políticos -PT, PVEM y especialmente el PRI-, incluyendo a un sector del PAN, contra el ex alcalde Luis Armando Reynoso Femat, promotor de este proyecto deportivo, pues aluden los partidos citados, existieron intereses obscuros en la construcción de esta obra[44].

Este suceso es algo inédito en la historia del deporte en Aguascalientes, ya que nunca antes un equipo de primera división -que no es nativo de la Entidad- había representado al Estado; y lo más importante, que la realización de esta obra -según sus creadores-, en primer lugar traerá beneficios a la población, desde el momento en que es una nueva opción de relajamiento para las familias, y sobre todo una alternativa más sana para la juventud; en segundo, este proyecto estimulará la economía de la entidad, en particular en los sectores turístico, comercial y de la construcción. A decir de Jorge Rivera Lozano, presidente ejecutivo del Patronato de Fomento al Deporte, la realización de esta obra *"...vendrá a ubicar a nuestra ciudad una vez más, como ejemplo de modernidad, vanguardia y éxito"*. Comenta Gilberto Valadez lo siguiente:

> *El jueves 25 de octubre del año pasado, en la casa del gobernador Felipe González González se oficializó que el Club Deportivo Necaxa dejaría su sede en el DF, para establecer su nueva casa en un estadio que le construirá un patronato local en el 2003. Aunque el anuncio causó cierta sorpresa en el medio futbolístico nacional ya se había especulado semanas antes este posible cambio de sede. Luego de que los recientes partidos de los Rayos en la Copa Merconorte se disputaron en el Estadio Municipal de esta capital* (Valadez, Enero/2002: 23).

---

[44] *[Isidoro Armendáriz García] arremetió al señalar que al amparo de la protección del estadio de fútbol se realizaron actos a todas luces ventajosos, leoninos y sin razón legal, situación que quedó comprobada con los peritajes emitidos por los expertos en derecho, quienes manifestaron que el anterior ayuntamiento cometió actos de acción pero también de omisión que ponen entredicho la legalidad de nuestra capital (El Sol del Centro, 3/09/2002: 4/A.).*

Para cerrar este punto, me parece pertinente retomar a Pierre Bourdieu y su obra *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, aparecida en 1979, en la cual hace una comparación en cuanto a los gustos de las personas y la clase social a la que pertenecen. Una "distinción" obvia importante es que la práctica de los deportes es una actividad, junto con otras, que da un sentido de identidad al grupo que la ejerce:

> *El sistema de prácticas y espectáculos deportivos que se ofrecen en un momento dado del tiempo a la elección de los "consumidores" potenciales está como predispuesto para expresar todas las diferencias en ese momento, oposición entre los sexos, oposición entre las clases y fracciones de clase: a los agentes les basta con abandonarse a las inclinaciones de su hábitus para volver a tomar por su cuenta, incluso sin saberlo, la intención inmanente a las prácticas correspondientes para reconocerse por completo en ellas reconociendo también en las mismas a todos aquellos que en ellas se reconocen sus pares* (Bourdieu, 1998: 220).

13.3.- El ritual del fútbol en Aguascalientes.

Breve historia del fútbol

La normatividad en las reglas de fútbol soccer se remontan a 1863 en Inglaterra, pero fue hasta ocho años después, en Escocia, en donde se formalizó por primera vez, algunas de las reglas más importantes de este deporte como la del papel del arquero, que era el único jugador que podía defender la portería con las manos. Desde aquel lejano año hasta la actualidad, se ha convertido en el deporte preferido de los habitantes del mundo, al grado de que se le ha calificado como el deporte universal por excelencia, ya que se practica desde los confines más remotos del planeta, hasta la nación más poderosa de la Tierra: Estados Unidos. Un evento de esta naturaleza, de tener un carácter microsocial que se celebra en un estadio, adquiere dimensiones globales gracias a los medios masivos de comunicación. El siguiente dato ejemplifica este fenómeno deportivo: *"El Campeonato del Mundo que se celebró en Francia en 1998 fue en su día el evento más popular jamás visto desde el albor de los tiempos, con una audiencia total de 40, 000 millones de teleespectadores"* (Bromberger, 2000: 254).

El fútbol es un entretenimiento que controla el tiempo de ocio de la gente, y donde la FIFA - Federación Internacional de Fútbol Asociado que nació en 1904-, juega un papel de primer orden, ya que es el organismo que asocia los países que practican este deporte, la máxima

autoridad que gobierna las relaciones entre el fútbol y las naciones. Datos de la D.F.G., estiman que en 1969 registraba 18 millones de jugadores. Cabe anotar, que a partir de 1974 Jean Marie Faustin de Godofroid Havelange alcanzó la presidencia de este organismo. Muchos países de los cinco continentes lo han apoyado en su trayectoria, pero también algunos de los grandes monopolios como la Coca-Cola y Adidas (Galeano, 2002: 279).

No es inocuidad decir, que desde hasce mucho tiempo encontramos al fútbol revestido de fuerte carriz político. ¿No tienen ese tufo los triunfos del equipo italiano bajo el régimen fascista, o la victoria de los argentinos en el Mundial de 1978, cuando este país se encontraba gobernado por una dictadura militar; inclusive, varios aficionados brasileños estuvieron convencidos de que el equipo peruano se dejó ganar para que Argentina obtuviera el Campeonato? Y que los Estados Unidos y Japón, en donde el deporte de las mayorías no es el fútbol sino el béisbol, hayan invertido millones de dólares para ser sedes de mundiales, qué nos dice. Que no se dieron oscuros menejospolítocos porque ambos países estaban concientes que la estrategia les beneficiaba, que refuerzaba su imagen de países de vanguardia en la economía globalizadora que permea al mundo. Y que decir de Turquía, que insiste en formar parte de la Federación Europea de Fútbol, pues esta inclusión le garantiza ser aceptado en la Comunidad Económica Europea.

En el mismo tenor, hay países como Francia que no admiten que naciones como Timor -donde se han experimentado infinidad de pruebas nucleares con efectos nocivos para los habitantes de esas tierras-, participen en la competencia futbolera ya que, como colonia francesa, podría darle ánimos para luchar y poder alcanzar su independencia. En una situación semejante se encuentra Corea del Norte, país al que se le prohibió formar parte del elenco mundial del 2002, con el fin de marginarlos, por el hecho de tener un sistema socialista que no es bien visto por las potencias occidentales, y al que Los Estados Unidos tienen en la mira, bajo la supuesta información de que produce armas de destrucción masiva.

Por cierto, en el Mundial del 2002 hubo muchas protestas de aficionados de algunos países europeos contra el arbitraje que estuvo muy a favor del anfitrión Corea del Sur, lo cual ayudó a que tuviera un desempeño de relativa importancia en la justa. En este contexto, no podía faltar mencionar el caso de México, ya que en el medio futbolero se oyeron rumores, desde aquellos

que se referían a que nuestro país se había dejado ganar el partido por presiones de nuestros vecinos del Norte, porque al presidente George Bush no le convenía que obtuviera el triunfo el equipo nacional, pues esto afectaría la sicología del mexicano, que se manifestaría en un creciente nacionalismo frente a sus vecinos del norte; hasta sde llegó a comentar que afirmaban que la supuesta derrota de México, fue por las deudas por el agua que se deben al país norteño. Como podemos observar, el fútbol internacional está plagado de cuestiones políticas; Juan Pablo II se pronunció más de una vez contra el mercantilismo en el deporte.

> *No al mercantilismo del deporte, que debe recuperar [...] el espíritu olímpico. La exhortación es de Juan Pablo Segundo, el primer Pontífice que ha practicado varias disciplinas deportivas, como la natación, el remo, el esquí, e inclusive el fútbol, y que ahora denuncia las "desviaciones" que impiden al deporte cumplir con su misión de unir a la familia* (*El Sol del centro*, 26/06/2004: 5/B).

En la ciudad de Aguascalientes, cuando el equipo mexicano ha participado en un Campeonato Mundial, y sobre todo cuando le corresponde jugar contra un equipo rival, las calles de la ciudad quedan desiertas y dan la impresión de ser un Viernes Santo, una ciudad en la que sus habitantes se han esfumado repentinamente como fantasmas, o de plano se los ha tragado la tierra. La realidad es que la población, inmersa en una agitación emocional que suele suceder cada cuatro años, se concentra en los bares, en los merenderos, en canchas o auditorios en donde ven jugar al tricolor en pantallas gigantes, en los locales de los clubes deportivos de aficionados, o en la tranquilidad de sus hogares frente al monitor. Es en estos lugares donde los amantes de este deporte, contemplan atentamente a las grandes estrellas del balompié universal y mexicano, de manera que en esos momentos sus once jugadores son elevados a la calidad de héroes nacionales o ídolos, comparables con las estrellas del cine o de la televisión. El ambiente futbolero no se limita entonces al bullicio que se genera en el estadio, sino que repercute también a los hogares y rincones citadinos, al grado de que las mismas mujeres participan en la fiesta deportiva.

> *En los viejos tiempos, se afirmaba que a la gente habría que darle diversión para que olvidara las angustias [...], la falta de un buen trabajo y los problemas que genera la vida cotidiana. Ayer se vivió en Aguascalientes la confirmación de este adagio, cuando la ciudad fue un excelente campo deportivo para los pocos que se atrevieron a salir a la calle, o un excelente negocio para los que pudieron llamar la atención de sus tempraneros comensales* (*El Sol del Centro*, 2004: 6/A).

Durante los días en que transcurre el Campeonato Mundial, el tiempo parece sufrir un accidente que rompe con la rutina diaria en todos los órdenes de la vida, y más cuando México le ha ganado a su contrincante. Entonces, los "hinchas" hidrocálidos, algunos vistiendo la camiseta verde y la cara pintada con los colores de la bandera, se van a festejar a la Plaza Patria o al Monumento a Benito Juárez, en la Avenida de las Américas, al igual que los capitalinos celebran la victoria del "Tri" en el Ángel de la Independencia. El triunfo que el tricolor logra sobre su adversario, es algo semejante a lo que sucede el 16 de septiembre, en el que niños, adolescentes, jóvenes y adultos, sin importar la clase y el género social al que pertenecen vitorean a México y a los héroes que nos dieron libertad. La fiesta de los hinchas cuando gana México no finaliza sino hasta altas horas de la madrugada del siguiente, transitando en sus automóviles adornados con la bandera nacional entonando "vivas" a México. Es otro el comportamiento de la gente cuando México pierde: simplemente es un día de luto nacional, la gente se arrincona en su casa para superar la decepción, o si se queire, la depresión.

> *Y allí en la glorieta Benito Juárez se vivió una comunión en donde todos bebieron con todos, todos aplaudieron a todos, a pesar de ser auténticos desconocidos, de ser personajes divergentes en su vida cotidiana y que encontraron, al menos por una vez, el punto de unión de sus vidas* (*El Sol del Centro*, 2004: 6/A).

El fútbol ritualiza

Valdría la pena preguntarnos, si un partido de fútbol se puede interpretar a la manera en que Clifford Geertz lo hizo cuando describió las peleas de gallos en Bali, interpretándolas como si fueran "textos vivos" Para hacer esta comparación, utilizaremos el ensayo de Christian Bromberger titulado "El fútbol como visión del mundo y como ritual", en donde se destacan algunos aspectos relevantes. Inicio con la alusión que el autor hace a la definición que Víctor Turner hace de ritual, en el sentido de que es.. ...*un modo poderoso que da significado a la existencia mediante la oportuna mixtura de aspectos operativos y exegéticos pertenecientes a otras dimensiones* (Bromberger, 2000: 267). Una observación que hace el autor es la que se refiere a que el ambiente futbolero comienza en el estadio, que es el espacio físico de lo *micro*, y que a su vez se mezcla con la ciudad en su totalidad que es lo *macro*. Una victoria de la selección mexicana o de los "hidrorayos" frente a un equipo rival, empieza a festejarse en la cancha por los jugadores y su porra, y termina en el monumento a Benito Juárez. Bromberger describe un relato

metasocial de gran interés en torno a los dos actores sociales que se reúnen en el estadio: el público y los futbolistas.

Hace el autor esta disquisición: que la distribución del graderío se acomoda jerárquicamente según la clase social a la que pertenecen. Los funcionarios de gobierno tendrán una tribuna especial, la clase alta ocupará los mejores palcos, los asientos reservados estarán destinados a todas las personas involucradas directamente en el ambiente del fútbol, como los portavoces de ligas, los directivos, etc, mientras que la afición en general estará distribuida en el resto del estadio. ¿Alguna coincidencia con el "Estadio "Victoria" en donde el precio de los palcos han sido vendidos a precios exorbitantes? Es por esta razón, que dice que cada gol que se hace en la portería es un gol para los pobres, que "no les quedó" otra opción más que ver el partido por la televisión en su casa. Al menos en Latinoamérica y en nuestro país, el fútbol es un deporte reservado al sexo masculino, pero vemos que cada vez van más mujeres, aunque aún no llegan a igualar en asistencia a los hombres. Coincido con la idea de Mariana Conde y María Rodríguez en el siguiente sentido:

> *El fútbol [...] forma parte no sólo de las dimensiones más generales de una sociedad y su cultura sino que, paralelamente, se relaciona con la construcción de un orden y un mundo masculino, de una arena, en principio, reservada a los hombres. En América Latina el fútbol es un mundo de hombres, es un discurso masculino con sus reglas, estrategias y moral* (Conde y Rodríguez, 2002: 94).

La cita arriba expuesta, nos recuerda las observaciones que hiciera Clifford Geertz de las peleas de gallos en Bali, cuando dice que el propósito de este entretenimiento era para un público masculino. En cuanto a la rivalidad que se desata en la cancha, el etnólogo del balompié observa las aptitudes técnicas que debe de poseer cada uno de los atletas en el terreno de juego. Los centros -que son los "pulmones del equipo"- deben tener temple, la misión de los extremos es poseer la habilidad para burlar al enemigo, en los delanteros debe destacar su inteligencia táctica para meter goles, y la obligación de los defensas es ser auténticas barreras humanas que exigen respeto del jugador contrario (Bromberger, 2002: 257-258). El autor hace referencia a un ejemplo que plantea Roberto Da Matta, referente al estilo elegante tan peculiar que tienen los jugadores brasileños para hacer "fintas", no son más que un reflejo de la sociedad carioca, en

donde la gente tiene elegancia para esquivar las discusiones verbales y los problemas sociales y económicos cotidianos que a diario se presentan (Da Matta, 1982: 19).

La cancha de juego se ha convertido en una especie de "santuario deportivo", en donde la lucha de los dos equipos es vencer al rival, y como meta final ganar el campeonato. El fútbol encarna los valores de las sociedades democráticas capitalistas, de tal manera que se pretende demostrar que para ser triunfador en la vida, no es necesario haber nacido en buena cuna, sino que todos los seres humanos, al igual que "Pelé" o Diego Armando Maradona, pueden llegar a serlo. Pero en la vida de miles de personas, puede suceder también, que aunque hagan lo mejor de sí para alcanzar una vida más digna y un futuro más seguro, cualquier causalidad inesperada puede bloquear todos sus ideales, de igual forma que un equipo que ha jugado bien todo el partido, desafortunadamente en el último minuto, por un autogol o un penalti puede perderlo (Bromberger, 2000: 257). Muchas veces el fracaso de un equipo se debe a azares del destino como un autogol, aun y cuando le hayan puesto todas las ganas para lograr el triunfo. Para los intelectuales de izquierda, el fútbol es un deporte que adormece la conciencia del sujeto, de tal manera que desvía sus verdaderos intereses en la vida que es hacer una sociedad justa. A decir de Eduardo Galeano, es puro circo sin pan, ya que *"...la difusión del fútbol en el mundo es el resultado de una maniobra imperialista para mantener en la edad infantil a los pueblos oprimidos"* (Galeano, 2002: 37).

Por último, el fútbol se puede interpretar como una ceremonia religiosa, aunque no con la solemnidad que caracteriza a un ritual, ya que este deporte, que sobre todo es un espectáculo, produce tanto en los actores como en los espectadores, arrebatos de cólera, alegría, risas, llantos, angustia, tensión, que rompen con la formalidad y el silencio que es característico de un acto devocional. Lo confesional en este deporte se manifiesta en varios aspectos, como los rezos del equipo tricolor frente a la imagen de la Virgen de Guadalupe en los vestidores antes de salir a escena -me pregunto si los hidrorayos le rezarán a la Virgen de la Asunción o a la de San Juan antes de salir a jugar contra el equipo rival-, la ubicación de los espectadores como si representaran la asistencia a un ritual; el aficionado que arranca un pedazo de pasto, o no regresa un balón que ha salido fuera del área de campo, para guardarlo en su casa como si fuera una reliquia sagrada, y el aislamiento monástico en que se sumergen los jugadores antes y después de

un partido crucial, tanto en sus hogares como fuera de ellos. Por ejemplo, cuando el equipo nacional viaja a otro país a jugar un Campeonato Mundial, los deportistas conviven en parejas por cada habitación, tal y como se acostumbra hacerlo en los aislados monasterios (Bromberger, 2000: 270 y 273).

13.4.- Comentarios.

a) A principios del 2003, comenzó a jugar en esta ciudad, el equipo "Rayos" del Necaxa en el nuevo "Estadio Victoria", del que comenta la gente, fue edificado en condiciones no muy transparentes, ya que se oyen rumores de que los socios y dueños del equipo hicieron un gran negocio, al transformar en propiedad privada,terrenos que eran del Municipio. En una nota aparecida en un diario, se dice que el estadio es del Municipio y que el ex Presidente del Patronato de Fomento al Fútbol destinó 30 millones para la construcción de la Casa Club del Necaxa (*Hidrocálido*, 2003: 8/C). A esta situación, se añade el problema de las fallas geológicas y el derrumbamiento de árboles. *"Cientos de árboles fueron derribados en las inmediaciones de la escuela "Adolfo López Mateos", ubicada en la avenida del mismo nombre y la avenida Mariano Escobedo, para ampliar una calle que da acceso al Estadio de Fútbol"* (*El Sol del Centro*, 2004: 1/A).

b) Este nuevo espectáculo está cambiando los hábitos en el consumo del tiempo libre de la sociedad, pues nunca antes Aguascalientes había tenido un equipo en Primera División. Esta nueva experiencia en el deporte, ha afectado el paisaje urbano citadino y la vida social: desde la construcción de un nuevo estadio, las fotografías, dibujos y escudos representativos del equipo en las paradas de los autobuses, las calcomanías pegadas en los vehículos -"Aguas con el Necaxa"- ceniceros y pancartas gigantes, hasta la formación de la *sobredosis albirroja*, que es la porra que los apoyará en los partidos que sostenga su equipo en el estadio local y en los de fuera. Es también significativo que los fanáticos ya tienen su propia página en Internet, en donde se informa "del desmadre que pronto comenzarán a armar miles de jóvenes en los encuentros de fútbol" (Arteaga Novoa, 2002: 4/A); calcomanías y volantes pegados en camiones, postes, paredes y muros en diversas zonas de la ciudad así lo atestiguan:

"Queremos reunir -se anuncia en Internet- a toda la gente posible de cada barrio, para formar una de las barras más grandes [,,,] de la República y representar todas juntas al estado de Aguascalientes. Les entregaremos a cada integrante una credencial, con la que podrán entrar GRATIS a los partidos de local que juegue el Necaxa, aparte de viajar a los diferentes estados del país en la Primera División".

c) En la actualidad, "las panteras" han vuelto a la pelea en los grandes escenarios, y lo mismo ha sucedido con los "los rieleros" de Aguascalientes, que volvieron a las Grandes Ligas del béisbol, aunque ahora la situación es diferente pues los Cafeteros de Córdoba representará al equipo de casa, ya que el dueño del equipo veracruzano, José Antonio Mansur, comerciante de la industria cafetera, se dice que hizo "el negocio de su vida" al traspasarlo a Aguascalientes. Parecería que los amantes del mismo se han inclinado más por ver lo que sucede en el fútbol, y no tanto en los otros dos deporte; tal vez esto se deba a que es la novedad, pero aun así las preguntas son: ¿Qué tanto puede apoyar el público a un equipo que no tiene arraigo en este Estado, en una sociedad con un alto sentido de pertenencia identitaria? ¿Los aficionados van al estadio no a ver jugar al "equipo de casa", sino a ver a otro por el cual sienten más cariño como son las "chivas" o el "América"?

d) En Aguascalientes el fútbol no es todavía un espectáculo de masas, sobre todo por el alto precio de los boletos, al igual que todo lo que se vende ahí desde cervezas -que valen veinticinco pesos- hasta cigarros, papitas, etc. Esta situación no les permite a los amantes de este deporte de clase baja asistir a los partidos -los boletos a los encuentros varían según el equipo al que se enfrente el "de casa", así, el boleto costará más si juega el América que otro como el Atlas. Es por este motivo que en el estadio, así como en los cinemas o el teatro, sobre todo los primeros, se observa que el tipo de asistentes son de clases medias altas.

e) Con el auge de los deportes aludidos, se ha despertado un interés por parte de las autoridades municipales en fomentar más la práctica del deporte en el Estado. Esto lo menciono por la remodelación que se hizo del Centro Deportivo Ferrocarrilero, con el fin de estimular más a los niños, jóvenes y adultos a que practiquen algún deporte. A la par del fomento a los deportes tradicionales, han surgido en muchas partes de la ciudad, escuelas de karate, judo, etcétera, en donde desde temprana edad pueden practicarlas. Además, existe desde hace poco más de treinta años, una institución en donde se enseña la disciplina del yoga -*Línea Solar*- que la practicaban

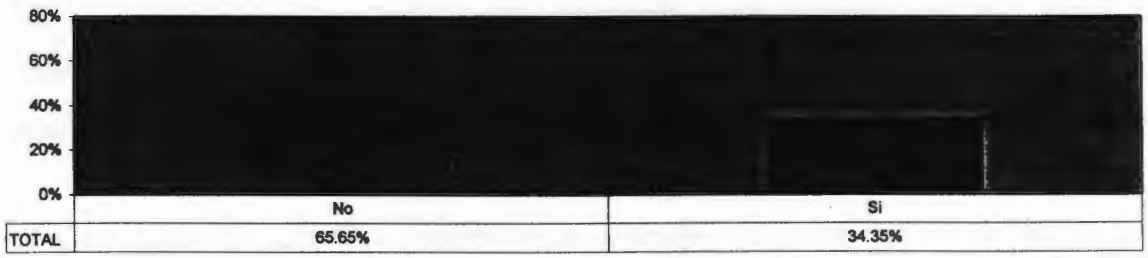
personas de todas las edades; y que con el pasar de los años, dichos centros se han multiplicado, al grado de que se ha vuelto muy popular. Acerca del presupuesto destinado al deporte, en el 2005 aumentó en un 12% en comparación con el año anterior, lo cual significa la cantidad de 54 millones de pesos, que corresponden a menos del uno por ciento del presupuesto de egresos del Estado. Es por ello que para los directivos del deporte, la cantidad asignada no es suficiente para llevar a cabo los proyectos que se tienen en mente, aunque ya se han efectuado obras importantes. Por último, una situación que llama la atención es la propuesta de inclusión del Necaxa en los libros de texto en educación básica; no se tiene noticia en otro Estado del país de un caso similar.

13.1.- ¿Acostumbra asistir a espectáculos deportivos? De 262 personas entrevistadas, el 65.65% de ellas no acostumbran asistir a espectáculos deportivos, mientras que el 34.35% dijeron que sí. De estas últimas, la clase baja que corresponde al 37.08% es la que más asiste a este tipo de espectáculos, en tanto las clases media (31.76%) y alta (34.09%) asisten menos que la primera. En base a estos resultados, nos damos una idea de que los entrevistados no son muy dados a asistir a espectáculos deportivos; aunque con el fútbol de Primera División, el regreso de "Las Panteras" en el básquetbol y con la segunda vuelta de "Los Rieleros" a las Grandes Ligas, el público está tomando una actitud más positiva hacia los deportes.

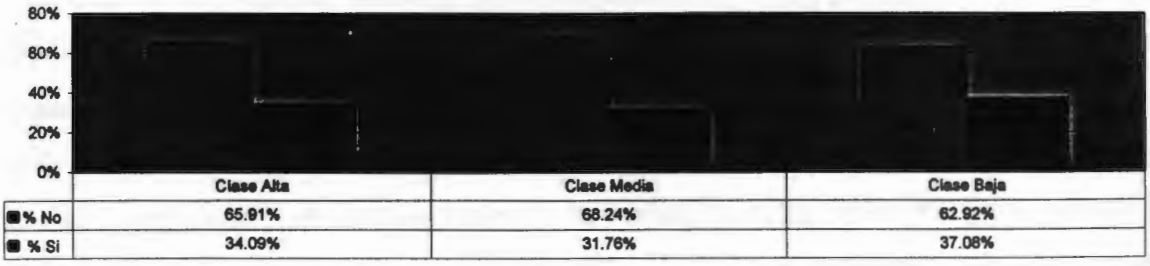
85. Asistencia a espectáculos deportivos.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	SI	% SI	TOTAL	%
1	Clase Alta	58	65.91%	30	34.09%	88	100%
2	Clase Media	58	68.24%	27	31.76%	85	100%
3	Clase Baja	56	62.92%	33	37.08%	89	100%
	Total	172	65.65%	90	34.35%	262	
		65.65%		34.35%		100%	

¿Acostumbra asistir a espectáculos deportivos?



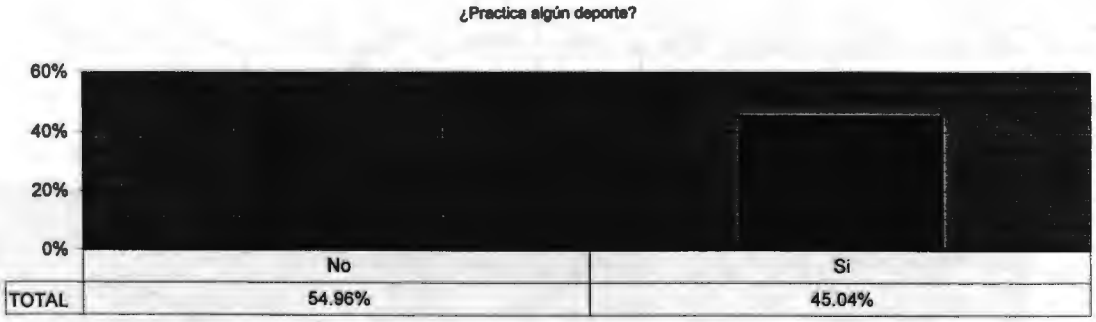
¿Acostumbra asistir a espectáculos deportivos?

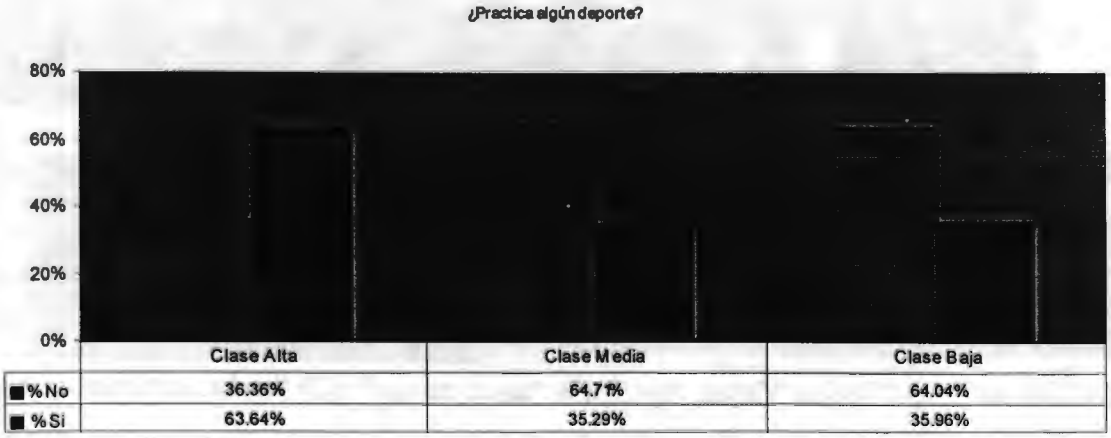


13.2.- ¿Practica algún deporte? De 262 informantes equivalente al 100%, el 54.96% de ellos no practican algún deporte y el 45.04% sí lo hace. La clase alta (63.64%) es la que más hace deporte, mientras que la que menos lo hace es la clase media (64.71%), seguida muy de cerca por la clase baja con un porcentaje de 64.04%. Lo anterior es entendible en el sentido de que las personas -jóvenes y adultas- que forman parte de la clase alta, tiene facilidad para ser socios de un club deportivo como El Campestre, el Club Deportivo Colón o Pulgas Pandas; entre otros, o sus hijos estudian en colegios particulares que poseen instalaciones deportivas muy amplias.

86. Practica deportiva.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	%
1	Clase Alta	32	36.36%	56	63.64%	88	100%
2	Clase Media	55	64.71%	30	35.29%	85	100%
3	Clase Baja	57	64.04%	32	35.96%	89	100%
	Total	144	54.96%	118	45.04%	262	
		54.96%		45.04%		100%	

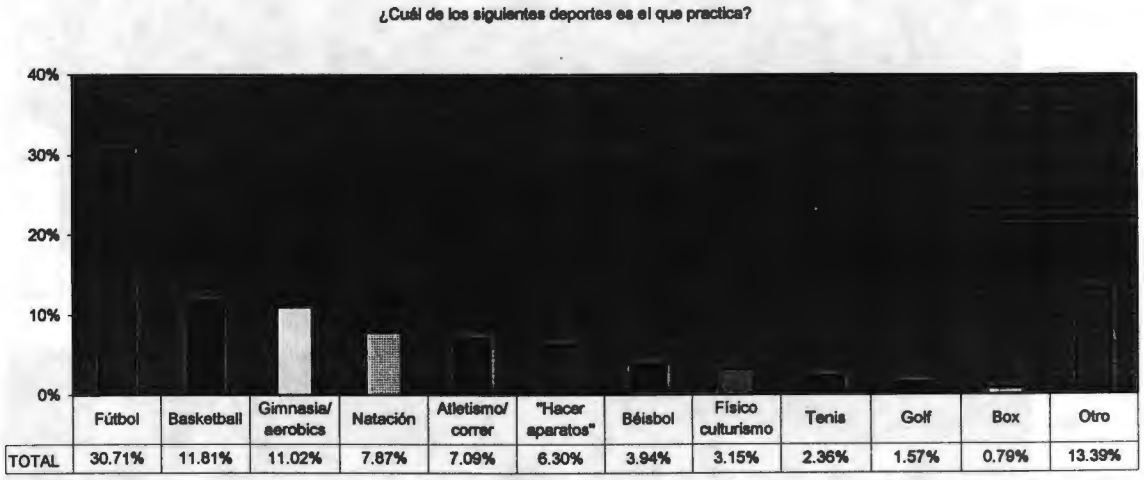




13.3.- ¿Cuál de los siguientes deportes es el que practica? De 127 informantes, el fútbol es el deporte que más practican (30.71%) los encuestados, sobre todo los de clase media -17-, seguido por el básquetbol (11.81%) que lo practican más la clase media y baja con 6 personas cada una, y la gimnasia/aerobics (11.02) que es una disciplina exclusiva de la clase media y alta -10-. Sólo 1 encuestado de la clase alta (0.79%) dijo practicar el box, deporte que se pensaría que la clase baja es la que más lo ejercita, y el 1.57% practica el golf -que fueron también 2 informantes de la clase alta-. En el rubro de "Otro", observamos que 13 personas practican el ciclismo -sobre todo los domingos-, 2 la caminata y 2 el karate. La clase alta, es la que más practica la natación -8- y el tenis -3-, y la clase media -5- es la que más ejercita el béisbol.

87. Deportes practicados.

	GRUPOS SOCIALES	Fútbol	Básquetbol	Gimnasia/ aerobics	Natación	Atletismo/ correr	"Hacer aparatos"	Béisbol	Físico culturismo	Tenis	Golf	Box	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	8	6	10	8	3	8	0	4	3	2	1	13	66
2	Clase Media	17	6	2	2	4	0	5	0	0	0	0	2	38
3	Clase Baja	14	3	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	23
	Total	39	15	14	10	9	8	5	4	3	2	1	17	127
		30.71%	11.81%	11.02%	7.87%	7.09%	6.30%	3.94%	3.15%	2.36%	1.57%	0.79%	13.39%	100%



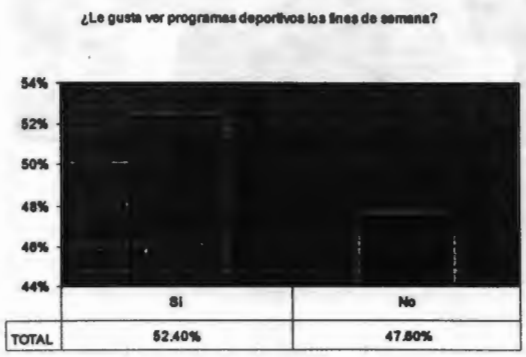
13.4.- ¿Dónde practica el deporte? <u>**Clase Alta**</u>: (1) Bonaterra, (1) "con los amigos", (1) "Ayala", (2) "Gimnasio Gold Gym", (2) "en el gimnasio", (2) "Pulgas Panda", (6) "Campestre", (2) "Zona E", (2) "Curves", (1) "Tapias Viejas, Ags.", (3) "en el parque", (2) "en las canchas municipales", (2) "Club Futurama", (4) "Liga Estatal", (5) "IV Centenario", (1) "me gusta caminar por la

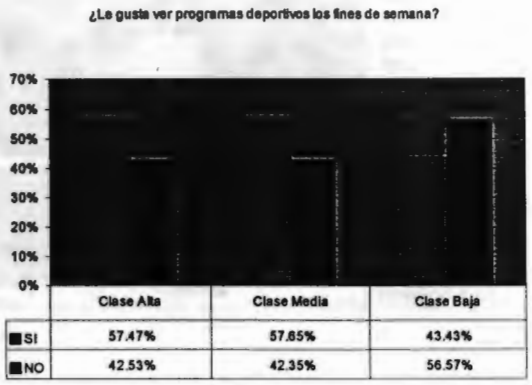
Alameda", (3) "en la cancha de fútbol rápido", (1) "hago deporte al aire libre", (3) "en la casa", (2) "en la escuela", (1) "en el colegio", (1) "en una cancha pública", (2) "en el gimnasio Activante", (1) "en mi trabajo", (3) "Agua Viva", (1) "en el club" y (1) "en el campo". **Clase Media**: (4) "en el Deportivo Aguascalientes", (1) "en la Liga Estatal", (3) "en los parques y llanos", (4) "en la Ciudad Deportiva", (3) "en el Ojocaliente", (4) "en la Alberca Olímpica", (1) "en el Campestre", (1) "en Las Viñas", (2) "en la preparatoria", (4) "en la escuela", (1) "en la calle" y en el (2) "CECADI". **Clase Baja**: (5) "En el parque "El Cedazo", (7) "en los llanos de la ciudad", (1) "en la Universidad Autónoma de Aguascalientes", (10) "en la cancha", (4) "en la calle", (1) "en el Centro Recreativo Colón" y en la (4) "Alameda".

13.5.- ¿Le gusta ver programas deportivos los fines de semana? De 271 informantes que corresponde al 100% de la muestra, el 52.40% de ellos les gusta verlos y al 47.60% no les llama la atención. Cabe señalar que la clase baja (56.57%) es la que menos le gusta ver este tipo de programas los fines de semana, en comparación con la clase alta (57.47%) y la clase media (57.65%) que sí le gusta verlos. Creemos que a la gente de clase baja les llama más la atención practicarlos, sobre todo los domingos por los llanos de la ciudad que se encuentran alrededor de la misma. Inferimos pues que a los hidrocálidos les agrada ver más deportes -si la persona es de la clase alta obviamente tendrá el privilegio de verlos por televisión de paga- que practicarlos.

88. Deporte y TV.

zzz	GRUPOS SOCIALES	SI	% SI	No	% No	TOTAL	%
1	Clase Alta	50	57.47%	37	42.53%	87	100%
2	Clase Media	49	57.65%	36	42.35%	85	100%
3	Clase Baja	43	43.43%	56	56.57%	99	100%
	Total	142	52.40%	129	47.60%	271	
		52.40%		47.60%		100%	

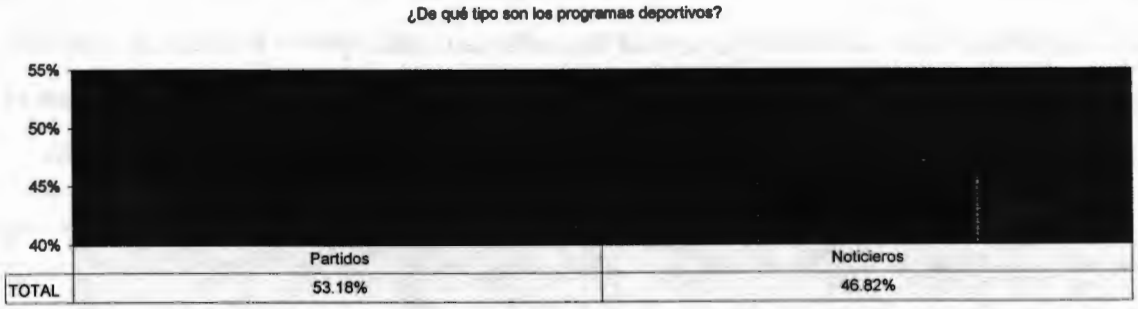




13.6.- ¿De qué tipo son los programas deportivos? Fueron 173 las personas que contestaron a esta pregunta equivalente al 100%; y de éstas el 53.18% se interesan por ver los partidos de diversa índole -de fútbol, de béisbol, atletismo, básquetbol, natación, carrera de autos- y al 46.82% los noticieros, en donde se presenta un resumen semanal de todo lo acontecido en el deporte. La clase baja (59.32%) es la que más le gusta ver los partidos y la clase media (54.55%) los noticieros. Por tanto, la clase alta disfruta más ver ambos pero no en la misma medida que las otras dos.

89. Programación deportiva.

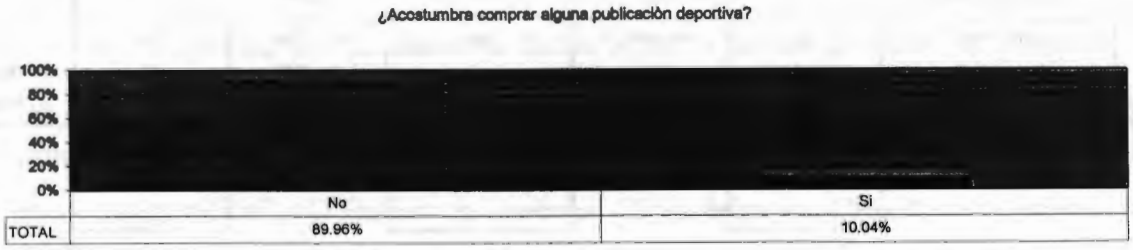
	GRUPOS SOCIALES	Partidos	% Partidos	Noticieros	% Noticieros	TOTAL	%
1	Clase Alta	32	54.24%	27	45.76%	59	100%
2	Clase Media	25	45.45%	30	54.55%	55	100%
3	Clase Baja	35	59.32%	24	40.68%	59	100%
	Total	92	53.18%	81	46.82%	173	
		53.18%		46.82%		100%	

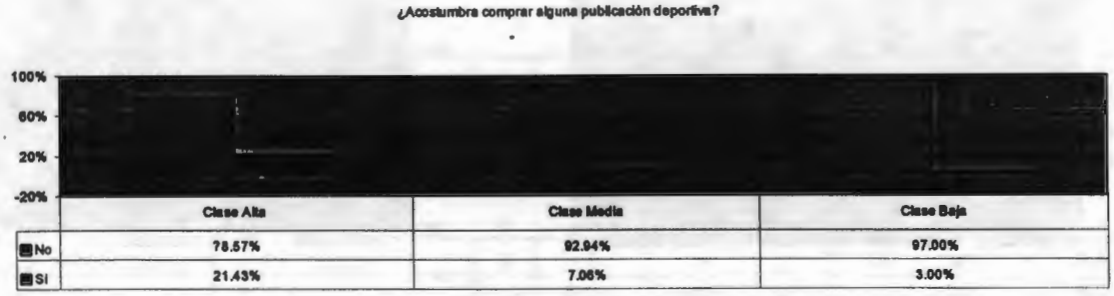


13.7.- ¿Acostumbra comprar alguna publicación deportiva? De 269 encuestados, el 89.96% contestaron negativamente, y sólo el 10.04% respondió que sí les gusta comprar alguna revista o diario deportivo. La clase baja (97.00%) es la que menos compra alguna publicación deportiva, y la clase alta (21.43%), que la que tiene mayor poder adquisitivo es la que más acostumbra a comprarlas. Por otra parte, en la entrega de las encuestas de consumo cultural del periódico *Reforma* de 2001, la sección del periódico que más les gustó a los capitalinos fue la de deportes con el 42%, porcentaje más alto que la de los dos años anteriores que fue del 39%. En cuanto a las revistas de deportes, en el 2004 ocupó el segundo lugar con el 33%. En base a estos datos, nos damos cuenta de que existe mayor interés por el deporte en una gran metrópoli como el DF que en una ciudad media como Aguascalientes. Creemos que esto es debido a la gran oferta deportiva que hay en la capital del país.

90. Publicaciones deportivas.

	GRUPOS SOCIALES	No	% No	Si	% Si	TOTAL	% TOTAL
1	Clase Alta	66	78.57%	18	21.43%	84	100%
2	Clase Media	79	92.94%	6	7.06%	85	100%
3	Clase Baja	97	97.00%	3	3.00%	100	100%
	Total	242	89.96%	27	10.04%	269	
		89.96%		10.04%		100%	



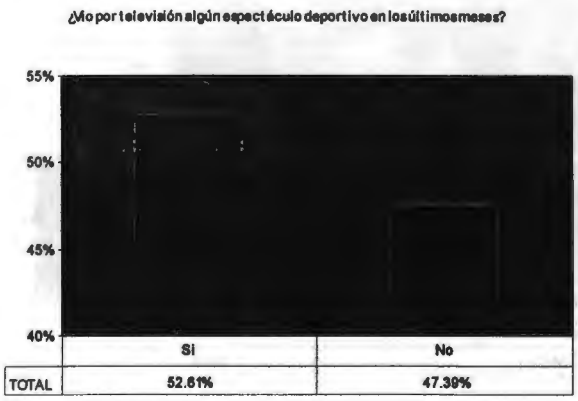


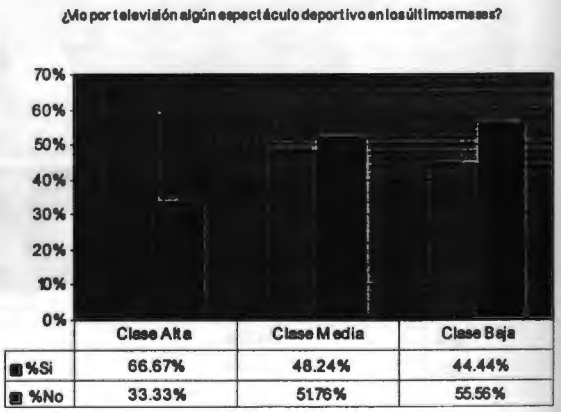
13.8 ¿Cuál publicación deportiva que acostumbra comprar? Estos son los periódicos y revistas deportivas más vendidas según las tres clases sociales: **Clase Alta**: "El Deportivo", "Any Extreme", "Playeras", "Fútbol Total", "Cycle world". "El Físico Culturismo" (según *Excelsior*, una de las cafeterías más conocidas en la ciudad, esta revista es la publicación deportiva que más se vende) y "Motor Cyclist". **Clase Media**: "Deporte Ilustrado", "Esto", "Vocho Manía", "Artes Marciales" y "Soccer manía". **Clase Baja**: "Esto", "Chivas" (de acuerdo a personal de *Excelsior* esta revista es la que menos se vende al público), "Caminata", "Soccer Manía", "Once en el Mundial", etcétera.

13.9.- ¿Vio por televisión algún espectáculo deportivo en los últimos meses? De 268 entrevistados que es el 100% de la muestra, el 52.61% dijeron que si lo habían visto, en tanto que el 47.39% contestaron que no. La clase alta (66.67%) fue la que más los vio, y la clase baja (55.56%) fue la que menos presenció un espectáculo deportivo. En lo que respecta al tipo de programas que más le gusta ver a los espectadores en el DF, las encuestas del 2001 de *Reforma*, señalan que los deportes ocuparon el cuarto lugar en la audiencia televisiva con el 24% después de los noticiarios que fue del 50%. Situación semejante a lo lectores que compran solamente el periódico para ver la sección deportiva. Incluso hay quienes leen esta sección completa de principio a fin.

91. Gusto por el deporte transmitido en TV.

	GRUPOS SOCIALES	SI	% SI	No	% No	TOTAL	%
1	Clase Alta	56	66.67%	28	33.33%	84	100%
2	Clase Media	41	48.24%	44	51.76%	85	100%
3	Clase Baja	44	44.44%	55	55.56%	99	100%
	Total	141	52.61%	127	47.39%	268	
		52.61%		47.39%		100%	





13.10.- ¿Cuál espectáculo deportivo fue el que vio en los últimos meses? En los últimos meses, 141 informantes equivalente al 100% de la muestra contestaron lo siguiente: El fútbol fue el espectáculo que más vieron (39.72%), seguido por el atletismo (15.60%) y el básquetbol con el 8.51%, siendo la clase alta la que más presenció los tres deportes con 24, 12 y 8 personas respectivamente; mientras que el box y la gimnasia fueron los espectáculos que menos vieron los espectadores con el 2.84% para cada una. Por último, se destaca que hubo 10 informantes de la clase alta, quienes vieron las carreras de autos, los partidos de golf y sólo uno vio los partidos de tenis, por lo que podría decirse que estos 2 últimos deportes son clasistas o de "distinción" según Bourdieu, en comparación con otros como el béisbol que es un juego popular ya que lo practican más las clases media y baja con 3 informantes cada una. A continuación enunció los espectáculos que más vieron los interrogados: **Clase Alta**: (2) El Final de la NBA, (3) Campeonato Mundial de Gimnasia, (2) Juegos Panamericanos, (1) Final de Fútbol, (3) La Copa de Oro, (1) Box, (4) México v.s. Brasil, (7) la inauguración del "Estadio Victoria", (1) partidos del América, (5) Super Bowl, (1) partido Veracruz v.s. América, (8) básquetbol, (5) carrera de motos, (10) la carrera de los 100 metros de Ana Guevara, (2) juego Pumas v.s. América, (5) Necaxa v.s. Chivas, (10) Torneo de Golf, (4) Campeonato Mundial de Natación, (1) competencias, (8) carrera de autos, (1) caminata, (1) béisbol y (1) tenis. **Clase Media**: (3) fútbol, (1) atletismo, (6) Juegos Panamericanos, (3) béisbol, (3) América v.s. Chivas, (2) la carrera de los 100 metros de Ana Guevara, (1) México v.s. Perú, (3) México v.s. Brasil, (2) "el clásico de fútbol", (2) "la carrera de autos", (1) Play off, (1) Necaxa v.s. Chivas y (1) el Campeonato Mundial de Gimnasia. **Clase Baja**: (1) Juegos Panamericanos, (6) "el clásico del fútbol mexicano", (2) básquetbol, (3) béisbol, (1) box, (1) "Necaxa en su inauguración", (4) Pumas v.s. América, (3) América v.s. Cruz Azul, (4) México v.s. Brasil, (1) "los juegos del Real Madrid" y (1) "la gimnasia".

92. Deportes vistos en TV.

	GRUPOS SOCIALES	Fútbol	Atletismo	Básquetbol	Carreras de Motos/Autos	Golf	Fútbol Americano	Béisbol	Natación	Gimnasia	Box	Otro	TOTAL
1	Clase Alta	24	12	8	9	10	7	1	4	2	1	1	79
2	Clase Media	13	9	2	2	0	1	3	2	1	2	0	35
3	Clase Baja	19	1	2	0	0	0	3	0	1	1	0	27
	Total	56	22	12	11	10	8	7	6	4	4	1	141
	%	39.72%	15.60%	8.51%	7.80%	7.09%	5.67%	4.96%	4.26%	2.84%	2.84%	0.71%	100%

¿Cuál espectáculo deportivo fue el que vio en los últimos meses?

	Fútbol	Atletismo	Básketbol	Carreras de	Golf	Fútbol American	Béisbol	Natación	Gimnasia	Box	Otro
Total	39.72%	15.60%	8.51%	7.80%	7.09%	5.67%	4.96%	4.26%	2.84%	2.84%	0.71%

Capítulo XIV.- El consumo del tiempo libre en lugares no tan públicos.

14.1 De cholos y gays en el contexto de la modernidad.

Como resultado de la modernidad durante la última década del siglo XX, han surgido cambios en la ciudad de Aguascalientes en las actitudes sociales y hábitos culturales de los hidrocálidos, que difícilmente treinta años atrás se pudieran tan siquiera imaginar que se producirían en nuestra Entidad. Sin lugar a dudas, uno de los fenómenos sociales que más se han acrecentado en el contexto citadino es el de las pandillas juveniles, que según la Dirección de Seguridad Pública y Tránsito, existían hace tres años en la ciudad alrededor de más de 100 bandas que oscilaban entre los 15 y 18 años de edad. Asimismo, sus integrantes varían entre 4 y 40 miembros. Los espacios urbanos de los que se han apropiado estos grupos de marginados sociales en la ciudad son muchos, sobre todo en la periferia.

Las viviendas abandonadas que recogieron los bancos a quienes no pudieron pagarlas, los pequeños mercados que se instalaron en lugares no propicio para el comercio y que se han convertido en elefantes blancos, especialmente las mismas áreas urbanas de los barrios en donde viven, y de los cuales ellos se sienten propietarios, ya que se produce en ellos una identidad con todo lo que se puede compartir como un jardín, un centro social, las costumbres o las calles mismas, en comparación con "los otros", que no se identifican con ese territorio, son las zonas en donde estos jóvenes ejercen sus rutinas. Esta situación, hasta cierto punto, es comparable a la población que habita en algunas de las muchas zonas populosas de la ciudad de México como el conocido Barrio de Tepito, lugar donde existe una identidad barrial de los pobladores que lo habitan. Margarita Zarate menciona:

> *Su concepción sobre la identidad barrial de la población de Tepito incluye dos vertientes que [...] son características de la identidad. Por un lado la vertiente estratégica, en la cual la identidad tepiteña ha sido acicate para la defensa de los inquilinos frente a la demolición de vecindades, pero por otro lado, lo que constituiría la vertiente de la integración, las autoras argumentan que ha servido para desmovilizar y aislar el descontento, facilitando el camino a las labores de control del Parido Revolucionario Institucional* (Zarate Vidal, 1997: 123).

La modernidad está cambiando la fisonomía de la ciudad-capital, pero tal parece que también ha dejado una ciudad "rayoneada" por todas sus esquinas y rumbos. Es evidente que los jóvenes cholos, en particular los que se dedican a pintar las bardas, son al mismo tiempo que una manifestación de inadaptación, insubordinación y provocación frente a la sociedad en general, y a las autoridades en particular, una forma en que ellos adquieren una identidad propia. Esta situación se agudizó tanto, que durante el sexenio del entonces Gobernador Lic. Otto Granados Roldán, se hicieron cambios al Código Urbano con el fin de considerar como un delito atentar contra la estética urbana, y así conservar limpio el Centro Histórico que no ha escapado de ser pintarrajeado. Los cholos han inventado un lenguaje verbal y corporal, así como una escritura que funcionan a manera de código, y que les sirve para defender un territorio urbano que puede ser un barrio pobre o una colonia popular; escribe Bonfill Batalla:

> *Si uno ve, por ejemplo, las bandas juveniles, uno encuentra que responden a una nueva territorialidad y que están relacionadas con estas nuevas formas de ocupación del espacio urbano. Entonces creo que allí tenemos una línea en donde [...] replantear muchos aspectos de la antropología* (1991: 83).

14.2.- Los cholos: un producto más de los "desajustes" del mercado

Un aspecto social de interés ha sido el incremento de algunos sectores marginados que no han sido bien vistos por la población en general, por lo mismo que están segregados, espacial y socialmente; me refiero a los llamados "cholos". Este fenómeno se genera en un contexto en que se discute mucho de la llamada "posmodernidad", concepto que por cierto es muy ambiguo, ya que no se demarca donde empieza y donde acaba; pero que de inmediato nos remite a otro, la globalización. Como resultado de los sucesos mencionados, en Aguascalientes se han manifestado en las últimas décadas ya sea por el apresurado crecimiento de la ciudad y por el elevado índice demográfico, pero sobre todo debido al rápido desarrollo de la economía local producto de la industrialización. Estos fenómenos culturales son dignos de atención, debido a que han comenzado a proliferar nuevas formas en que se manifiesta la "cultura de la pobreza".

Según algunos estudiosos de estas agrupaciones como Manuel Rodríguez, en esta Entidad como en otras muchas partes del país, los cholos son resultado de la migración, sobre todo jóvenes y

adolescentes que viven en los barrios pobres y que por lo mismo se van de braceros a los Estados Unidos; y cuando vuelven a sus lugares de origen, regresan transformados por la aculturación tan fuerte que sufrieron en ese país. El orígenes de los cholos lo encontramos en núcleos mexicanos viven en "el otro lado", más preciso, en la costa suroeste de ese país. Sus raíces culturales las retomaron de los "pachucos", movimiento chicano que se desprendió en en marco de las convulsionados surgidas en los sesentas. Los cholos comenzaron a tener gran fuerza, primero en las ciudades fronterizas como Ciudad Juárez, Nuevo Laredo y Tijuana, y después en las ciudades grandes y medianas como Guadalajara, el Distrito Federal, Culiacán y Aguascalientes entre otras. Su influencia llegó un poco tarde a tierras hidrocálidas a través de los jóvenes que volvían de la Unión Americana.

> *Todo este universo se transmitió a todos los cholos de aquí cuando se fueron a los Estados Unidos a trabajar. Los de mi barrio, Cholula 18, nacieron así: se fueron algunos parientes de la raza, chavos del barrio; no eran cholos, pero cuando regresaron ya eran cholos; luego, luego, lo primero que hicieron fue cambiarle el nombre. Ya no era Cholula; de ahora en adelante sería Cholula XV3". Comenzaron a rayar las paredes con pintura en aerosol (moda que después dejarían por hacer sólo murales), a reunirse, a pelear con los barrios vecinos, a crear fama en los alrededores* (Rodríguez, 2001: 55).

Este sector social ha manifestado su descontento mediante diversos actos vandálicos, como buscar rencillas con jóvenes de otros barrios, o rayar las paredes con pintura de aerosol, sin importarles si las fincas son privadas o públicas. Algunos de ellos tienen un talento especial para pintar murales artísticos en las bardas de las calles. En una plática que se tuvo con un integrante de una banda, me dijo que un bote de aerosol costaba entre 25 y 30 pesos, pero que era difícil que se los vendieran en las tlapalerías del centro de la ciudad y que consiguen el producto en alguna de la periferia a un precio de sólo 15 pesos.

En una nota aparecida en un periódico local, se habla del crecimiento de la inseguridad que existen en la ciudad y en la que los cholos tienen que ver mucho. Opinan que puede ser tachada de injusta, ya que carece de comprensión respecto a las causas reales del problema, además de que no ofrecen una solución o alternativa al mismo, pues si nos ponemos a indagar sobre el estrato social al que pertenecen, encontramos que el 85 por ciento vienen de extracción baja, mientras que el 15 por ciento restante de la clase media. (González, 2001: 5). Según observó el

regidor ecologista Jesús Antonio Maya, existe una confabulación entre adolescentes que trabajan en los grandes centros comerciales, tiendas de autoservicios y distribuidores de estupefacientes. Los primeros ofrecen productos robados a los segundos, y estos a su vez les dan drogas a cambio. Otra característica es el supuesto hostigamiento que los cholos ejercen en los estudiantes:

> *Han aparecido en la ciudad grupos delincuenciales conformados por "cholos" que venden protección a jóvenes estudiantes de secundaria, denunció la Asociación de Padres de Familia. Destacaron que las bandas de cholos no solamente han llegado a vender protección a los alumnos, los cuales lógicamente viven acosados por estos vagos, sino que muchos de ellos les han llegado a quitar sus pertenencias, como los tenis y hasta los relojes* (Batres García, 2002: 1-A).

Opiniones apresuradas y encontradas del por qué se originan este tipo de problemas sociales son varias; unas van desde aquellas que plantean que se debe a la pérdida de valores cívicos y morales, a la influencia de los medios masivos de comunicación, y otras suponen que es el resultado de una sociedad no igualitaria; también hay quien ve en esta expresión juvenil una moda cultural. Una de las razones de su personalidad agresiva o la forma estrafalaria de vestir, hablar o comportarse, se debe a las sociedad no les ha dado la oportunidad de desarrollarse integralmente. En su corto trayecto que llevan de vida, ha prevalecido la escasez de opciones para desarrollarse plenamente, sobre todo la falta de empleo, el no tener acceso a una educación superior y de mejor calidad que les ofrezca el soporte necesario para que en un futuro puedan encontrar un trabajo mejor y más remunerado.

Esta situación, ha orillado a muchos jóvenes a consumir drogas. En Aguascalientes hay diez colonias que requieren atención prioritaria por el alto índice en el consumo de estupefacientes como la cocaína -que se vende rebajada-, las "tachas", la marihuana, las anfetaminas y los inhalantes, cuyo consumo se ha incrementado entre jóvenes de 12 y 16 años. Las colonias más afectadas son: San Marcos, Ejido las Cumbres, Palomino Dena, Gómez Portugal, Rodolfo Landeros, Pensadores, Pintores Mexicanos, José López Portillo, Progreso y el Fraccionamiento México (*El Sol del Centro*, 2002: 1-A).

> *Los autores del 60 por ciento de los delitos cometidos anualmente en Aguascalientes tienen entre 16 y 30 años de edad. El principal es el robo en todas sus modalidades,*

seguido de atentados contra la vida y salud personales, y contra la libertad sexual. Ellos cometen el 60 por ciento de los que atentan contra el patrimonio de las personas, el 15 por ciento contra la vida y salud personales y casi 9 contra la libertad y seguridad sexuales (González, 2001: 4).

Los cholos en Aguascalientes no surgieron de zonas marginadas, sino de viejos barrios y colonias obreras como la ferrocarrileros, en donde los servicios urbanos aunque no eran de lujo, sí estaban equipados en comparación con el lumpenproletariado que vive en los "cinturones de miseria", que forman parte del perfil urbano de las grandes ciudades, en los que por lo regular, se carece de agua potable, pavimentación o electricidad. Hay estos daros: los cholos nacidos en la décad de los sesenta, aunque sólo tuvieron una educación básica, o en el mejor de los casos a la secundaria y preparatoria, al presentarse la crisis económica de principios de los ochenta se vieron obligados a lanzarse a la calle en busca de trabajo. Se colocaban en el sector de servicios y en las peaqueñas empresas y maquiladoras locales para poder llevar algún dienro a sus casas para subsistir[45]. Si los cholos roban o delinquen, no lo hacen porque no tengan para comer, sino porque el sueldo que recibenen sus centros de trabajos sueldos muy bajo; a lo que debemos agregar que muchos no las prestaciones que otorgan las leyes.

Es relevante comprender la influencia cultural que los cholos están ejerciendo en nuestra sociedad, y que tiene mucho que ver con sus vivencias y actividades que realizan en la vida cotidiana. Es de tomar en cuenta que algunos de ellos no sólo habitan las zonas urbanas de clase marginada; también utilizado casas abandonadas. El entonces Secretario de Acción y Gestión Social del Tricolor, Lic. Armando Guel Serna afirmó en un diario local a mediados de 1998, que algunas fincas de fraccionamientos de la ciudad habían sido ocupadas por los "cholos" como madrigueras para cometer actos delictivos[46].

---

[45] *El 70 por ciento de los delincuentes con empleo se desempeña como albañil, comerciante, obrero, empleado, agricultor, pintor, mecánico o chofer. En términos salariales forman parte de la Población Económicamente Activa (PEA) con ingresos diarios que no alcanzan, o apenas, para una canasta básica: de uno o tres salarios mínimos promedio (González, 2001: 5).*

[46] *Los habitantes del seccional 86 -se comenta en un diario local-, al que pertenecen el fraccionamiento Cumbres II y la colonia Luis Ortega Duglas, anunciaron que requieren de seguridad pública toda vez que en esos lugares hay muchas viviendas desocupadas, que son utilizadas como guaridas por los "cholos", por lo que ha habido problemas para las familias, principalmente para los trabajadores que salen a las 21 ó 22 horas de sus labores, y que al tratar de llegar a sus hogares han sido objeto de asaltos (Hidrocálido, 1998: 2-A).*

Es importante que como estudio antropológico fijemos la atención en conocer mejor la manera en que este sector marginado consume el tiempo libre: sus prácticas cotidianas como su visión política sobre estos estratos, en cunanto que forman parte de una subcultura. Por ejemplo, muchos de ellos se tatúan los brazos y espalda con la imagen de una figura nacional como la *Virgen de Guadalupe*, *Emiliano Zapata* o de *Cuauhtémoc*, así como de ángeles, símbolos patrios, cristos, imágenes de la mujer mexicana, pirámides aztecas y un sinfín de símbolos extraños para la gente común. Lo anterior nos demuetra que son jóvenes religiosos, pero también buscan reafirmar su identidad mediante su identificación con un líder revolucionario o por la cultura de nuestros antepasados; en pláticas con ellos, algunos manifiestan de inmediato su orgullo por descender del mítico *Aztlán*. El cholo que se tatúa, no lo hace porque sea la moda, pues esta práctica tiene mucho tiempo, sino más bien para manifestar su identidad: *me marco la piel para formar parte de un grupo que es excluido de la sociedad.* Aguilar y Bassols señala:

> *El tatuaje resultaría así, a un nivel, una forma de adscripción colectiva que individualiza a quien la porta (o, tal vez, lo inverso: una individualización que genera grupalidad). El cuerpo tatuado vuelto escenario social también tendría la característica de generar un discurso múltiple desde las imágenes portadas, multiplicar los sentidos del cuerpo al explorar los diversos lenguajes que confluyen en él. Las marcas de la exclusión se vuelven ahora las marcas de la inclusión, en un sistema de sentidos que pueden descifrar, cada cual a su manera, tanto los implicados como los públicos...* (2001: 17).

La costumbre de pintar murales en paredes o bardas, es singo de un lenguaje inventado por ellos mismos para delimitar sus fronteras territoriales en la ciudad o en la colonia; como ya decíamos, la forma de vestir la heredaron de los pachucos y de los chicanos, como es amarrarse el paliacate en la frente. Es indiscutible, que las prácticas de su vida cotidiana son diferentes a las de la gente común; mencinamos las siguietne: los rituales que utilizan para saludarse y para comer; el tipo de escuelas a las que asisten, o si son un poco mayores, a las que envían sus hijos; el gusto por la música que escuchan como las melodías que llaman "oldies"-música de los cincuenta-; la renta de videos o el tipo de películas que les interesa ver en la televisión, las actividades que realizan el fin de semana. A ellos les gusta salir a dar la vuelta al centro de la ciudad y frecuentar los centros comerciales, aunque menos porque por su aspecto, muchos prefieren las calles de su barrio para deambular y convivir; los llanos de la periferia o su casa para descansar ojugar. Para una gran cantidad, la realización de una actividad no hacen fuera de la jornada de trabajo, porque

no tienen, o si la tienen no es constante. Roxana Quiroz Carranza dice lo siguiente en relación a su vestimenta:

> *Sus miembros son fácilmente reconocibles por sus pantalones y bermudas muy anchas de mezclilla o color caqui, zapatos o tenis toscos, playeras largas hasta los muslos, bulto a la espalda, arracada o arete en la oreja, tatuajes en el cuerpo, paliacate, boina o gorra cubriendo sus cabezas y un largo cinturón o cadena colgando la cintura* (Quiroz Carranza, 2004: 44).

Quienes vivían en comunidades rurales del Estado y de otros como Jalisco y Zacatecas, las han abandonado para irse a trabajar a Estados Unidos o a una ciudad en busca de mejores oportunidades, ya sea en una maquiladora de una firma local o nacional, en alguna empresa transnacional, como Texas Instruments o Nissan, o bien se escriben para estudiar una carrera en la Universidades Autónoma de Aguascalientes, en una escuela normalista o técnica como los CEBETIS. La interacción de estos jóvenes que provienen de las áreas campesinas, al ubicarse en un contexto urbano genera una nueva socialización, pues diseminan en su entorno social la cultura rural que traen consigo de sus lugares de origen; pero al mismo tiempo, se genera un proceso inverso al impregnarse ellos mismos de la cultura urbana. Nos da un ejemplo Antonio Guerrero Hernández en un estudio sobre los llamados *rancholos* que son jóvenes de extracción campesina urbanizados:

> *Aguascalientes es un estado con alto predominio urbano, pues aproximadamente 80% de sus pobladores viven en las ciudades. Paradójicamente, por un lado sus jóvenes rurales tienen mucho contacto con la ciudad, y, por otro, en el escenario urbano existen muchos elementos que reivindican lo rural, lo vaquero y lo grupero. Los rancholos son jóvenes urbanos aún con aires rurales. Son el puente entre esos mundos [...] lo cual contribuye a la pluralidad cultural, a la modernización y al adiós a las viejas explicaciones que marcan una enorme distancia entre los jóvenes rurales y los urbanos* (Guerrero Hernández, 2001: 25).

La comunidad gay de Aguascalientes

Es común en esta ciudad, al igual que en otras partes del país, la represión que sufren los homosexuales y las lesbianas; pero aún con esta situación adversa, no dejan de manifestarse de manera abierta. Incluso, se ha convertido tradicionales concurso de *Belleza Gay,* aún en algunos municipios.; un ejemplo es el que se llevó a cabo el 2 de noviembre de 2003 en la comunidad de

Malpaso, Municipio de Calvillo, en elque participaron cinco concursantes que representaron a los municipios de Asientos, Cosío, Calvillo, Tepezalá y Jesús María. En el acto lucieron sus mejores trajes típicos y de noche en medio de una velada nocturna, en donde el local estaba a reventar y adornado con flores, e iluminado por fuegos pirotécnicos de varios colores (Díaz, 2002: 22).

Es parte de la historia local, que a los homosexuales y transvestis se les ha señalado públicamente y sean objeto de buerla, y que en ciertos casos se haya llegado a la agresión física. Aún cuando existene un considerable número de homosexuales, raramente se ve a alguno vestido de mujer durante el día; en ralidad se cuentan con los dedos de la mano los que usan prendas femeninas, ni en antros ni en centros nocturnoe, ni menos en las avenidas transitadas o en la zona de tolerancia. Constituye "el pan de cada día" para los medios impresos el ridiculizarlos, y el que se manifieten hostiles. Fue ejemplo que el Balneario Ojocaliente colgara en la purete, en agosto de 2000 el siguiente letrero: *se prohíbe la entrada a homosexuales y a perros* siendo alcalde el panista Armando Reynoso Femat.

Este suceso desencadenó un escándalo en la población citadina y a nivel nacionel, pues la televisión se encargó de darla a conocer, lo que colocó en cirncustancias desagradables a las autoridades muncipales y del Estado. Se agravó cuando tiempo después Jorge Álvarez Medina Jefe de Reglamentos Municipal declaró a un periódico local, que no le agradaría que en su oficina trabajaran personas con tendencias homosexuales. Las respuestas ante estos comentarios no se hicieron esperar; diversas asociaciones *gays* llegaron a la ciudad de varios estados de la República para protestar; entre otras lindezas calificaron a la ciudad de *la capital mundial de la intolerancia.* El problema amainó cuando Reynoso Femat al frente ya del Gobierno del Estado, declaró en televisión, que el susodicho anuncio ya estaba colocado desde los gobiernos anteriores y el probelam se estaba manejando con tinte político, y que este problema se estaban manejando con un tinte político, por lo que reafirmó que la postura de su administración estaba abierta a todo tipo de manifestaciones públicas de índole diversa.

Podemos enunciar otros sucesos que pueden tacharse de "intolerantes" y que datan de tiempo atrás. Es el caso de los hechos ocurridos en la gestión del primer alcalde panista Alfredo Reyes

Velásquez en el mes de abril de 1997, un año después de que alcanzara la alcaldía, en relación a la prohibición de la Dirección de Reglamentos, de una exposición de fotografías eróticas del artista Carlos Llamas en el ICA (Instituto Cultural de Aguascalientes), que fue tcalificada de pecaminosa, pues "atentaba contra las buenas costumbres", lo cual generó toda una serie de reacciones, algunas allende los límites del Estado, de tal manera que al edil se le comparó con el entonces Ayatola Jomeini.

Es ya una tradición, que después de las diez de la noche, los homosexuales se reunan en algunos puntos céntricos de la ciudad, como bares públicos; que aunque no son exclusivos para ellos, acostumbran juntarse para convivir, como lo fue por mucho tiempo el bar *El Círculo*, que se localizaba en plena zona céntrica y que era muy famoso por los desmanes que ocasionaban los clientes. También se les encuentra en las bancas de la Plaza de la Patria, que a partir de las ocho de la noche llegan con el fin de reunirse para "echar relajo", o mirar de reojo a alguno de los paseantes "para ver si cae uno"; o en la Avenida Adolfo López Mateos -la cual ha sido *denominada la Zona de Tolerancia Gay*- donde es común que la policía haga redadas los fines de semana tanto de homosexuales como de meretrices que están a la espera de algún cliente. Aparte de estos lugares, también eligen merenderos y bares para disfrutar de su compañía; pero en algunos casos la convivencia acaba en trifulca entre ellos mismos, como fue la que se suscitó a principios del mes de diciembre de 2003 en uno de estos sitios denominado *El Pato Donald*, lugar ubicado en la calle J. Pani, que escogieron para pasar una tarde soleada y helada, pero que terminó a la medianoche con la intervención de la policía y detención de siete homosexuales.

Por la exposición de los casos antes descritos, se puede decir que la modernidad no se refiere sólo a que la ciudad luzca brillante y limpia, o que se haya planificado armónicamente en base a los anillos de circunvalación que facilita la trayectoria de un sitio a otro de la ciudad; sino que también, y sobre todo, se encuentra en la forma de pensar y actuar de los individuos, ya que las distintas formas de visión del mundo y acción de las personas están influidas por las vivencias e ideologías que se reproducen según las condiciones sociales en que se desarrollan. En consecuencia, la sociedad aguascalentense continúa siendo, a decir de intelectuales locales, turistas y migrantes que se establecen en esta ciudad, conservadora y en ciertos aspectos, la han calificado de retrógrada, ya que según ellos, la mentalidad no es acorde con el siglo XXI que

recién inicia. Por ejemplo, en una nota aparecida en un diario de la localidad en el año 2002, se da cuenta a la sociedad de que Control Reglamentario tiene entre uno de sus objetivos, trasladar a las orillas de la capital algunos antros que acostumbran frecuentar estos grupos sociales, y dejar "limpio" el centro de la ciudad. Según el periodista Batres García:

> *Detrás de varias clausuras que se han realizado está el ambiente de los homosexuales, los cuales pasan de simples manifestaciones en contra de los actos de autoridad a actitudes más serias, sobre todo ahora que a los establecimientos en los que se reúnen se les tiene en la mira para sacarlos en definitiva de la ciudad y a un lugar alejado de la zona urbana* (10/04/2002: 1/A).

Comentario.

La comunidad homosexual en la ciudad de Aguascalientes, pasa un tiempo considerable, fuera de su horario de trabajo, en bares o en algunos sitios públicos donde se reúnen principalmente por la noche para convivir, buscar diversión, echar relajo, pero sobre todo van a la caza de los clientes. Por otra parte, los cholos -y otros tipos de agrupaciones juveniles como los punketos, skatos y grafiteros- que tienen trabajo fijo, esparcen su tiempo de ocio en las esquinas de sus barrios jugando en la patineta, matando el tiempo consumiendo drogas en una casa abandonada; conversando o simplemente oyendo música, pero también se dedican a rayar las paredes de las casas, aunque es reconocido el talento que tienen algunos para realizar verdaderos murales artísticos, que los podemos observar en muros o paredes de las colonias marginadas en que habitan. Citamos como ejemplo el mural que existe en una pared de una institución educativa Universidad Pedagógica Naciona (UPN) de la Imagen de la Virgen de Guadalupe, que se encuentra en la Colonia Insurgentes, lugar en el que el día 12 de diciembre acostumbran los vecinos del barrio prenderle veladoras en su honor. Termino el apartado con la siguiente pregunta: ¿Se entiende por "trabajo" el que algunos jovenzuelos vendan drogas afuera de las escuelas o de loncherías disfrazadas de antros por diversos puntos de la ciudad, pintar grafitis, y el tiempo que les sobra se le pueda llamar consumo del tiempo libre?

14.3.- El lado oscuro del tiempo de ocio: prostitución, "brincos" y consumo de drogas.

En Aguascalientes existen algunos establecimientos en los que jóvenes y adultos de ambos sexos se entretienen en sus ratos de ocio. Son lugares en los que no precisamente asistir a una función

de cine, a practicar algún deporte o entretenerse en un espectáculo artístico o un recital musical. De acuerdo con información proporcionada por el Licenciado José Manuel López Calderón, ex Director de Control Reglamentario, en el 2004 existían 386 restaurantes donde se expendían alimentos, 40 restaurantes bar, 10 discotecas, 3 centros nocturnos, 61 cantinas y 204 restaurantes con venta de bebidas en alimentos. Aparte de estos lugares de diversión, abundan otros en donde se realizan distracciones de otro tipo, que en su mayoría son nocturnas y que, por lo regular, van dirigidas a un público de sexo masculino mayor de edad. Es el caso de la prostitución.

La prostitución es un problema social que lo encontramos a lo largo de la historia de la ciudad de Aguascalientes. Por ejemplo, a fines del siglo XIX existió un burdel en la segunda calle de Galeana, otro más que se estableció en 1898 en la actual arteria de Rayón -antes calle del Castillo-, y en el mismo año apareció otro en lo que ahora es la calle J. Pani. Entrado el siglo XX, se instaló un lenocinio en la primera calle de Condell, en 1904. Según estadísticas de aquellos años, para 1908 había 12 casas de prostitución legales y otras no registradas por serque eran eran clandestinas (González, 2002: 26).

Desde hace décadas ha existido una zona de tolerancia fija, donde se oferta la venta del cuerpo femenino para un público masculino de todas las edades y estratos sociales que desean satisfacer sus deseos sexuales; pero además le da la venta de bebidas etílicas, y no es un secreto que también opera el tráfico de drogas. En el Estado operan dos zonas de tolerancia: "El Charquito", en el municipio de Pabellón de Arteaga, y "Las Violetas", lugar que se localiza en la parte sur de la capital, que aun no se encuentra absorbida del todo por la mancha urbana, ya que se ubica en un camino sin pavimentar alejad de la mancha urbana, fenómeno que sí sucedió con la primera zona de tolerancia conocida como "El Mar". "¡Vamos al "Marista"!" (en alusión al colegio del mismo nombre) era una frase muy común entre la población.Al ser absorbidos por la ciudad, se optó por demolerla para levantar en el lugar viviendas populares, pues según el Gobierno, era una zona que "afeaba la ciudad". Cabe señalar, que también se da el caso de la prostitución masculina, al grado de que este tipo de lenocinio ha sido ofertado a través de un periódico local, donde ...*decenas de lenonas y lenones anuncian su mercancía: la prostitución de mujeres y hombres a quien quiera, y, por supuesto, pueda pagar* (*Tribuna Libre*, 2003: 3).

La modernidad ha llegado también a este tipo de lugares. Ahora son comunes los famosos *table dance,* que funcionan en antros como el "Gold Palace"; y se dice que los parroquianos están volviéndose famosos por la "buena calidad" de las mujeres que se cuelgan desnudas de una barra de tres metros de altura. Según comentarios de los clientes, una *teibolera* por lo regular cobra alrededor de 100 pesos por un baile, pero si es privado el cliente tiene que desembolsar más de 160 pesos. El contraste entre modernidad/tradición lo encontramos entre una joven bailarina que cobra 800 pesos por lo que el cliente "pueda hacer" durante quince minutos, y una anciana de setenta años que no pide más de cuarenta pesos cuando mucho. De los prostíbulos más concurridos mencionamos "Los Cazadores", "Sexy Dance", "El Bara Bar", "El Toby", "Ganbrinus", "El Dandy", "El Men's Clube", "Las Vegas", "La Gatita", "El Cometa", "La Linterna Verde" y el "Club Paricutín", así como las loncherías "El Conejo", "Los Pitufos" -que está en reparación- y "La Jaulita"; y no podía faltar el vendedor de semillas o churritos ambulante, que debajo de ellos esconde los carrujos de droga para surtir a los mariguanas, parroquianos y meretrices. El riesgo para los clientes que les gusta consumir el tiempo libre en zonas de tolerancia es el SIDA, ya que se han encontrado casos de mujeres con el mortal virus; en un semanario se dio a conocer el caso reciente de un mesero afectado por el virus. *La persona infectada con el virus del SIDA, de la cual por obvias razones no se publica su nombre, aun y cuando en el escrito sí aparecen sus datos generales, tiene menos de 23 años de edad y trabajó en los prostíbulos "El Retiro", [...] y por último el "Men's Clube* (*Tribuna Libre*, 25/07/2004: 6)

También existen sitios que operan como oficinas y otro tipo de locales en el centro de la ciudad, que durante la noche se convierten en *table dance* clandestinos para los parroquianos. De igual manera se han descubierto los llamados "brincos", que son lugares donde no sólo se efectúan juegos de azar, sino que también prolifera el negocio de las drogas; pero el mayor atractivo es el ejercicio de la prostitución en menores de edad que provienen de familias desintegradas. Esta situación echa por tierra, el supuesto de que la corrupción infantil sólo se ejerce en las ciudades turísticas como Cancún, o Acapulco; en las urbes fronterizas como Ciudad Juárez, Nuevo Laredo y Tijuana, o en las grandes metrópolis mexicanas como el Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara. Cito la siguiente nota del *El Sol del Centro* aparecida hace tres años, la que hace alusión a este tipo de lugares:

El regidor Jesús Antonio Maya López denunció el funcionamiento de un "brinco" en el fraccionamiento Macías Arellano, sitio donde se practican los juegos de azar, la prostitución, la venta ilegal de drogas, la corrupción de menores sin que las autoridades hagan nada por clausurar el establecimiento [...] Como tampoco se ha procedido a detener la esquilma de incautos que hacen en una casa de juego que opera en plena calle Juárez a sólo una puerta de la panadería en un local donde antes funcionaba una academia y que ahora todos los días funciona como casino a media cuadrita del mercado Terán (*El Sol del Centro*, 2002: 3/A).

En gran medida, el vertiginoso crecimiento de la urbanización ha traído consigo novedosas formas de construcción de identidades colectivas y la agudización de algunos problemas sociales: la drogadicción, la vagancia de jóvenes, la violencia intra familiar -que en algunas ocasiones tiene que ver los espacios tan reducidos de las viviendas en que moran los inquilinos- contra mujeres y niños y ancianos, y de otros más graves que en los últimos años se han generado en la Entidad, y que hace un cuarto de siglo era difícil de imaginar que pudieran suceder en Aguascalientes, como la prostitución infantil de ambos sexos. En lo que respecta al maltrato de las mujeres, en base a cifras aportadas por el Centro de Salud Mental Agua Clara, se menciona que cerca de 5, 600 mujeres solicitaron apoyo psicológico en el último año (*El Sol del centro*, 2003: 3/A). Lo que significa que este mal social se ha incrementado, sobre todo en las zonas populosas de la ciudad, que es en donde más han aparecido este tipo de problemas sociales. En gran medida, esta situación se ha reproducido por la crisis en que vive la familia mexicana, ya que de los cuatro modelos de familia: nuclear, extensa, semiextensa y seminuclear, es esta última la que más se ha crecido.

Se ha descubierto que muchas de ellas guardan silencio por la inseguridad que tienen de ser abandonadas y no poder mantener a sus hijos, o volver a ser vapuleadas por su pareja como venganza. En muchos casos, los machos golpeadores de féminas provienen de familias en donde la costumbre de solucionar los conflictos se resuelve en base a tundas. Aunque también se da el caso contrario, en que la mujer ejerce el maltrato al hombre pero es más raro. La agresión contra los niños no es menos grave, ya que el DIF estatal dio a conocer que hasta mediados de noviembre del 2002, se reportaron 511 menores maltratados, a los que se les atendió psicológicamente. Sin embargo, como anota Sara Beatriz Millares Parra, Procuradora de la Defensa del Menor y la Familia, es deplorable que en muchos de los casos, la propia madre es la que golpea a sus hijos por ser ella la que está más en contacto con ellos, ya que los padres se

desatienden por completo de los problemas domésticos. Al ser entrevistada en un noticiero local de televisión, la procuradora estimó que alrededor del 30% del maltrato a los niños lo ejercen las propias madres. Un caso muy sonado fue el de la Colonia Guerrero, en donde siete niños recibieron custodia de este organismo por el descuido en que los tenían sus mamás, al dejarlos solos para irse a trabajar como meretrices (*El Sol del Centro*, 2002: 6/A). Esta situación no sólo se presenta en colonias marginadas, sino también en lugares públicos como el centro de la ciudad, pues a veces se ven casos en que una mamá golpea a su hijo en plena calle, ante la mirada de los transeúntes. La agresión infantil va de la mano con el abuso sexual que se hace de ellos. En base a datos aportados por la Agencia Especial que se encarga de investigar este problema, solamente a mediados de enero de este año ya se habían reportado ocho casos de abuso sexual contra menores, los que generalmente son desde niños de 6 años de edad hasta adolescentes entre 11 y 15, y quienes los violan continúan siendo conocidos de la familia, su padrasto o hasta un miembro de ella (Macías, 2003: 3).

En relación a la prostitución infantil, se calcula que existen aproximadamente en el mundo diez millones de niño(a)s que no alcanzan los dieciocho años de edad que se dedican a esta actividad, a cuya cantidad se suman cada año un millón más de infantes (Krauz, 2002: 20). Este incremento se debe en gran medida al uso del Internet, que facilita al interesado la información de los sitios en el mundo donde se ejercen estas prácticas. José Manuel López Calderón, ex Director de Reglamentos Municipales en el Estado, afirmó que existe una red en la Entidad que se dedica a la perversión de menores, que están en estrecho vinculo con los traficantes de drogas que opera en las zonas marginadas y varias zonas de la ciudad, y en la que están inmiscuidos algunos taxistas que sirven de enlace entre explotadores y clientes clandestinos. Sin embargo, es en tiempos de *Feria* donde se agudiza más este problema social, pues es cuando más se detecta a menores de edad que provienen de las colonias populares, que se instalan en el área de las terrazas para ofrecer sus "servicios" a cambio de bebidas etílicas.

> *Sin embargo, Aguascalientes se ha convertido en un punto atractivo para la operatividad de las redes de prostitución, incluso infantil, por lo que durante los últimos siete meses han aterrizado a la entidad redes provenientes de otros estados, tales como Jalisco y Sinaloa, quienes al pretender instalar table dance, no se descarta la posibilidad de que están relacionados con los casos de prostitución que se manejan por vía telefónica* (González, 14/10/2002: 3).

Para darnos una idea de la gravedad de esta situación, recientemente se clausuraron por orden de Regamentos varias loncherías donde se ejercía la prostitución y juegos de azar clandestinos, donde las meretrices se disfrazaban de meseras y vendían narcóticos. La respueta a esta medida no se hizo esperar; el titular de esa dependencia recibió amenazas de muerte y el Regidor Jesús Antonio Maya López sufrió una agresión física para intimidarlo. Ante estos hechos, el Presidente Municipal, lejos de asustarse, hizo declaraciones en el sentido de que la capital del Estado no será refugio de las mafias de narcotraficantes ni de la delincuencia organizada (*El Sol del Centro*, 2/11/2002: 6/A). Cabe decir que actualmente es un hecho, que no solo se ejerce la prostitución en loncherías, sino también el narcomenudeo y la delincuencia.

La solución para estos problemas no es fácil, pues es conocido que en algunos casos, ante la grave situación económica en familias pobres, la propia madre incita a prostituir a su propia hija; y con mayor razón si se da cuenta que una familia vecina ha logrado tener éxito relativo en su economía familiar, o porque la amiga de su hija se inmiscuyó en este tipo de trabajos y ha logrado instalar su propio "negocio". Respecto al cierre de antros y bares, el candidato tricolor perdedor de las elecciones para Presidente Municipal, salió en defensa de los dueños de estos establecimientos sustento de sus familias.

> *El dirigente estatal de los comerciantes organizados, Juan Manuel Romo Hernández y los demás agremiados de ese organismo empresarial que se han visto afectados por las decisiones arbitrarias y sin sustento de la autoridad municipal respectiva, les refrendó una vez más su respaldo e hizo votos porque lo más pronto posible se arregle su situación* (*El Sol del Centro*, 2004: 3/A).

En lo que respecta a la drogadicción, s, la situación se torna grave, pues los adictos empiezan a consumir algún tipo de droga desde temprana edad -13 ó 14 años de edad, y en algunas colonias hasta de menorsedad, lo cual nos da una idea de la gravedad del problema. Según Marco Antonio Olvera Mateos, Presidente de la Academia Estatal de Derechos Humanos, el consumo de drogas se ha triplicado en los últimos años; y esto tiene que ver mucho con las autoridades estatales "que se hacen de la vista gorda", pues saben que la solución del problema no acabará con poner tras las rejas a los "bachicheros", sino a quienes se dedican a su comercio y producción (*El Sol del Centro*, 4/12/2002: 1/A) que son los que "lavan dinero". Tenemos el caso reeciente tan

comentado en la sociedad del narcotraficante apodado "El Tijuano", que fue arrestado, y de quien se supo era el dueño de los restaurantes muy conocidos por la sociedad hidrocálida, como *El Muzquiz* y *Arrachera Borrego*. Considero que el problema del narcotráfico no está a la altura de ciudades como el Distrito Federal, Sinaloa o Ciudad Juárez, pero lo que es grave, es el problema del narco menudeo. Prueba de ello es el operativo antidrogas que se realizó a fines del 2004 en el Estado, a iniciativa del entonces alcalde Ing. Ricardo Magdaleno Rodríguez.

14.4.- Comentarios.

a) Así como existe un sector de la sociedad en la ciudad de Aguascalientes que ocupa su tiempo asistiendo a misa diaria después de la rutina diaria de la jornada de trabajo o de estudio y ocupado los domingos en ir a comer al parque *El Cedazo*, a pasear por los centros comerciales los días festivos por las tardes, a jugar al golf en un club exclusivo o al fútbol en un llanito apartado del bullicio citadino, según la clase social a la que se pertenezca; también existe otro sector relativamente numeroso, que prefiere disfrutar el tiempo de ocio entreteniéndose en los juegos de azar clandestinos, frecuentando un centro botanero o una cantina todos los días a la salida del trabajo para tomarse "las de comer", esparciendo los sábados por la tarde viendo una película pornográfica con sus amigos, o bien visitando la zona de tolerancia para "pasar el rato" o comprar las caricias de una meretriz. Por tanto, propongo que se realicen más investigaciones sobre este tipo de consumo del tiempo libre, ya que por sus mismas características especiales han sido pocas las realizadas por la antropología en ciudades medias como la de Aguascalientes, e incluso en los grandes centros metropolitanos. Pero también por formar parte de las ofertas de consumo cultural, merecen también una atención las otras ofertas por considerarse importantes para esta disciplina, no debe importar sólo lo que es "bien visto por la gente", sino también de aquello que social y moralmente está "prohibido" para ella.

b) Cuando me refiero a que estas distracciones contienen "características especiales", lo que quiero demostrar es que hay personas que acostumbran consumir el tiempo libre en "prácticas", que no son las aceptadas socialmente como pasar el tiempo bebiendo en una cantina, que por cierto se encuentran vinculadas a otros problemas sociales más graves como el consumo de drogas, la prostitución y la incorporación de menores de edad a este tipo de ejercicio. Aparte de los establecimientos que se enunciaron anteriormente, existen una gran cantidad de "loncherías"

-muchas de las cuales se han clausurado-, en donde es común la prostitución de mujeres maduras y jóvenes, muchas de las cuales son apenas adolescentes, que se rotan de un antro a otro o de una lonchería a otra, de la misma manera en que circula la droga.

c) Durante los períodos festivos vacacionales, en particular durante la *Feria de San Marcos* y las Navideñas, es tanta la embriaguez y el desenfreno, que es exagerado el número de muertos causados por el consumo de bebidas etílicas: accidentes viales, congestiones alcohólicas, suicidios producto de una depresión en la que tuvo que ver mucho el alcohol, trasnochados que amanecieron muertos en un baldío por hipotermia o con un balazo en la cabeza, etc.¿Pero cómo es que comienza todo este embrollo? Como una fiesta "destrampada", en que la sociedad aguascalentense se olvida de sí misma emborrachándose: hombres y mujeres, jóvenes y viejos, ricos y pobres; los que viven en zonas residenciales, como El Campestre o Las Trojes, y aquellos que sobreviven en colonias pobres como "Los Pericos" o en fraccionamientos como el Gámez Peralta. Todos brindan en sus casas, en un restaurante de lujo, en una discoteca de categoría, o en un antro de mala muerte que vomita borrachos a cada minuto. No es raro que en Navidad muchos hidrocálidos entren muy gustosos a una cantina con el aguinaldo, y salgan por la misma puerta sin un centavo en la bolsa. Algo semejante ocurre una vez concluida la verbena abrileña, pues la gente acaba haciendo fila en el Monte de Piedad, o los parientes que vienen "del otro lado" a visitar a sus familiares, terminan pidiendo dinero prestado para poder hacer el viaje de regreso a los Estados Unidos. Se puede concluir que *La feria,* además de comercial y religiosa, el alcoholismo juega un papel prepoderante.

d) Un lugar en donde pasan el tiempo libre los cholos, son los centros y grandes almacenes comerciales, aunque éstos son los de menos prestigio social; algunos de los cuales se ubican en las zonas populosas en donde viven. Es común verlos en la *Plaza Comercial San Marcos*, *Bodegas Aurrerá*, las *Comerciales Mexicanas* y el almacén *Ley*, aunque algunos frecuentan centros comerciales más exclusivos como *Galerías* o *Villasunción*, por lo que no son bien vistos y hasta discriminados por los dueños o personal de los negocios. También los podemos observar en tiendas donde se vende ropa casual y zapaterías, en comercios de aparatos eléctricos, en tiendas donde se venden vídeos y DVD's, o en las cafeterías hojeando revistas juveniles, aunque

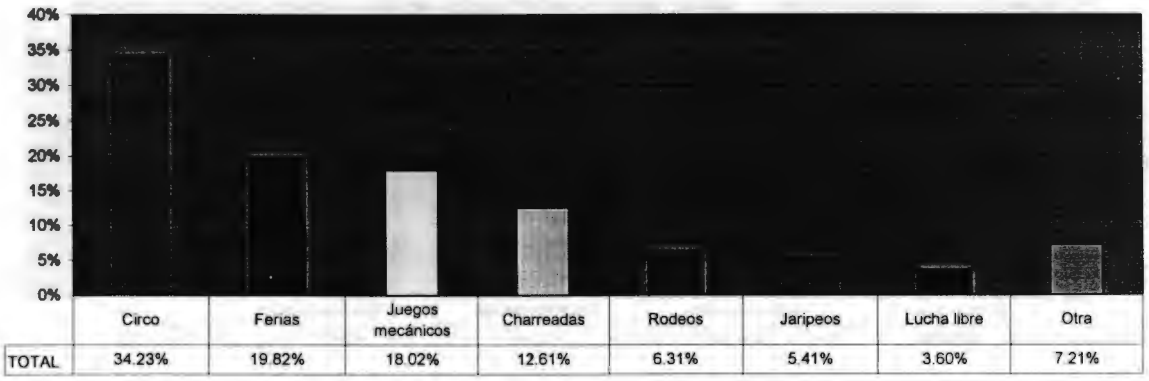
no es común que alguno salga con una bolsa en la mano de una compra realizada; pero sobre todo, el barrio es el lugar preferido, ya que es donde tienen su identidad.

14.1.- En el último fin de semana Usted asistió a: Las atracciones principales de 111 encuestados, que corresponde al 100% de la muestra, fueron las siguientes: el circo (34.93%), las ferias (19.82%) y los juegos mecánicos (18.02%); apenas el 5.04% de los encuestados asistieron a los jaripeos y el 3.36% fueron a la lucha libre. En general la clase alta es la que más asiste a diversos pasatiempos, sobre todo los dos primeros enunciados, a excepción de los juegos mecánicos a los que fue más la clase baja -8-. También hubo quienes prefirieron espectáculos diferentes en el rubro "Otros" como las carreras de autos, diversión que también puede ser clasificada como un deporte, y mas ahora en que el Gobierno piensa traerse a Aguascalientes el evento NASCAR.

93. Último fin de semana.

	GRUPOS SOCIALES	Circo	Ferias	Juegos mecánicos	Charreadas	Rodeos	Jaripeos	Lucha libre	Otra	TOTAL	%
1	Clase Alta	14	9	7	6	4	3	2	8	53	47.75%
2	Clase Media	12	6	5	5	1	1	1	0	31	27.93%
3	Clase Baja	12	7	8	3	2	2	1	0	84	75.68%
	Total	38	22	20	14	7	6	4	8	111	151%
	%	34.23%	19.82%	18.02%	12.61%	6.31%	5.41%	3.60%	7.21%	100%	

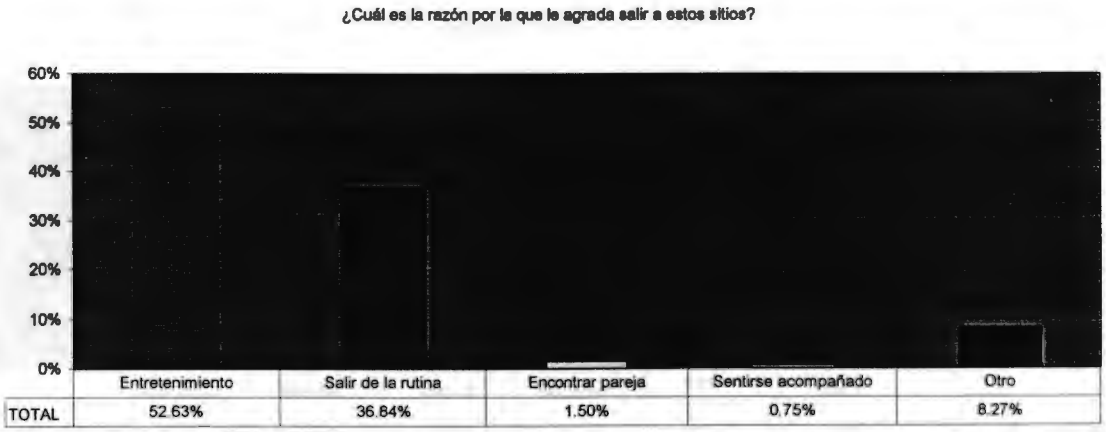
En el último fin de semana Usted asistió a:



14.2.- ¿Cuál es la razón por la que le agrada salir a estos sitios? Esta pregunta la contestaron 133 personas que equivale al 100% de la muestra, y los resultados fueron los siguientes: el público que asiste a este tipo de atracciones lo hace principalmente para entretenerse (52.63%), siendo la clase baja -30- la que más respondió a esta opción, y para salir de la rutina (36.84%), de la que la clase alta -26- tuvo el mayor porcentaje. Únicamente el 0.75% -un individuo- contestó que lo hacía para sentirse acompañado, que fue la opción menos escogida. La clase alta afirmó que también lo hace con la finalidad de encontrar pareja -2 personas de esa clase-. Otras respuestas fueron "para distraer a los niños", "para divertirse", "para "actualizarse", etc.

94. Motivos para salir de casa.

	GRUPOS SOCIALES	Entretenimiento	Salir de la rutina	Encontrar pareja	Sentirse acompañado	Otro	TOTAL	%
1	Clase Alta	26	26	2	0	4	58	43.61%
2	Clase Media	14	12	0	0	2	28	21.05%
3	Clase Baja	30	11	0	1	5	47	35.34%
	Total	70	49	2	1	11	133	100%
	%	52.63%	36.84%	1.50%	0.75%	8.27%	92%	

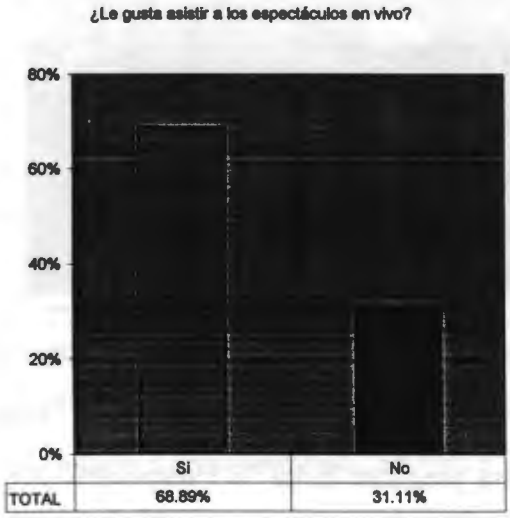


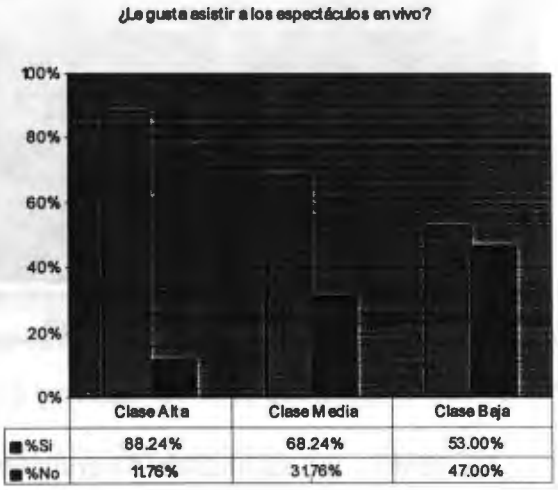
14.3.- ¿Le gusta asistir a los espectáculos en vivo? De 270 entrevistados, al 68.89% de los informantes les gusta asistir a espectáculos en vivo y el 31.11% afirmaron que no. Por otra parte, la clase alta (88.24%) es la que más asiste, y por el contrario, la baja (47.00%), es la que menos lo hace por los salarios bajos que percibe; aunque como vimos anteriormente, la gente más pobre

es la que asiste con mayor frecuencia a las atracciones gratuitas, como son los desfiles: la *Romería de la Asunción*, el de *Las Calaveras* y el *Desfile de la Primavera*) y los espectáculos al aire libre que se ofrecen al público en general en el *Teatro del Pueblo* sobre todo durante el periodo de *La Feria*, aunque también en el transcurso del año se realizan eventos.

95. Espectáculos en vivo.

	GRUPOS SOCIALES	Si	% Si	No	% No	TOTAL	%
1	Clase Alta	75	88.24%	10	11.76%	85	100%
2	Clase Media	58	68.24%	27	31.76%	85	100%
3	Clase Baja	53	53.00%	47	47.00%	100	100%
	Total	186		84		270	
	%	68.89%		31.11%		100%	



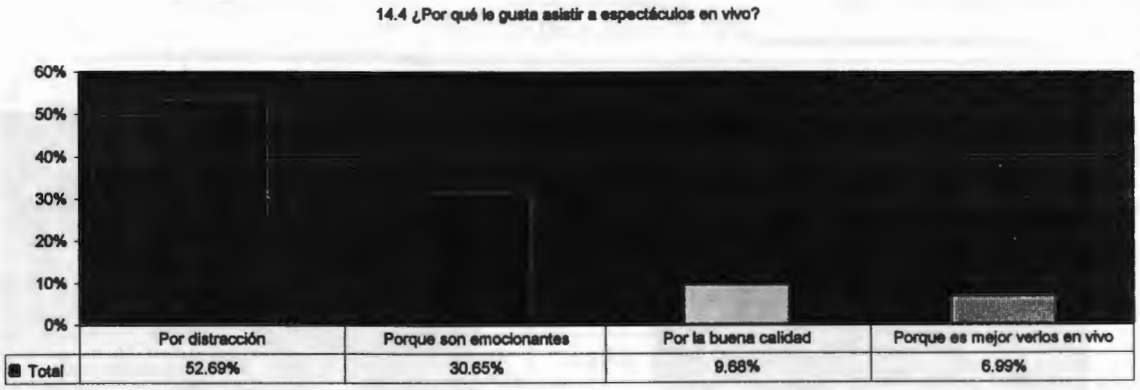


14.4.- ¿Por qué le gusta asistir a los espectáculos en vivo? Del total de encuestados que fueron 186 personas, las razones por las cuales les gusta asistir a los espectáculos en vivo fueron las siguientes: por distracción (52.69%) y porque son emocionantes (30.65%), de las cuales el porcentaje más alto fue para la clase alta con 47 y 23 personas respectivamente; contrariamente al 6.99%, de los cuales 6 son de la clase media que piensa que es mejor ver los espectáculos en vivo. Cabe añadir que el 9.68% lo hace por la buena calidad, sobre todo 9 informantes de la clase alta. A los que les gusta asistir lo hacen según las siguientes frases textuales: "por distracción", porque "sirven de entretenimiento", "por el ambiente que se crea", "por la buena calidad de los espectáculos", "porque son más emocionantes", "por la adrenalina del ambiente", "porque es

mejor verlos en la televisión" y "porque se relajan". A los que no les gustan fue porque "se engentan", "porque se aburren", porque "están cansados", porque "les molesta el ruido", porque "no salen mucho a la calle", etc.

96. Gusto por lo vivo.

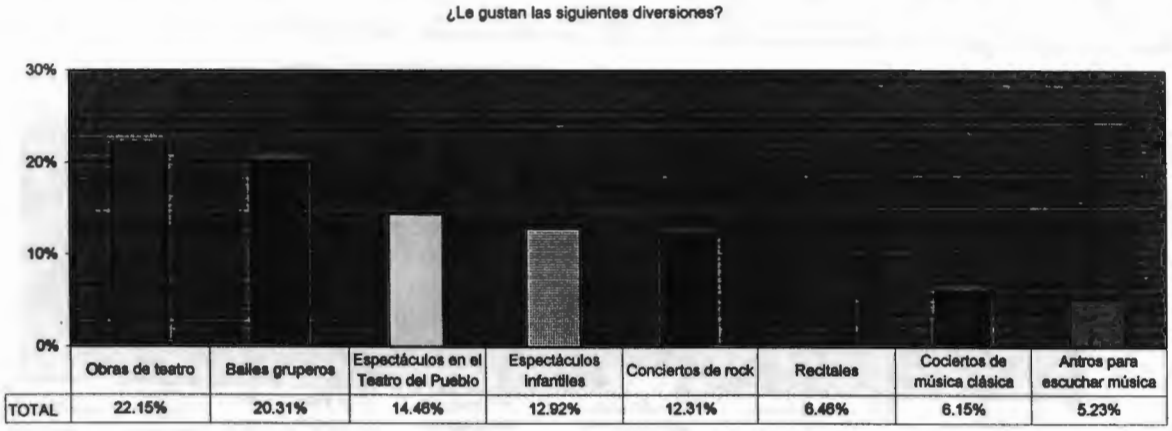
	GRUPOS SOCIALES	Por distracción	Porque son emocionantes	Por la buena calidad	Porque es mejor verlos en vivo	TOTAL
1	Clase Alta	47	23	9	4	83
2	Clase Media	20	15	4	6	45
3	Clase Baja	31	19	5	3	58
	Total	**98**	**57**	**18**	**13**	**186**
	%	**52.69%**	**30.65%**	**9.68%**	**6.99%**	**100%**



15.5.- ¿Le gustan las siguientes diversiones? En esta pregunta hubo 325 respuestas porque hubo encuestados que respondieron a más de una opción. Las diversiones que más les agradan son las obras de teatro (22.15%), los bailes gruperos (20.31%) y los espectáculos en el *Teatro del Pueblo* (14.46%). Por el contrario, los recitales, los conciertos de música clásica y los antros para escuchar música cubana solamente les agrada al 6.46%, al 6.15% y al 5.23% de los informantes, respectivamente. Sobresale también que la clase alta es la que más asiste a los conciertos de rock -25- y a los espectáculos infantiles -20-. Llama la atención que las diversiones predilectas son de dos tipos: una elitista -teatro- al que asiste más la clase alta -47-, y la otra de carácter popular -bailes gruperos-, que son más del gusto de la clase baja -33-, aunque una cantidad significativa de los asistentes también son de clase media y un poco menos de la clase alta, lo cual no ocurre así con los miembros de la clase baja a los que no les interesa mucho asistir a una obra de teatro por el bajo capital cultural que poseen.

97. Diversiones y consumo cultural.

	GRUPOS SOCIALES	Obras de teatro	Bailes gruperos	Espectáculos en el *Teatro del Pueblo*	Espectáculos infantiles	Conciertos de rock	Recitales	Conciertos de música clásica	Antros para escuchar música cubana	TOTAL	%
1	Clase Alta	47	14	14	20	25	13	15	12	160	49.23%
2	Clase Media	9	19	14	6	10	4	0	2	64	19.69%
3	Clase Baja	16	33	19	16	5	4	5	3	101	31.08%
	Total	72	66	47	42	40	21	20	17	325	100%
	%	22.15%	20.31%	14.46%	12.92%	12.31%	6.46%	6.15%	5.23%	100%	

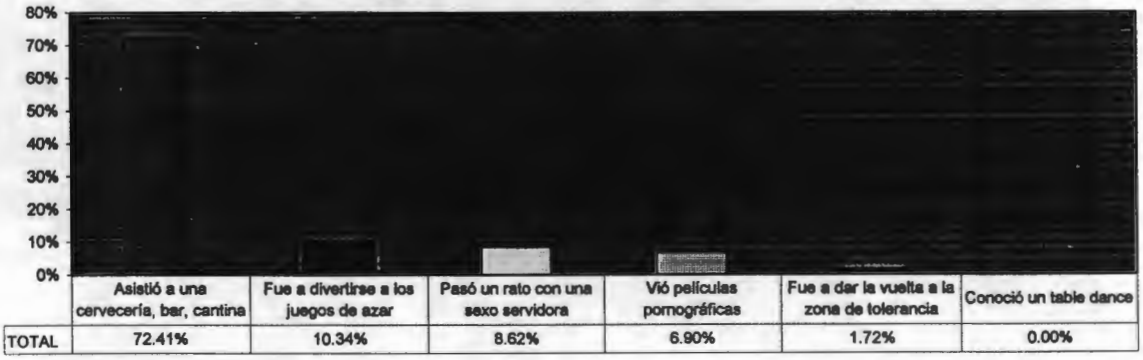


14.6.- (HOMBRES) ¿Cuál de las siguientes actividades realizó durante el último fin de semana? A esta pregunta, solamente contestaron 58 personas de 273, sobresale el que 72.41% de ellas fueron a una cervecería, cantina o merendero, siendo la clase alta la que más fue -22-, el 10.34% se divirtieron en juegos de azar, sobre todo la clase baja, y el 8.62% contestaron que pasaron un rato con una sexo servidora, 3 de ellos de la clase alta, que fue el porcentaje más elevado, el 6.90% opinaron que vieron películas pornográficas, sólo el 1.72% fue a "dar la vuelta a la zona de tolerancia para matar el tiempo" más bien conocida como "Las Violetas", y nadie contestó que fue a divertirse a un *table dance*. Se hace la observación de que una cantidad significativa de informantes se mostraron muy sorprendidos y algunos hasta perturbados cuando se les aplicó esta pregunta, ya que es de suponerse que la consideraron muy íntima, aunque no se molestaron ya que desde antes se les preguntó si la podían contestar.

98. Último fin de semana (Hombres).

	GRUPOS SOCIALES	Asistió a una cervecería, bar, cantina o merendero	Fue a divertirse a los juegos de azar	Pasó un rato con una sexo servidora	Vio películas pornográficas	Fue a dar la vuelta a la zona de tolerancia	Conoció un table dance	TOTAL	%
1	Clase Alta	22	0	3	1	0	0	26	44.83%
2	Clase Media	9	2	1	1	1	0	14	24.14%
3	Clase Baja	11	4	1	2	0	0	18	31.03%
	Total	42	6	5	4	1	0	58	100%
	%	72.41%	10.34%	8.62%	6.90%	1.72%	0.00%	100%	

(HOMBRES) ¿Cuál de las siguientes actividades realizó durante el último fin de semana?

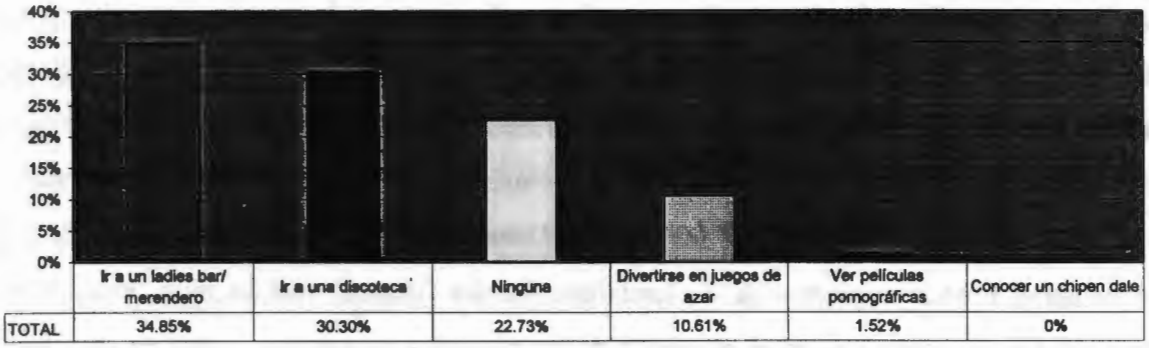


14.7.- (MUJERES) ¿Cuál de las siguientes actividades realizó durante el último fin de semana? Las 66 mujeres que contestaron esta pregunta dijeron lo siguiente: nadie de las mujeres fueron a un *chipen dale*. Lo que hicieron el fin de semana la mayoría de ellas que fue: el 34.85% fueron a un bar/merendero, 12 de ellas de la clase alta; el 30.30% fue a una discoteca y el 10.61% se entretuvo en juegos de azar; también la clase alta fue la que obtuvo mayores porcentajes con 17 y 6 respectivamente. Hubo una mujer (1.52%) que aceptó ver películas pornográficas en su tiempo libre, situación que nos recuerda a las obreras que acostumbran rentar películas de este género cada sábado por las tardes en algunos de los negocios de videos establecidos en las colonias periféricas de la ciudad de Aguascalientes. Se observó también, que ciertas opciones de la pregunta causó incomodidad en algunas de las informantes.

99. Último fin de semana (Mujeres)

	GRUPOS SOCIALES	Ir a un ladies bar/ merendero	Ir a una discoteca	Ninguna	Divertirse en juegos de azar	Ver películas pornográficas	Conocer un chipen dale	TOTAL	%
1	Clase Alta	12	17	3	6	0	0	38	57.58%
2	Clase Media	7	1	0	0	1	0	9	13.64%
3	Clase Baja	4	2	12	1	0	0	19	28.79%
	Total	23	20	15	7	1	0	66	100%
	%	34.85%	30.30%	22.73%	10.61%	1.52%	0%	100%	

(MUJERES) ¿Cuál de las siguientes actividades realizó durante el último fin de semana?



CONCLUSIONES

La ciudad de Aguascalientes ha dejado de ser una ciudad de rango medio para adquirir tintes metropoltanos. Empieza a ser una metrópoli moderna, aunque los beneficios de la modernización no son equitativos para todos. Aún y con lo planeada que se encuentre la ciudad, ésta se encuentra segregada física y socialmente. Ejemplos sobran al respecto; baste mencionar por una parte la polaridad existente que hay entre el gran conjunto residencial del norte de la ciudad, la llamada "zona dorada" en donde vive la gente rica y al oriente de la misma. Este último está formado por conjuntos habitacionales, como el *"Jesús Terán Peredo", los cuatro "Ojocaliente" y la Ciudad Satélite "Morelos", que fueron un programa de producción de viviendas que inició en 1987. En esta última se construyeron los fraccionamientos Morelos 1(1988), Morelos 2 (1989), Solidaridad 1,2,3 y 4 (1990) y Lomas del Ajedrez (1996)"* (Serna Valdivia, 1998: 139-215). Además el Fraccionamiento "José Guadalupe Peralta Gámez", que ha sido considerado como uno de los más extensos en el concierto de las ciudades mexicanas, y que se caracteriza porque las viviendas son muy reducidas -muchas de 21 metros cuadrados- y por la falta de servicios urbanos [47]. Existe desigualdad social en cuanto a la forma de habitar en la ciudad y que ésta se reproduce en la manera de consumir la cultura.[48]

> *Ello es un reconocimiento a las acciones que estamos llevando en materia, particularmente por el nuevo concepto en el fraccionamiento Valle de los Cactus, que da prioridad a la convivencia armónica, los esquemas ecológicos y tratamiento de aguas residuales, así como a las unidades deportivas, señaló el gobernador Luis Armando Reynoso Femant* (*El Heraldo*, 6/10/2005: 1/A).

Los factores que más han incidido en esta metropolización son: en primer lugar, un pujante desarrollo industrial -entre los cuales muchas de las empresas son de capital foráneo, nacional e internacional-, que ha impulsado una bonanza económica que modificó la fisonomía de la

---

[47] Últimamente el director general del Instituto de Vivienda de Aguascalientes (IVEA) declaró a un periódico local, que en fraccionamientos como el Peralta Gámez y Villas de Nuestra Señora de la Asunción se han hecho obras importantes como el alcantarillado y las redes de agua potable (*El Sol del Centro*, 2006: 1-6/A).

[48] Aún y con este tipo de aspectos, Aguascalientes, en el 2005, recibió el Premio Nacional de Vivienda, galardón que entregó personalmente el presidente Vicente Fox al gobernador hidrocálido. *"Ello es un reconocimiento a las acciones que estamos llevando en materia, particularmente por el nuevo concepto en el fraccionamiento Valle de los Cactus, que da prioridad a la convivencia armónica, los esquemas ecológicos y tratamiento de aguas residuale, así como a las unidades deportivas, señaló el gobernador Luis Armando Reynoso Femat"* (*El Heraldo*, 2005: 1/A).

ciudad, al desarrollarse un moderno equipamiento urbano, así como una infraestructura de alta calidad (redes de agua entubada, drenaje, calles pavimentadas, electricidad, televisión por cable, desarrollos habitacionales y una amplia cobertura de servicios a la población, aunque estos servicios son muy caros para una gran parte de ella, sobre todo en lo que respecta el pago de servicio del agua, de la luz y del teléfono). Desde la década de los noventa, algunas empresas de capital extranjero se han ido de la Entidad, pero otras recientemente se han instalado. Resultado de estos procesos son fenómenos, como el de conurbación con la población de Jesús María,[49] y la creación de polos de desarrollo en Rincón de Romo, Calvillo y Villa Juárez. De hecho, existe una ciclopista en la capital y es la que inicia en El Campestre y finaliza en Maravillas (Jesús María, Ags). De igual forma, San Francisco de los Romo está casi conurbada con la ciudad capital.[50]

Junto a estos factores, encontramos otro que es de igual importancia que los anteriores; nos referimos al incremento demográfico, pues como ya hemos anotado, en 2005, la entidad contaba con un poco más de un millón de habitantes, de entre los cuales, cerca de un cuarto de éstos son de otros estados. Además, existe en la ciudad de Aguascalientes una importante comunidad japonesa y otras de diferentes nacionalidades, que han diversificado los hábitos de los foráneos que se transforman al tener contacto con los nativos; también las costumbres de estos últimos impactan a los primeros; en otras palabras, estamos hablando de un fenómeno de cosmopopitización. Así, en el marco de la Semana de Japón en México, el gobernador estatal declaró: *Para nosotros, en esta semana Japón estará mostrando en los aguascalentenses una cultura tan antigua y rica como variada y exquisita, e indicó la admiración que hay en esta tierra, por un pueblo dotado de un extraordinario misticismo [...] y progresista, con un sentido de responsabilidad y lealtad.* No extrañe que así como ahora vemos propaganda en las paradas de los autobuses o en los interiores de los mismos referentes al club Necaxa, así también en un futuro podremos ver letreros japoneses no sólo en restaurantes que ofertan este tipo de alimentos, sino en toda la ciudad.

---

[49] Cabe decir que el municipio de San Francisco de los Romo en un mediando plazo también será un municipio connurbado con la ciudad de Aguascalientes, debido al crecimiento desorbitado de la mancha urbana.

[50] Según el periodista Mario Mora Legaspi *"De acuerdo al Plan de Desarrollo 2004-2010, la obra pública busca lograr un equilibrio dentro de todo el territorio estatal, ya que con esta obra se busca impulsar tres polos de desarrollo: en el Valle Oriente con cabecera en Villa Juárez: en el Valle Central con eje en Rincón de Romo y en el Valle Poniente cuya sede será Calvillo"* (Mora Legaspi, I/A 2005).

Este fenómeno trae otro tipo de consecuencias, como que miles de personas que viven en los grandes conjuntos habitacionales no tengan un lugar de referencia con el cual puedan identificarse, como lo puede hacer una persona que ha vivido por muchos años en alguno de los barrios como La Estación, Guadalupe, La Salud o de El Encino en el centro de la ciudad. Estamos hablando de una falta de identidad de una parte de la población de Aguascalientes, y en particular de su capital-estado, parte de la cual tiene sus raíces en otros estados del país. Justifico este calificativo por dos razones: primero, porque el Estado es uno de los más pequeños de la nación y, en segundo, porque la mayoría de la población, de las empresas, centros educativos, comercios y servicios en general, se concentran en la ciudad. Esta investigación no sería posible sin los cambios a los que hemos hecho referencia, pues según resultados del trabajo de campo, algunas respuestas de las encuestas coinciden con las de las metrópolis como la del Distrito Federal; lo cual viene a reforzar lo dicho, en el sentido que a esta urbe no se le puede considerar como una ciudad de rango medio como cualquier otra del país, aunque las características demográficas son las mismas.

Es por estas razones, que las tradiciones y los proyectos de vida de los hidrocálidos se han transformado también; aunque en algunos aspectos se ha generado resistencia hacia ciertos cambios, como es el caso de la gastronomía mexicana, en la que por los mismos hábitos alimenticios los hidrocálidos prefieren lo local o nacional, aún y cuando franquicias como *Mc Donald's* -así como comercios estilo *Waldo's*- pretendan atraer al público por sus bajos precios. En muchas ocasiones se impone el acto del ,azar sobre todo cuando salimos a comer fuera de casa; por ejemplo, no sabemos si ir a un restaurante o a una cenaduría. En general, la propuesta de esta investigación tuvo dos vertientes; en primer lugar, conocer el impacto que las nuevas ofertas culturales están ejerciendo en la vida de los hidrocálidos; y en segundo, comprender las distintas maneras en que los aguascalentenses -que en la actualidad según resultados preliminares del Segundo Conteo Nacional de Población, en el Estado existe una población de 1 millón 050 mil 873 habitantes-, realizan prácticas culturales en su tiempo libre, después de la jornada del trabajo o estudio, los fines de semana y los días festivos; y con base en ello hice una comparación con lo que sucede en las grandes y medianas ciudades del país. Las conclusiones obtenidas fueron:

1. - A partir de fines de los ochenta, pero sobre todo en la década de 1990, se han construido en la ciudad varios centros comerciales[51] -Centro Comercial Galerías, Plaza Universidad, Plaza Kristal y Villasunción son algunos de los más importantes- que han cambiado el diseño urbano de la misma; al igual que las tiendas *Oxxo* y hasta hace poco los minisuper *Extra*, que a decir del público son más caros que una tienda de abarrotes. Pero de igual manera, los 140 espacios públicos diversificados en varios puntos citadinos -parques, jardines, canchas deportivas y monumentos-, le han dado un toque de modernidad a la ciudad-capital. El Centro Histórico está dejando de ser el lugar de encuentro por excelencia, en donde se generan la diversidad de interacciones sociales. Se observa un fenómeno de multicentralidad, -que significa que ya no existe un solo centro sino varios centros, algunos de los cuales se encuentran en la periferia de la ciudad-, el cual se refiere a que la población va a las plazas comerciales, con el fin de encuentros sociales con personas que ya conocía antes, o bien en la búsqueda de nuevas interacciones sociales, sobre todo en los jóvenes y adolecentes. Todo empieza a ser periferia y todo centralidad, fenómeno que se está generando en el mundo, sobre todo en los suburbios norteamericanos con los llamados *malls*, los cuales son muy visitados por los estratos altos de la sociedad mexicana. Con los centros comerciales, la ciudad asume el papel de una mediadora del consumo humano. Afirma Lins Ribeiro: *La relación entre lo público y lo privado fue progresivamente alterada a través de procesos como, por ejemplo, la migración de lo público a lo privado, como las plazas internas de grandes rascacielos o los shopping-centers que sustituirían las calles con sus escaparates. Los focos para la vida pública entraron en decadencia* (2004: 72).

Rossana Reguillo nos deja entrever este fenómeno para el caso de Medellín, Colombia: *Una situación similar opera en Medellín, cuando los jóvenes habitantes de los barrios populares de las comunas de la ciudad se apropian, por ejemplo, de centros comerciales en zonas "reservadas" para clases y estratos económicos favorecidos* (Reguillo, 2003: 5) En Aguascalientes, por el contrario, es muy raro ver jóvenes de escasos recursos en un centro

[51] El 22 de junio del 2006 se dio el banderazo para la inauguración del conjunto habitacional *Aryba* y el megacentro comercial que se supone será uno de los más grande del Centro Occidente del país y de América Latina. Este complejo contará con tiendas muy conocidas como pistas de patinaje, *Liverpool*, *Sanborns*, *Palacio de Hierro*, un complejo de *Cinépolis* con catorce salas, una gran opción en ofertas gastronómicas, boliche, etc.

comercial exclusivo; más bien se les encuentra en algún almacén que se ubica en su colonia. El hidrocálido, no sólo va a los centros comerciales, a una función de cine, a comer o cenar a un restaurante, de compras o al cajero automático, sino que también es un lugar de reunión, sobre todo de los jóvenes de clase media y alta en los fines de semana.[52]

2. - La modernidad urbana en la ciudad de Aguascalientes, no sólo se debe a la instauración de los centros comerciales; también ha sido posible por el establecimiento de las cadenas de comida rápida -*fast food*- y de restaurantes de comida internacional que se han ofertado a la sociedad aguascalentense, -sobre todo para los estratos medios y altos-, una nueva gastronomía que viene a contrastar con la tradicional comida mexicana -más no hidrocálida-. Lo que hemos concluido de esta experiencia, es que ha habido una resistencia cultural a este tipo de comida, pero sin duda son los adolescentes y niños -de familias pudientes- y en menor medida los adultos, quienes más consumen una hamburguesa de *Burger King* o de *Mc Donald's*, una pizza de *Domino's Pizza* o un pollo de *Kentucky*. Las familias de estratos medios y superiores son los clientes más asiduos de los restaurantes de comida extranjera, aunque en realidad son pocos en comparación con el resto de la población. En la mayoría, los hidrocálidos continúan consumiendo la comida y antojitos mexicanos, ya sea en una cenaduría, o en los puestos ambulantes que por lo general se instalan en las esquinas de las calles de las colonias populares que ya tienen su clientela. Los puestos ambulantes que se encuentran a lo largo y ancho de la ciudad, son la versión local de "fast food a la mexicana" por la rapidez con que despachan sus dueños. Una diferencia de estos puestos con respecto a los anteriores es que los clientes comen parados. En la gastronomía se expresa también la diferencia y la desigualdad social.

3. - En cuanto a las prácticas religiosas, de todas las ofertas culturales presentadas en la investigación, la religión no puede ser considerada del mismo modo; o sea, ir a misa por ejemplo, no es para el fiel una oferta cultural que se consuma para entretenerse o "para pasar el rato", es una ceremonia ritual en que el creyente invierte su tiempo libre cuando no trabaja o estudia. Aunque existen ejemplos en que encontramos la conjunción trabajo-estudio/practicas

[52] Aunque los centros comerciales tienen sus implicaciones negativas. En una conferencia dictada por el doctor Alfonso Álvarez Mora, coordinador del Doctorado en Urbanística de la Universidad de Valladolid, España, en el XXV Aniversario de la Licenciatura en Urbanismo de la UAA, expresó: ...*los intereses económicos, la especulación con el suelo y los centros comerciales degradan [...] los centros históricos de las ciudades* (*El Sol del Centro*, 2005: 1/A).

religiosas, como es el caso de algunos colegios particulares en donde se mezclan actividades religiosas con el estudio, En el desarrollo de la investigación encontramos que cada vez son más las denominaciones no católicas que existen en Aguascalientes; algunas de estas asociaciones religiosas son el Protestantismo tradicional, el Movimiento adventista, el Movimiento pentecostal, el de Santidad y los movimientos del Despertar norteamericano. Aparte del catolicismo y de las congregaciones no católicas, existen otras agrupaciones como la de "Pare de sufrir"[53], que son consideradas como sectas. Un alto porcentaje de creyentes católicos en su práctica es muy baja, lo cual manifiesta que la sociedad hidrocálida paulatinamente se está secularizando, aún y cuando se le califique de conservadora y religiosa. En este sentido, se podría decir que los templos en donde se ofrecen las misas dominicales a los fieles, son también un lugar de interacción social; es conocido que las y los jóvenes asisten a las iglesias con el fin de conocerse y hacer más fuertes los lazos de amistad. Un ejemplo es el templo de San Antonio, una iglesia muy conocida que se encuentra en el centro de la ciudad, que es frecuentado más por jóvenes católicos de clase media y alta y que ha sido el lugar ideal para que establezcan relaciones.

4. - En lo referente al cine, éste fue junto con los "días de campo", los entretenimientos más familiares en la década de los sesenta y setenta del siglo pasado. El cine era más popular en aquellas décadas, de tal manera que podía observarse en una función -sobre todo en el intermedio- que se presentaba en uno de los cines de más alcurnia, que los asistentes eran de diversa extracción social -estoy pensando en el cine. Ahora el cine se ha vuelto "clasista" por lo caro del boleto y los salarios tan deteriorados de los estratos más bajos, situación que propicia que solamente las familias económicamente más desahogadas económicamente asistan a un espectáculo de esta naturaleza. Aún así, el cine continúa siendo una diversión preferida por la población, aunque a los estratos bajos no les quede más que la posibilidad de asistir a los dos cines más baratos que son el *Cinema Variedades* y la *Sala Paris*. En el ritual de asistir al cine, podemos darnos cuenta de tradiciones que se han perdido por la llamada modernidad; así por ejemplo, el vendedor de pepitas o muéganos ha desaparecido, para dar paso a las llamativas

[53] En un periódico local se anota lo siguiente sobre esta última asociación no bien vista por la Iglesia: *"Alfonso Alva Martínez (presidente nacional de los masones) consideró (que sus miembros) solamente tratan de esquilmar a la población, sobre todo de escasos recursos, ofreciéndoles solución a todos sus problemas, y hasta la curación de enfermedades [...] reiteró que los focos rojos están en colonias como Morelos, Lindavista e Insurgentes* (*El Heraldo*, I/A: 2005).

cafeterías en donde la gente pide un *moka* con una rebanada de pastel. El interés por asisitir al cine se debe a los pocos teatros que existen en la ciudad y obviamente la oferta de las obras teatrales que se presentan -sobre todo las que provienen del DF- son pocas. En este tenor, podemos decir que los consumos no son homogéneos, sino diferenciados. Así pues, durante la *Feria Sanmarqueña* una persona puede asistir a una pelea de gallos y hacer una llamada de un teléfono celular, o bien usar el Internet y por la tarde asistir a una función de cine o una corrida de toros.

En este sentido, la estructura urbana de la ciudad se ha transformado de tal manera que su fisonomía dista mucho de ser la misma de la que tenía en los años setenta. En los años sesenta y hasta la siguiente década, existía un cine llamado *Alameda* en donde se exhibía lo mejor del cine mexicano, tanto de aquellos años como de la llamada "época de oro", en la cual los hidrocálidos se identificaban con él, ya que reafirmaba su identidad como mexicanos. Menciona lo siguiente José Gutiérrez Vivó: *También en otras partes se ha dado la reflexión sobre la identidad nacional, pero en México ha tenido, por ejemplo, una industria del cine muy poderosa para difundir su perspectiva en América Latina, [...] algo que no contó Colombia, o cualquier otro país latinoamericano* (Gutiérrez Vivó, 1999: 200). Contra lo que pudiera pensarse, según la revista de mayo de 2004 *A survey on national cinematography*, el país que más produce películas no es Estados Unidos sino la India, pero quien invierte y difunde más películas en el mundo son los norteamericanos.

5. - ¿Qué es lo que sucede con los estratos bajos de la sociedad? Debido a que sólo cuentan con el capital suficiente para subsistir, la única opción que les queda para ver una película -sea vieja o de actualidad- es rentar una película o un DVD en el video club más cercano de su casa. No sólo una familia, sino también parientes y amigos pueden disfrutar de una cinta, ahorrándose el pago del boleto y de la compra de alimentos y bebidas que son también muy caros para sus bolsillos; incluso, en algunos establecimientos de renta de videos se dan gratis las palomitas a los clientes con el fin de atraer más la clientela. El cine que ven los hidrocálidos -y en todo el país- es el cine norteamericano o *hollywoodense* -sólo basta ver las carteleras semanales en cualquier cine-, pues incluso en la mayoría de los videoclubes son pocas las películas mexicanas que logran rentarse. Es sorprendente recordar las grandes filas que se hacían en los cines de la ex Unión – Soviética

en los últimos años del régimen socialista, cuando los amantes de este arte iban a ver una película norteamericana.

Por otro lado, el video -y ahora el DVD- generó un cambio de lo público a lo privado; esto significa que los fines de semana muchas familias hidrocálidas se recluyen en el hogar para disfrutar de una película rentada. Hago la observación que con la aparición del formato DVD, desde hace dos años son cada vez más las personas que rentan o compran en el mercado pirata la película deseada. ¿Hasta qué punto, las tiendas de discos y cintas resistirán la competencia de películas y discos que se ofertan en el mercado negro? La competencia es muy difícil para este tipo de negocios, ya que para el grueso de la población, resulta una verdadera ganga comprar una película que aún no se estrena en el cine a un precio de 30 pesos, o cuando en una tienda se vendan baratas algunas películas. La familia hidrocálida está unida en casa cuando ve un partido de fútbol o cuando rentan una película, pero fuera de esto, tanto los padres como los hijos ven sus programas preferidos en 2 o 3 televisiones que se encuentran en distintas partes de la casa, pues mientras los hijos ven caricaturas en su recámara, la madre ve telenovelas en la sala por la tarde y el papá las noticias por la noche, o un partido de fútbol los domingo.

> *Desde que espacios mira la gente el televisor: privados o públicos, la casa, el bar de la esquina, el club de barrio? Y qué lugar ocupa el televisor en la casa: central o marginal, preside la sala en que se hace la vida "social" o marginal se refugia en el dormitorio, o se esconde en el armario de donde se saca solamente para ver algo muy especial* (Martín-Barbero, 1987: 240).

6. Aguascalientes es en la actualidad, un estado de la República en que el desarrollo de la educación está muy por encima que la de otros estados del país -estadísticas aunque en algunas materias que se imparten en educación básica, como la lecto-escritura, los índices están por debajo de la media nacional (o bien se tengan que demoler escuelas para construir estacionamientos para los asistentes del estadio de fútbol *Victoria)*. El hidrocálido ha dejado de ser analfabeta, y lo que más es literatura comercial, tal y como lo muestran los resultados de la encuesta que se realizó. En cuanto a los periódicos, los encuestados no están habituados a leer el periódico diario y menos los periódicos nacionales o de otros países. En relación a los libros, son pocos los que leen los estudiantes que no sean de su trabajo o estudio, y los *bet-seller* y el género

de superación personal; son, entre otros, algunos de sus preferidos. Las revistas locales son desconocidas casi para la mayoría de los encuestados.

7. - La radio y la televisión son en Aguascalientes los medios de comunicación más populares. En cada hogar hidrocálido encontramos estos aparatos que por décadas han sido fieles compañeros de distracción contra la soledad y el aburrimiento, pero también son los medios más propicios de la gente pobre para escuchar noticias que ocurren en su entorno o más alejado de él. El radio y la televisión se pueden oír y ver durante el tiempo de ocio o en el tiempo de trabajo o estudio, o bien se puede dar una mezcla de ambos. Al respecto, opina Philip Carl Salzman lo siguiente: *La televisión como medio de influencia cultural, al igual que sus antepasados más humildes, como el radio, tiene características sin precedentes: una fácil disponibilidad del medio, su amplio alcance y su presencia aparentemente benigna* (Salzman, 1997:320). La radio -al igual que el cine o la TV- también cumple una función de integración nacional -y latinoamericana-, ya que en lo que respecta a la música -que es lo que más escuchan los radioescuchas según las encuestas aplicadas *...se apoyará tanto en la "popularidad" de ciertos ritmos -el bolero, la ranchera, el tango- como sobre la mitificación de algunos ídolos de la canción. Desde esos años al otro gran creador de ídolos y pasiones populares urbanas [que] será ya el fútbol* (Martín-Barbero, 1987: 212).

Una ama de casa "oye" televisión, cuando hace la limpieza de la casa; un estudiante se relaja más escuchando música de fondo, mientras prepara sus tareas; o bien una obrera de una maquila produce más cuando oye la radio. *...la ducha y el afeitado, el trabajo doméstico, el desplazamiento al trabajo, las horas de estudio, van siendo sincronizadas y coordinadas en función del minutaje de los programas de radio [...] es un auxiliar del sueño, del aseo, del estudio, del transporte o del trabajo doméstico* (Gil Calvo, 1985: 142). Las familias de estratos superiores no sólo cuentan con estos aparatos, sino que tienen acceso a otros como la televisión de paga vía satélite y la computadora. En el caso de la computadora, cada vez son más las familias de nivel medio-bajo que tienen una en su casa, pero la cobertura es pobre en comparación con las familias de los países industrializados.

> *Hoy, la realidad virtual existe en un mundo, on line, en Internet, en el ciberespacio, una especie de universo transnacional, hipermoderno donde el tiempo, el espacio, la*

geografía, fronteras, identidades y cultura, simulan no existir o ser irrelevantes (Lins Ribeiro, 2004: 60).

Según estadísticas del INEGI, las causas que esgrimían las personas para no tener una computadora e Internet entre el 2002 y el 2004 fueron las siguientes: el 50% opinó que por falta de dinero, el 29% porque no le interesa y el 21% porque no la necesitan. Por último, la televisión en Aguascalientes, y en general en todo el país, es un medio eficaz que cumple un papel muy importante en cuanto al control ideológico de la población. Según Humberto Eco, mediante este instrumento de comunicación la clase dominante impone su forma de pensar a las poblaciones con el fin de mantener el status quo (Eco, 1993: 326), aunque la computadora le está ganando terreno. Al igual que en el país, muchos jóvenes hidrocálidos usan la computadora para ver pornografía o por azar. Así por ejemplo, el hecho de chatear con un desconocido es un acto común. Se puede decir que los jóvenes usan la computadora para entretenerse y los adultos para trabajar. Afirma García Canclini:

> *Los programas televisivos con más audiencia son los reality shows y los talk shows, y más del 70% de lo que circula por Internet es pornografía y propaganda comercial. Entre muchos ejemplos que desafían la concepción clásica de lo público, menciono que el único formato televisivo que Europa -el continente formador de la idea de ágora -ha logrado exportar a Estados Unidos y al mundo el programa Gran Hermano* (García Canclini, 2004: 205-232).

8. - Los jóvenes se divierten de otras muchas maneras aparte de pasear por un centro comercial o asistir a una función de cine. La juventud hidrocálida también va a bailar a una discoteca, a tomarse unos tragos en un antro o un café en alguna de las cafeterías de la ciudad, a un rodeo, a un baile grupero o a una fiesta *rave*. Estos divertimentos contrastan con los que vivió la juventud hidrocálida, influida por la filosofía existencialista del "amor y paz" de fines de los sesenta y los setenta. *En cuanto a la participación cultural, se ha constituido en un espacio al que se han subordinado las demás esferas constituidas de las identidades juveniles. De manera privilegiada es en el ámbito de las expresiones culturales donde los jóvenes se vuelven visibles como actores sociales* (Urteaga Castro-Pozo y Feixa Pámpola, 2005: 279). Escuchar música es un entretenimiento de los jóvenes. En los sesenta había espectáculos masivos, pero el tipo de música que se oía era diferente; así por ejemplo, mientras que por aquellos años los jóvenes llenaban la Plaza de Toros San Marcos para escuchar la música de un grupo de rock, en la actualidad la

juventud asiste a un concierto de música grupera en el Lienzo Charro, o de música *ravé* que han sido prohibidas por las autoridades. Es por ello que a este tipo de eventos se les califica como intermitentes pues suceden al azar ya que la ciudad "se prende y se apaga", y es la ciudad lo que permanece[54].

9. - La oferta deportiva se ha incrementado, aunque mucho falta por hacer en lo que respecta a la práctica del deporte. Según el Lic. Alfredo Morales Shaadi, Director del Instituto del Deporte, los recursos destinados al deporte fueron 54 millones, lo que representa el 1% del presupuesto de egresos del Estado, cantidad que no satisface la realización de muchos proyectos. Hace más de treinta años Aguascalientes era "beisbolero", y quién iba a pensar en ese entonces la variedad de deportes que los hidrocálidos consumen en su tiempo libre hoy en día. Cuando los "hidrorayos" del Necaxa juega, no sólo los aficionados asisten a este palacio deportivo; sino que mucha gente que estaba acostumbrada a hacer otras actividades en su tiempo de ocio, prefiere ver el partido en casa o en un antro frente a una pantalla gigante. En la *Feria* del 2006, se utilizó el Estadio Victoria para realizar eventos artísticos, culturales y deportivos, lo que le dio otra imagen a la misma. El estadio mencionado le ha dado un toque de modernidad a la ciudad-capital, sobre todo en lo que respecta a los hábitos de esparcimiento de la población. Ir a ver jugar al Necaxa al Victoria, es todo un ritual para muchos aficionados, pero hay quienes solo van cuando juega un equipo como el América.[55]

No sólo el hidrocálido práctica o ve espectáculos deportivos por la televisión, sino que consume revistas deportivas, muchos de los cuales le parecen exóticos o de plano le son desconocidos. No puede pasar desapercibido cómo los estratos más bajos de la población leen el periódico para enterarse de lo acontecido en el mundo del deporte, la farándula, la sección de sociales o la policíaca. En este sentido, nos podemos hacer la siguiente interrogante: ¿el deporte en Aguascalientes es clasista? De acuerdo a los resultados de la investigación la respuesta es positiva. Algunos de estos deportes -que desconoce el ciudadano común-, los practican familias

---

[54] *Los asistentes al lugar, algunos jóvenes visiblemente drogados y ebrios, dijeron a los agentes de la Policía Ministerial que Efraín, Emmanuel y Ari Gabriel son quienes organizan las fiestas clandestinas y además venden todo tipo de droga. Revelaron que la orgía comenzó el sábado alrededor de las 16:00 y se terminaría la noche del domingo. Otros aseguraron que comenzó a las 11:00 horas (Bonilla López y Macías Zúñiga, 4/02/2005: 7).*

[55] Con ello no quiero dejar en segundo término al béisbol ni al básquetbol que en los últimos años han resurgido del olvido en que se encontraban, por lo que inferimos que que también tienen muchos aficionados hidrocálidos.

de estratos socio-económicos altos, y no sólo hablo del golf o del tenis, sino también de otros como el frontón, el esgrima, etc. Deportes populares como el fútbol, con sólo darnos cuenta de lo que cuesta el boleto de entrada lo podemos confirmar. La práctica del deporte, así como la asistencia a una función de cine o el comer en un *fast food*, son -aparte de rituales-, únicamente para un sector de la sociedad; aunque esto no es una "regla de oro", ya que se ve, aunque raro, a personas de escasos recursos económicos, entrar a ver una película en un cine de lujo.

Algunos ejemplos son el Estadio Victoria y todos los cambios en la urbanización que se han gestado a partir de su construcción, como el paso a desnivel en la Alameda o el estacionamiento; los anuncios en las paradas de autobuses, postes y bardas; las pancartas gigantes en diversos puntos de la ciudad; los souvenires -ceniceros, ropa, llaveros, etc.-, y la página web de la porra del equipo Necaxa. Ello manifiesta que Aguascalientes ha entrado a la modernidad, pero los citadinos se preguntan: Sí, una modernidad; pero ¿para quién? A principios de mayo del 2005 el Gobernador estuvo en Indianápolis, con el fin de sostener pláticas con los directivos del proyecto NASCAR -carreras de automóviles- con la posibilidad de que Aguascalientes sea una sede de la misma, lo cual le daría presencia internacional.

10. - Otro tipo de diversiones que consumen los aguascalentenses en el tiempo de ocio, son prácticas que no son bien vistas por un sector de la sociedad; los informantes en muchos casos fueron parcos en sus respuestas o de plano se abstuvieron de contestar. Por ejemplo, divertirse en juegos de azar, ver un función de *chipen dale* (para mujeres) o de *table dance* (para hombres), "dar una vuelta" por la zona de tolerancia "Las Violetas", asistir a un espectáculo de *Sólo para mujeres*, o "pasar un rato" con una sexo servidora. Poco se ha explorado en este tipo de actividades, y se requiere hacer más estudios para profundizar en estas temáticas, que son campo fértil de trabajo para el antropólogo en cuanto que son parte del tiempo libre. Quiero hacer mención también de dos grupos sociales marginados que existen en la sociedad hidrocálida; me refiero a los cholos y *gays*. Es difícil tapar el sol con un dedo, pero en una sociedad que en muchos aspectos se moderniza, en otros tantos registra rasgos de una sociedad conservadora. Con el paso del tiempo, cada vez se encuentran más organizados y sus demandas cobran mayor fuerza. Falta mucho tiempo todavía para que este grupo social realice manifestación como en el la ciudad de México. Las practicas arriba enunciadas se encuentran en un contexto del culto al cuerpo humano, en

donde el azar también juega un papel importante, ya que en el caso del *gay* (o la lesbiana) el sida es una enfermedad que puede contagiar hasta al más escéptico.

11. - *La Feria* es el acontecimiento anual y cultural más importante de los aguascalentenses cada año. En un periodo de tres semanas -aunque la verbena del 2006 duró una semana mas-, que por lo regular son la tercera y cuarta quincena de abril y la primera de mayo, los hidrocálidos y turistas disfrutan de los diversos entretenimientos que se ofrecen, como las corridas de toros, las peleas de gallos, los juegos del casino, el Desfile de la Primavera y El Ferial, entre otros. Para los hidrocálidos esta fiesta nos hace reflexionar en el sentido de que es necesaria para la continuidad de la vida cotidiana. Lo que sucede en la feria nos recuerda las observaciones que Mijail Bajtin había hecho sobre el carnaval en la Edad Media y en el Renacimiento, y que a pesar del tiempo, son muy actuales para el estudio de *La Feria*. En la verbena del 2005 "la jugada" fue finalmente legalizada, lo cual significa que a partir del próximo año ya no será necesario sacar el permiso correspondiente; y a nivel nacional, se ha discutido sobre la instalación de casinos en varias partes del país. La zona de tolerancia prácticamente se queda sola, ya que las empleadas del sexo van a buscar clientes durante esos días. El conjunto de prácticas culturales durante la verbena se realizarán en espacios de disfrute y espacios de trabajo por lo que se diluye la oposición sagrado-profano, de tal manera que se puede afirmar que la *Feria* es laica, no religiosa, ya que estas últimas brillan por su ausencia. De lo que fue una veneración al Santo Patrono, sólo queda su nombre. *La Feria*, después de ser comercial y religiosa, se encuentra inmersa en un mundo globalizado. Conviene recordar lo que dice Bajtin:

> *Los espectadores no asisten al carnaval, sino que lo viven [...] Durante el carnaval no hay otra vida que la del carnaval. Es imposible escapar, porque el carnaval no tiene ninguna frontera espacial. En el curso de la fiesta sólo puede vivirse de acuerdo a sus leyes, es decir de acuerdo a las leyes de la libertad. El carnaval posee un carácter universal, es un estado peculiar del mundo: su renacimiento y su renovación en los que cada individuo participa. Esta es la esencia misma del carnaval, y los que intervienen en el regocijo lo experimentan vivamente* (1990: 13).

De igual manera que en el carnaval, la verbena es para todos los hidrocálidos -y para los visitantes-, para los que viven en las afueras de la ciudad, así como para los que habitan en el centro urbano de la misma; no hay un solo hidrocálido que pueda escapar de su influencia, ya que el alboroto ferial retumba hasta en el corazón del más solitario. Y así como Bajtin dice que el

carnaval sólo tiene leyes de libertad, así también los feriantes la experimentan, aunque en muchos de los casos sobrepasan las fronteras de ésta y se convierte en un festín que nos recuerda a Dionisios y al Dios Baco. La feria tiene también su "renacimiento" y su "renovación"; por ello creemos que al igual que el carnaval es universal. Aún y cuando no se encuentren personas en el perímetro que delimita el espacio físico de la verbena, los más alejados físicamente de ella la experimentan. Pero también los que prefirieron irse de vacaciones a una playa cercana; no por nada la publicidad de los viajes de placer anuncian a bombo y platillo: "Feria de San Marcos en Puerto Vallarta", por lo que se puede decir que aunque estén lejos los hidrocálidos sienten la influencia del festejo en el lugar donde se encuentran. Durante años la fiesta abrileña ha sufrido cambios radicales, de tal fomra que de ser un evento sagrado, ha pasado a convertirse en profano, lo cual nos demuestra la secularización por la que está atravesando la sociedad. Es sorprendente ver como en las mismas afueras del templo amanecen acostados en el suelo los trasnochados o mendigos que no alcanzaron regresar a sus casas. Martín-Barbero ha señalado que:

> *La feria es resultado de un proceso, pero con varias dinámicas, ya que desde su inicio las ferias fueron celebración religiosa y tiempo de mercado. De ahí que la dominancia de la dinámica comercial es sólo parte de un proceso cuya transformación incluye otros referentes y otros dispositivos. No hay más que asomarse a la historia para constatar que la gestión de la feria ha sufrido en México más de un cambio* (1987: 252).

12. - En Aguascalientes se conjuga lo tradicional y lo moderno, lo cual es producto a su vez de la globalización en la que está inmerso. El proceso de urbanización e industrialización, así como el alto índice de migración a esta capital, están contribuyendo en gran medida a que el segundo factor sea el más determinante que el primero. El crecimiento de las ofertas culturales así lo demuestran. Como justificación de lo anterior, tenemos en primer lugar la relación que existe entre el cine y los centros comerciales. Ambos van de la mano, ya que un alto porcentaje de la población se divierte paseando en los almacenes comerciales mientras comienza la hora de asistir a una función de cine. Pero también se encuentran dispersos tanto cines como tiendas comerciales, lo que significa que no es una regla que ambos estén en el mismo lugar. Junto a los cinemas y centros comerciales podemos hilar a los restaurantes extranjeros y a los de comida rápida en la que la mayoría de los primeros se encuentran en la llamada *Zona Dorada*, que es

donde tienen su residencia las clases más altas, como por ejemplo *La Concepción*, *El Campestre* y *Los Vergeles*, entre otros más.

También existen otros centros comerciales como Villasunción al sur de la ciudad, que además de un conjunto de tiendas y pequeños comercios, en la misma área se localiza un restaurante de comida rápida KFC, un almacén CHEDRAUI (antes Carrefur) y una tienda Aurrerá, así como en el Centro Comercial Galerías se encuentran varios almacenes comerciales. Los hidrocálidos más castigados económicamente consumen ofertas culturales, pero de menor calidad. Así por ejemplo, "se dan el lujo" de comer en restaurantes de menor prestigio cuando pueden, asistir a funciones en los cines de menor calidad, y en donde pasan dos películas distintas y el cobro es menor. Cuando van a un centro comercial, salvo en ocasiones especiales o en Navidad, su destino es salir a pasear, aunque no compren algún producto. Parece un tanto paradójico, pero aún y cuando en el centro de la ciudad hay más aglomeración de gente, es en el norte de la misma en donde existe más oferta gastronómica

13. - La oferta cultural deportiva al igual que la cultura alimenticia se enlazan, ya que mientras que existen deportes populares como el fútbol, el béisbol y el básquetbol, así también la clase alta ejerce el golf o el tenis. En el mismo tenor, mientras que en la gastronomía existen alimentos que preferentemente consumen las clases populares como las tortas, los tacos, los "burritos" o el pozole; también existen platillos especiales que solo consumen las clases altas como la langosta, los cortes americanos, el caviar y el salmón. En Aguascalientes los consumos no son homogéneos sino diferenciados, como el caso del deporte, el cine, la gastronomía. Cuando alguna familia de la clase popular tiene algún invitado, se preocupa más por la cantidad de comida que va a ofrecerle; situación que es contraria a la de una familia de clase alta que se interesa más porque los platillos ofrecidos estén bien decorados. Les interesa más la presentación del platillo que la cantidad ofrecida.

Los hidrocálidos de bajos ingresos económicos optan mejor por ver la televisión o escuchar radio -que son medios masivos más populares, aunque ésta no es una regla de, oro pues un alto número de mujeres de clase alta son asiduas televidentes de telenovelas-, En el mismo tenor, algunos estudiosos de los medios masivos ven este tipo de programas, pero lo hacen con fines meramente

hecho en otras ciudades y de esta manera construir los diversos modos de la vida urbana. Por ejemplo, la ciudad de Guadalajara tiene su Feria del Libro que se considera la segunda a nivel internacional, la ciudad de Guanajuato con su Festival Cervantino. En esta ciudad se debe invertir más en cultura con el fin de convertirla en una verdadera metrópoli, lo cual significa el construir una nueva ciudadanía en el hidrocálido.

La Feria es reconocida a nivel internacional, pero también se deben crear otros eventos culturales como una compañía de teatro que trascienda lo nacional o la edificación de más galerías de arte, por mencionar dos ejemplos. Lo anterior, nos ayudaría a dar el paso decisivo para transformar una ciudad que aún conserva rasgos de una ciudad tradicional a otra moderna, lo cual nos hace reflexionar en el término de *hibridación* cultural del que habla Canclini, pues la modernidad no ha acabado de llegar a Aguascalientes. Sobre el término *hibridación* Urteaga y Feixa nos dicen:

> *García Canclini (1991) ha propuesto el concepto de hibridación como metáforas de las estrategias de entrada y salida de la modernidad cultural, como lugar de intersticios entre lo moderno y lo posmoderno. Si bien aplicamos a la juventud, los tiempos híbridos pueden verse como momentos históricos en que las rupturas sociales se expresan con particular intensidad, lo que conduce a caracterizar a la juventud como un símbolo -una metáfora- del cambio cultural* (2005: 272).

15. - En Aguascalientes la construcción de una nueva ciudadanía corre al parejo de la transición de lo tradicional a lo moderno. Esto se puede vislumbrar entre la Iglesia de hoy y la que hubo en el transcurso del siglo anterior, ya que la fuerza que tenía esta institución sobre sus fieles y sobre la sociedad en general ha ido mermando. A mediados del siglo XX por ejemplo, ser acólito o sacerdote -al igual que los profesores- tenían mucho prestigio ante la sociedad urbana y rural, de tal manera que muchas de las familias de clase media mandaban a sus hijos a estudiar al Seminario; tradición que en nuestros días se ha ido perdiendo. Es por estas razones que a partir de las últimas décadas, el número de espacios o construcciones religiosas han crecido en menor proporción en comparación con la cantidad de habitantes que tienen televisión, concentrándose el mayor número de ellos en la capital.

Si usamos el directorio telefónico como una fuente de información de la ciudad de Aguascalientes, encontramos que la Entidad cuenta al menos con 76 templos y capellanías; por tanto, podemos afirmar que el púlpito religioso va siendo sustituido por otras industrias culturales como se ha demostrado en los resultados de la investigación. El propio Obispo de Aguascalientes en reiteradas declaraciones a los medios, ha afirmado que son pocos los fieles que asisten a misa los domingos y esto no significa que esté perdiendo fuerza como organizadora de la vida social, pero la familia cada vez está menos cohesionada.[56] De igual manera, nos podemos preguntar ¿qué ha pasado con el electorado? ya que el abstencionismo es muy notable en Aguascalientes, lo cual nos demuestra también que no existe una verdadera ciudadanización que descanse en las mismas estructuras tradicionales. Por ejemplo, el Lic. Carlos Prieto, Coordinador de la Unidad de Informática del CONAPO, nos informa que hasta el 1° de agosto del 2004, la participación ciudadana fue del 52.13%, mientras que el abstencionismo fue del 47.87%, es decir, casi la mitad de las personas en edad de votar no acudieron a las urnas. Un dato curioso es que las personas maduras o adultas de 30 a 59 años votaron más que los jóvenes de 18 a 29. Así, en el caso de los primeros fue de 235,798 votos y de los segundos de 345,170. Otro dato que llama la atención es que las mujeres votan más que los hombres. En el caso de los jóvenes los votos fueron de 119.672 votos femeninos, por su parte las mujeres adultas fueron 182,747 contra 162,423 de los hombres, aunque esto se debe a que existen más mujeres que hombres.

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	%
18 a 29	116,126	119,672	235,798	36.09%
30 a 59	162,423	182,747	345,170	52.83%
60 y más	31,986	40,367	72,353	11.08%

Fuente: Elaborado por el Coespo, Aguascalientes, a partir de: Conapo: Proyecciones de la Población del Estado de Aguascalientes, 2000-2030.

[56] En un periódico local, la periodistia Cecilia De Santos escribió lo siguiente: *"Al anunciar la visita "Ad Limina" de la Diócesis de Aguascalientes ante el Papa Benedicto XVI, del I° al 8 de septiembre próximo, el Obispo Ramón Godínez Flores anticipó ayer que con pesar informará a la Santa Sede que sólo el 25% por cada 100 bautizados asisten a la misa dominical, cuya jornada se pierde como el día de la familia"* (De Santos Velasco, 2005: 1/A).

Tenemos ahora que inicia el siglo XXI a una Iglesia católica que se encuentra en crisis, en la que mucho tiene que ver el consumo de bienes culturales; por ejemplo, actualmente hay más televisiones o expendios de vino que escuelas o templos[57]. No podemos mencionar, que el influjo de los nuevos modos de vida y nuevas tecnologías orientan a la población hacia el consumismo de productos globalizados. Y por último, está pesando demasiado la apatía en los procesos políticos, la que no ha permitido que el aguascalentense de hoy logre realizarse como ciudadano en toda la extensión de la palabra. Percibimos que la iglesia católica esté dejando de ser la unificadora de la sociedad, y su lugar lo está tomando la familia que cada vez se encuentra más desintegrada y laica.

Los sujetos que se les llama consumidores económicos son los que frecuentan los centros comerciales, consumen objetos materiales pero también algunos de ellos son obsesivos visitadores de estos palacios del comercio. Por otro lado, encontramos los "gastrofílos" que son personas de las clases medias y altas, que son asiduos visitantes de los mejores restaurantes nacionales y extranjeros, aunque también existen "gastrófilos" de clases bajas que son habituales consumidores de la comida típica mexicana.[58] Podemos hablar de un público amante del cine que es pasivo, desde el momento en que entra a la sala y lo único que tiene que hacer es sentarse a la butaca y ver la película que escogió de entre otras muchas. En este sentido, se parece al televidente, que también asume una posición pasiva, aunque a este último "su actividad" se reduzca a cambiar de canal mediante el control remoto. En cuanto al público lector, también nos parece un sujeto pasivo, pero también activo. ¿Por qué" Porque ellector común lo único que tiene que hacer es leer el periódico (revistas, libros, etcétera.); no así un estudiante, porque puede subrayar el libro, sacar notas o hacer fichas. En lo que respecta a la radio, el radioescucha es pasivo -ya que únicamente tiene que oírlo-; pero muchos radioescuchas lo oyen de tal manera que les sirva de fondo para realizar una tarea determinada: el ama de casa que mientras prepara la cocina, el chofer de transporte urbano o el taxista, el estudiante mientras hace su tarea o las maquiladoras mientras hacen su trabajo. El radio es un fiel acompañante del individuo.

---

[57] La Dirección de Reglamentos Municipales tiene registrados 4,072 expendios de vinos, lo cual significa que existen siete comercios de bebidas embriagantes por cada escuela (*El Sol del Centro*, 2006: 7/A).

[58] Me informaba un amigo que estuvo en la ciudad de Nueva York, que la venta de tacos se ha incrementado bastante en esa urbe, altal grado que los chinos han comenzado a venderlos como parte de su propia gastronomía.

En la última parte de la investigación se localizan las ofertas culturales que tienen que ver con el cuerpo humano. En ella identificamos, primero, a os jóvenes que asisten a los conciertos o recitales musicales como los bailes gruperos, festejos lúdicos o los antros, entre otros. Al mismo tiempo identificamos la vestimenta que usan, la que forma parte de su propia identidad,y a los espacios en donde explayan sus emociones. A una fiesta *rave* asisten jóvenes "góticos" que por su indumentaria y maquillaje, parecerían fantasmas. Por el contrario, a un baile grupero, los jóvenes se identifican con los pantalones vaqueros, sus botas, chalecos, camisas a cuadros, etc. En una fiesta que se realiza en una colonia popular, los cholos buscan también su identidad al igual que sus pares por su música "oldies", sus bermudas, el tatuaje, los percins; finalmente, el *transvesti* podrá actuar con libertad y vestirse lo mejor que parezca a una mujer[59].

La Feria es un evento predecible: todo mundo sabe que dentro de cinco años se realizará otra a mediados del mes de abril; mientras que no lo son otros eventos: no se puede prever si el próximo año se realizará una tardeada rodeo y en que fecha y hora exactas. Por lo mismo, la verbena abrileña es intensiva y extensiva; en otras palabras tiene la calidad de intermitente. Al igual que otro tipo de eventos que ocurren en otras partes del mundo son permanentes como el festival de Nuevo Orleáns que se realiza cada año y en donde se dan todo tipo de excesos que tienen que ver con el cuerpo. Un caso contrario es el *Circuito Rojo de Ámsterdam*, localizado en el centro de esa ciudad, en donde la marginación está permitida debido a su legalización; pero hay que subrayar que no es toda la ciudad en donde el individuo puede efectuar este tipo de actividades, porque fuera del *circuito* ya no existe tal libertad. Esta situación es parecida a la de la Feria Samnarqueña, pues dentro de la zona delimitada de la misma es posible tomar sin que la policía moleste al feriante, aunque se encuentre en estado de ebriedad; pero si lo hace fuera del perímetro ferial, es arrestado por la policía. Por cierto, en este mes de julio del 2006 se puso en marcha el alcoholímetro, aunque no está dando los resultados deseados.

Hoy en día, hablar sobre Aguascalientes es pertinente ya que asume características que la distinguen de las ciudades de rango medio de nuestro país. Podemos mencionar, como ejemplo,

[59] En contra de lo que pudiera decirse en relación a la frase de que "Aguascalientes es tierra de la gente buena", los cholos -palabra despectiva que significa indios en el lenguaje peruano- son discriminados en esta ciudad. Un ejemplo es que no los dejan entrar a ciertos lugares para divertirse como ha sucedido en algunas discotecas de la ciudad de Aguascalientes y otras de cierto prestigio que se instalan durante el periodo *ferial*.

la ciudad de León en el estado de Guanajuato y compararla con la de Aguascalientes. En ambas se realizan ferias anuales: La de León y la de San Marcos en Aguascalientes. La primera es eminentemente comercial y económica en comparación con la segunda que por la naturaleza de sus actividades festivas, algunas de ellas cercanas a lo ritual (como la pelea de gallos y la corrida de toros) que más bien se asemejarían a un carnaval como el de Río de Janeiro, en el que el mundo social se invierte y da lugar a prácticas y permisividades sociales no presentes el resto del año: Durante los días feriados los aguascalentenses duermen de día y se divierten de noche. La prostitución, la drogadicción y el alcoholismo invitan a pensar que más que asisitir al festejo de algún santo patrón (San Marcos) podemos confirmar con la secularización avanza a pasos acelerados. Este es un ejemplo, entre otros, que exploramos en esta investigación, en donde destacan apartados que se refieren a ofertas culturales y otras prácticas sociales, como las religiosas o las deportivas.

Aguascalientes tiende a la modernización no solamente en el ámbito económico, industrial y urbano, sino también en el cultural que es el problema fundamental de esta investigación. Sin embargo, Aguascalientes puede ser considerada también como una plaza urbana del país que es sede de lo tradicional y no sólo como un espacio de la modernidad; en este contexto, es importante destacar que la población de bajos recursos económicos, es decir, la mayoría de los habitantes urbanos, quienes son los actores que se han aferrado a ciertas costumbres tradicionales En este tenor, otros sectores socioeconómicos como los medio-altos y altos se aferran también a prácticas tradicionales en el terreno político y económico; es importante mencionar que esta dicotomía tradicional/moderno no sería posible sin la globalización en que estamos inmersos. Incluso si habláramos de la política actual el Partido Acción Nacional se encuentra globalizado.

Cabe mencionar que la globalización, además del impacto económico que implica la inversión de capitales extranjeros en los últimos años, ha significado la presencia también a nivel local, de procesos globales tales como los implicados por los cárteles del narcotráfico, que ahuyentan las inversiones y sacuden la tradicional paz provinciana que era uno de los activos culturales que la ciudad poseía. Otros ejemplos de la influencia globalizadora son la introducción de prácticas de deportes desconocidos para gran parte de la población, la proliferación de denominaciones religiosas (como las de "Pare de Sufrir") y en el terreno de las ofertas culturales, los espectáculos

musicales de personajes de músicos como *David Lanz, Il Balleto Di Bronzo* y *Arena*. Estos son procesos de naturaleza cultural que nuevos espacios sociales y culturales, y que son significativos de los cambios acontecidos. La expansión de las industrias culturales como el cine, la radio y la televisión, así como la adopción de nuevas tecnologías comunicativas (como la computadora) y la diversificación del campo de lo religioso, nos llevan a concluir que la modernidad está presente en Aguascalientes, pero tal modernidad no está repartida con todos sus beneficios en toda la sociedad, pues las clases bajas asisten a ella más como testigos que como actores y de alguna manera parecería un vínculo fundamental con las raíces tradicionales.

BIBLIOGRAFIA

Aguilar, Adrián Guillermo, Greizbord, Boris y Sánchez Crispín, Álvaro.
1996 ***Las ciudades inte|rmedias y el desarrollo regional en México***,UNAM-Colegio de México-CONACULTA, México.

Aguilar Díaz, Miguel Ángel.
1996 "Usos y apropiación del espacio urbano", en ***Estudios recientes sobre cultura urbana en México***, Plaza y Valdés Editores, México, pp. 31-38.

_____, Miguel Ángel.
2001 "Apuntes sobre la vida urbana contemporánea: de las experiencias fragmentadas a las restituciones imaginadas", en ***La dimensión múltiple de las ciudades***, UAM-Iztapalapa, México, pp. 61-84.

_____, Miguel Ángel y Bassols Ricárdez, Mario.
2001 ***La dimensión múltiple de las ciudades***, UAM-Iztapalapa, México.

Aguirre Beltrán, Gonzálo.
1970 ***El proceso de aculturación en México***, México.

Antaki, Ikram.
1993 "Al encuentro de nuestra herencia islamo-árabe", en Guillermo Bonfil Batalla, ***Simbiosois de culturas***, CONACULTA-FCE, México, pp. 65-110.

Appadurai, Arjun.
1991 "Introducción", en ***La vida social de las cosas***, CONACULTA-Grijalbo, México, pp. 17-87.

Appignanesi, Richard y Garratt, Chris.
1999 ***Posmodernismo para principiantes***, Editorial Era Naciente, Buenos Aires.

Arias, Patricia.
1996 "La antropología urbana ayer y hoy", en ***Ciudades*** núm. 31, Puebla, julio-septiembre de 1996, pp. 3-10.

Augé, Marc.
1999 "Sobremodernidad del mundo de hoy al mundo del mañana", en ***Memoria*** núm. 129, México, noviembre de 1999, pp. 5-15.

Bonfil Batalla, Guillermo.
1991 "Desafíos de la antropología en la sociedad contemporánea", en ***Iztapalapa*** núm. 24, UAM-Iztapalapa, México, pp.75-89.

_____, Guillermo.
1981 "Comunicación y penetración cultural", en ***Condicionantes históricas de la comunicación general de comunicación social de la República***, México, pp. 161-198.

Bajtin, Mijail.
1990 ***La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais***, Alianza Editorial, México.

Balandier, George.
1999 ***El desorden***, Editorial Gedisa, Barcelona.

Barfield, Thomas.
2000 ***Diccionario de antropología***, Siglo Veintiuno Editores, México.

Bassols Ricardez, Mario y Delgadillo Macías Javier.
1987 "La ciudad de Aguascalientes. Desarrollo regional y políticas urbanas", en ***Problemas urbanos regionales***, Instituto de Investigaciones Sociales-G.V.E. Editores, México.

_____, Mario y Delgadillo Macías Javier.
1989 "Aguascalientes. Entre la modernización y la crisis", en ***Ciudades*** núm. 1, Puebla, pp. 24-30.

_____, Mario.
1997 ***Política urbana en Aguascalientes (1968-1995)***, UAM-Iztapalapa-Instituto Cultural de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags.

Bastian, Jean Pierre.
1990 ***Historia del protestantismo en América Latina***, Ediciones Cupsa, México.

_____, Jean Pierre.
1997 ***La mutación religiosa en América Latina. Para una teoría del cambio social en la modernidad periférica***, Fondo de Cultura Económica, México.

Bataillon, Claude.
1999 "En el corazón de la megalópolis, ciudades satélites", en ***Revista transiciones***, T.I., Plaza y Valdés Editores-UAM-Iztapalapa, México, pp.139-145.

Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas.
1998 ***La construcción social de la realidad***, Amorrortu editores, Buenos Aires.

Blanco, J.
1989 "Política Económica y lucha política", en ***México ante la crisis***, México.

Boas, Franz.
1964 ***Cuestiones fundamentales de antropología cultural***, Ediciones Solar, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre.
1990 ***Sociología y cultura***, Editorial Grijalbo, México.

_____, Pierre
1998 ***La distinción***, Editorial Taurus, España.

Bravo, Víctor.

1980 "Weber: la construcción relativista", en Víctor Bravo, et al. ***Teoría y realidad en Marx Durkheim y Weber***, Editorial Juan Pablos, México, pp. 22-32, en ***Construcción social del conocimiento y teorías de la educación***. 1995, UPN-SEP, México, pp. 96-101.

Bromberger, Christian.

2000 "El fútbol como visión del mundo y como ritual", en ***Nueva antropología de las sociedades mediterráneas***, ICARIA-Antrazyt. Agencia Española de Cooperación, Barcelona, pp. 253-274.

Camacho Sandoval, Salvador, Reyes Rodríguez, Andrés y Reyes Sahagún, Carlos.

1994 "El siglo xx", en ***Breve historia de Aguascalientes***, El Colegio de México-Fondo de Cultura Económica-Fideicomiso Histórico de las Américas, México, pp.159-212.

Castells, Manuel.

1974 ***La cuestión urbana***, (apéndice a la segunda edición) Siglo XXI, México.

Carnacea Cruz María Ángeles y Urteaga Castro.Pozo, Maritza.

1998 "Por los territorios del rock: identidades juveniles y rock mexicano". En: ***Inventario*** núm. 5, UAM-Iztapalapa, México, pp. 133-137.

Chávez Santana, José.

1999 ***Los periódicos y el periodismo en Aguascalientes***, Serviimpresos del Centro, Aguascalientes, Ags.

Da Matta, Roberto.

1982 "Notes sur le *futebol* brésilien", en ***Le Débat***, Brasil.

_____, Roberto.

1983 ***Carnavais, malandros e heróes. Para uma sociología do dilema brasileiro***, Zahar Editores, Río de Janeiro.

Daubier, Jean.

1977 ***Historia de la revolución proletaria en China***, Tr. De Jaime, Goded y Alejandro Licona, Siglo XXI, pp. 22-53 en ***UPN***. "Los orígenes de la revolución proletaria", UPN-SEP, México, pp.83-96.

De Kerckhove, Derrik.

1995 ***La piel de la cultura***, Gedisa Editorial, España.

De la Peña, Guillermo.

1981 "Los estudios regionales y la antropología social en México" en ***Relaciones***, núm. 8, El Colegio de Michoacán, México, pp.43-86, en ***UPN. Historia regional, formación y educación básica en...***, UPN-SEP, México.

_____,Guillermo.

1993 "Los estudios urbanos en la antropología social británica: 1940-1970", en ***Antropología y ciudad***, CIESAS-UAM-Iztapalapa, México, pp. 21-29.

Del Río, Eduardo.

1999 ***El supermercado de las sectas en México***, Editorial Grijalbo, México.

Díaz Barriga, Ángel.

1995 "La escuela en el debate de la modernidad-posmodernidad", en ***Posmodernidad y educación***, Editorial CESU-Porrua, México, pp. 205-225.

Díaz-Polanco, Héctor.

1979 ***Indigenismo, modernización y marginalidad***, Juan Pablos Editor, México.

Docena, Herbert.

2003 "Morir por Mc Donalds", en ***Memoria*** núm. 178, México, pp. 53-55.

Durkheim, Emile.

1968 ***Las formas elementales de la vida religiosa***, Editorial Schapire, Buenos Aires.

Eagleton, Terry.

1998 ***Walter Benjamín. O hacia una crítica revolucionaria***, Cátedra, Madrid.

Eco, Umberto.

1993 ***Apocalípticos e integrados***, Editorial Lumen, España.

Evans-Pritchard, E. E.

1990 ***Ensayos de antropología social***, Siglo XXI Editores, Madrid.

_____, E. E.

1991 ***Las teorías de la religión primitiva***, Siglo XXI Editores, España.

Fainchtein, Lynn.

2001 "Radio. Un medio Más abierto", en ***Reforma***, México, viernes 20 de abril del 2001.

Featherstone, Mike.

2000 ***Cultura de consumo y posmodernismo***, Amorrortu editores, Argentina.

Fernández Ledesma, Enrique.

1991 ***Una ciudad por sus barrios***, Instituto Cultural de Aguascalientes-COPLADEA, Aguascalientes, Ags.

Fortes, Meyer y Evans-Pritchard, E. E.

1979 "Sistemas políticos africanos", en ***Antropología política***, Editorial Anagrama, Barcelona, pp. 85-105.

Fortuny Loret De Mola, Patricia.

"El pentecostalismo. Su capacidad de transformación en Jalisco y Yucatán", en ***Nueva Antropología*** núm. 45, UAM-Iztapalapa-G V Editores, México, pp. 49-63.

_____, Patricia.

2001 "Diversidad y especificidad de los protestantes", en ***Alteridades*** núm. 22, México, pp. 75-92.

Friedmann, John.

1999 "El reto de la planeación en un mundo sin fronteras", en ***Ciudades*** núm. 42, México, pp. 3-6.

Fuentes Gómez, José Humberto.

2001 ***Espacios, actores, prácticas e imaginarios urbanos en Mérida, Yucatán, México (borrador de tesis)***, México.

García Canclini, Néstor y Piccini, Mabel.

1993 "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en ***El consumo cultural en México***, Editorial CONACULTA, México, pp. 43-85.

_____, Néstor.

1994 "La desintegración de la ciudad de México y el debate sobre culturas indígenas", en ***De lo local a lo global. Perspectivas de la antropología***, UAM-Iztapalapa, México, pp.15-37.

_____, Néstor.

1998 ***Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización***, Editorial Grijalbo, México.

_____, Néstor.

1998 "Qué hay para ver: mapas de la oferta y prácticas culturales", en ***Cultura y comunicación en la ciudad de México***. Tomo I, Editorial Grijalbo, México, pp.40-63.

_____, Néstor.

1999 ***La globalización imaginada***, Editorial Paidós, México.

_____, Néstor.

2003 "México 2010: una ciudad que improvisa su globalización", en ***Alteridades*** núm. 26, México, pp. 7-14.

_____, Néstor.

1998 "La reinvención de lo público en la video-cultura urbana", en ***Cultura y comunicación en la ciudad de México***. Tomo I, Editorial Grijalbo,UAM-Iztapalapa-P y V, México, pp. 205-232..

García Pelayo y Gross, Ramón.

1984 ***Nuevo Diccionario Larousse Ilustrado***, T.I., Ediciones Larousse, México.

Garma Navarro, Carlos.

1994 "El problema de los testigos de Jehová en las escuelas mexicanas", en ***Nueva antropología*** núm. 45, UAM-I- GV, México, pp. 21-30.

_____, Carlos.

1997 "Perspectivas en investigación de la religión", en ***Nueva Antropología*** núm. 51, UAM-Iztapalapa-GV, México, pp. 105-117 .

Garza, Gustavo.

1980 ***Industrialización de las principales ciudades de México***, Editorial COLMEX, México.

Geertz, Clifford.

1995 ***La interpretación de las culturas***, Editorial Gedisa, España.

Gelles, Richard y Levine, Ann.

1996 ***Introducción a la sociología***, Editorial Mc Graw-Hill, México.

Gil Calvo.

1985 ***Los depredadores audiovisuales, juventud urbana y cultura de masas***, Tecnos, España.

Gimenez Montiel, Gilberto.

1987 ***La teoría y el análisis de la cultura***, SEP-Universidad de Guadalajara- COMECSO, Guadalajara, México.

Godelier, Maurice.

1990 ***Lo ideal y lo material***, Editorial Taurus, Madrid.

Goffman, Erwin.

1981 ***La presentación de la persona en la vida cotidiana***, Amorrortu Editores, Buenos Aires.

Gómez Mayorga, Mauricio.

1979 ***La ciudad y la gente***, Tomo I, Editorial Jus, México.

González, Jorge A.

1994 ***Más (+) culturas***, CONACULTA, México.

González Vela, Gabriel.

1992 ***Desarrollo económico y social del estado de Aguascalientes 1986-1992***, Instituto Cultural de Aguascalientes-Instituto cultural de investigaciones Lucas Alamán, Aguascalientes, Ags.

Gorsmen, Erdmann y Klein-Lupke, Rainer.

"La plaza comercial en América Latina, un nuevo concepto de metropolización", en ***Memorias del Congreso Grandes Metrópolis de África y América Latina. Equipamientos Urbanos y Prácticas Culturales.***

Gouldner, Alvin.

1975 "Sociology and the everyday life", en L. Coser (ed.) ***The idea of social structure***, New York.

Graizbord, Boris.

1998 ***Viabilidad urbana en la globalización***, COLMEX, México, (Ponencia para el Foro Universidad y cambio de Época, organizado por el Programa Interdisciplinario en Desarrollo Sustentable y Medio Ambiente de la UI-Golfo-Centro, en la ciudad de Puebla, Puebla.

Guerrero Hernández, Antonio.

2001 "Cambios territoriales y cultura popular; el caso de la música grupera", en ***Cultura y territorio identidades y modo de vida***, Editorial UAP-RNIU, Puebla, pp. 63-77.

Guillén Romo, Héctor.

1995 ***Orígenes de la crisis en México***, Editorial ERA, México.

Gutiérrez Gutiérrez, José Antonio.

1999 ***Historia de la iglesia católica en Aguascalientes. Volumen I. Parroquia de la Asunción de Aguascalientes***, Universidad Autónoma de Aguascalientes-O de A-Universidad de Guadalajara, Aguascalientes.

Gutiérrez Vivó, José.

1999 ***El mexicano y su siglo***, Editorial Océano, México.

Hannerz, Ulf.

1986 ***La exploración de la ciudad***, Fondo de Cultura Económica, México.

Heller, Agnes.

1991 ***Sociología de la vida cotidiana***, Editorial Península, Barcelona.

Hernández Castillo, Rosalva Aída.

2000 "Los protestantismos indígenas frente al siglo XXI: religión e identidad entre los mayas de Chiapas", en ***Religiones y sociedad. Nuevo milenio y nuevas identidades***, Secretaría de Gobernación, México.

Herrera Nuño, Eugenio.

1989 ***Aguascalientes: Sociedad, economía, política y cultura***, UNAM, México.

Hirsch, Silvia M. y Wright, Pablo G.

1993 "De Bali al posmodernismo: una entrevista con Clifford Geertz", en ***Alteridades*** núm. 5, México, UAM-Iztapalapa, pp. 119-126.

Jiménez Huerta, Edith.

2000 ***El principio de la irregularidad. Mercado del suelo para vivienda en Aguascalientes, 1975-1998***, Juan Pablos Editor, México.

Jolly, R. Rosenthal, G. y Tokman, V.

1994 "Foreword: A Chalange of Poverty", en R. Van der Hoeven y R. Anker (eds), ***Poverty Monitoring: An International Concern***, St. Martin's Press, New York.

Krotz, Esteban.

1993 "El concepto de "cultura" y la antropología mexicana: ¿Una tensión permanente", en ***La cultura adjetivada***, México, UAM-Iztapalapa, pp. 13-31.

Kuper, Adam.

1973 ***Antropología y antropólogos. La Escuela británica 1922-1972***, Editorial Anagrama, Barcelona.

Lameiras Olvera, José.

1987 "La antropología en Michoacán hasta hace treinta años: Notas bibliográficas", en ***Antropología social en la región purépecha***, COLMICH-Gobierno del Estado de Michoacán, Zamora, Michoacán, pp.17-29.

Leach, Edmond.

1978 ***Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos***, Siglo XXI, México.

Lechner, Norbert.

1988 ***Los patios interiores de la democracia***, FLACSO, Santiago, Chile.

Lévi-Strauss, Claude.

1964 ***El pensamiento salvaje***, Fondo de Cultura Económica, México.

_____, Claude.

1971 "Introducción a Marcel Mauss", en Marcel Mauss ***Sociología y Antropología***, Editorial Tecnos, Madrid.

_____, Claude.

1979 ***Antropología estructural***, Editorial Siglo XXI, México.

Lewellen, Ted C.

1994 ***Antropología política***, Edicions Bellaterra, Barcelona.

Lewis, Oscar.

1999 ***Antropología de la pobreza***, Fondo de Cultura Económica, México.

Lezama, José Luis.

1993 ***Teoría social, espacio y ciudad***, COLMEX, México.

Lindón V., Alicia.

2001 "De la vida cotidiana a los modos de vida", en ***Cultura y territorio identidades y modos de vida***, UAP-RNIU, Puebla, pp.15-28.

Lins Ribeiro, Gustavo.

2004 "El espacio público virtual", en ***Reabrir espacios públicos. Políticas culturales y ciudadanía***, UAM-Iztapalapa-P y V, México.

López Levi, Liliana.

1999 ***Centros comerciales espacios que navegan entre la realidad y la ficción***, Editorial Nuestro Tiempo, México.

López Portillo, José.

Estado de Aguascalientes, PRI-IEPES, México, pp. 22-23.

López Salas, Carlos.

1991 ***Para la historia de Aguascalientes. Apuntes sueltos***, Imprenta La Prensa, Aguascalientes, Ags.

Luhmann, Niklas.

1997 ***Observaciones de la modernidad***, Piados, Barcelona.

Mackay, Hughie.
1997 "Simbolismo y consumo: Para entender la tecnología como cultura", en María Josefa Santos y Rodrigo Díaz Cruz (compiladores) ***Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas***, Fondo de Cultura Económica, México, pp. 39-47.

Martín-Barbero, Jesús.
1987 ***De los medios a las mediaciones***, Ediciones Gustavo Gili, México.

Marx, Carlos.
1968 ***El dieciocho brumario de Luis Bonaparte***, Editorial Progreso, Moscú.

____, Carlos.
1974 ***Manuscritos economía y filosofía***, Alianza Editorial, Madrid.

____, Carlos.
1999 ***El manifiesto del partido comunista***, Editorial Progreso, Moscú.

Marzal, Manuel.
1993 ***Historia de la antropología indigenista: México y Perú***, Anthropos-UAM-Iztapalapa, Barcelona.

Maya, Esther.
1987 ***Sociología urbana para planificadores físicos***, UNAM, México.

Medrano de Luna, Gabriel.
1999 ***Danza de los indios de Mesillas***, COLMICH-Instituto Cultural del Aguascalientes, Zamora, Michoacán.

Miller, Daniel.
1999 ***Ir de compras: Una teoría***, editorial Siglo XXI, México.

Miranda, Ricardo.
2002 "Paralajes. Música y vida cotidiana" en ***Universidad de México*** núm. 615, México, pp. 71-72.

Monhan Rao, J.
1998 ***Cultura y desarrollo económico***, Universidad de Massachussets.

Monsiváis, Carlos.
1995 ***Los rituales del cambio***, Editorial Era, México.

Muñoz Díaz, Miguel.
1996 ***Fiestas populares en la región de Aguascalientes***, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags.

Nieto Calleja, Raúl.
1994 "Antropología, ciudad e industria: una relación que pasa por la cultura", en ***Antropología y ciudad***, CIESAS-UAM-Iztapalapa, México, pp.137-152.

_____, Raúl.
1998 "Experiencias y prácticas sociales en la periferia de la ciudad", en Garcia Canclini (coord.) ***Cultura y comunicación en la ciudad de México***, Tomo I, Editorial Grijalbo, México, pp. 235-277.

_____, Raúl.
1999 "Epílogo", en Amalia Signorelli: ***Antropología urbana***, Anthropos Editorial, Barcelona.

_____, Raúl.
2000 "Multiculturalidad en la periferia urbana: la tensión entre lo público y lo privado", en ***Nueva antropología*** núm. 57, Plaza y Valdes Editores-UAM-Iztapalapa, México, pp.57-67.

_____, Raúl.
2001 "Ritualidad secular, prácticas populares y videocultura en la ciudad de México", en ***Alteridades*** núm. 22, México, D.F., pp. 49- 57 .

_____, Raúl y Nivón Bolán, Eduardo.
1993 "Etnografía, ciudad y modernidad: hacia una visión de la metrópoli desde la periferia urbana", en ***Alteridades*** núm. 5, UAM-Iztapalapa, México, pp. 69-77.

Nivón Bolán, Eduardo y Rosas, Ana María.
1991 "Para interpretar a Clifford Geertz. Símbolos y metáforas en el análisis de la cultura", en ***Alteridades*** núm. 1, UAM-Iztapalapa, México pp. 40-49.

_____, Eduardo.
1993 "Modernidad y la cultura de masas en los estudios de la cultura urbana", en ***La cultura adjetivada***, UAM-Iztapalapa, México, pp. 57-58.

_____, Eduardo.
1997 "La ciudad vista por *Nueva antropología*", en ***Nueva antropología*** núm. 51, UAM-Iztapalapa- GV Editores, México, pp. 71-82.

_____, Eduardo.
1998 ***Cultura urbana y movimientos sociales***, CONACULTA, México.

Ochoa Tinoco, Cuauhtémoc.
2001 "Del centro de la ciudad al centro comercial, los nuevos territorios de la experiencia cinematográfica en la ciudad de México", en ***La dimensión múltiple de las ciudades***, UAM-Iztapalapa, México, pp. 113-136.

Ortiz, Renato.
1994 "La mundialización de la cultura", en ***De lo local a lo global. Perspectivas de la antropología***, UAM-Iztapalapa, México, pp. 165-181.

Ortiz Cárdenas, Javier y Juárez Núñez José Manuel
1996 "Los aportes teóricos sociológicos de Pierre Bourdieu", en Palerm, Ángel. 1982 ***Historia de la etnología I. Los precursores***, Editorial Alhambra, México.

Park, Robert Ezra.

1950 ***Race and culture***, Free Press, Glencoe, Illinois.

Paz, Octavio.

1981 ***El laberinto de la soledad***, Fondo de Cultura Económica, México.

Piñuela Raigada, José Luis.

1987 ***El consumo cultural***, Editorial Fundamentos, Madrid.

Piccini, Mabel.

1991 "Lectura y escuela: entre las memorias tradicionales y las memorias electrónicas", en ***El consumo cultural en México***, CONACULTA, México.

Plascencia Martínez, Fernando.

1998 ***Entre el ritual comunitario y la oferta cultural. La Feria Nacional de San Marcos en Aguascalientes***, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags.

Portal, María Ana.

2001 "La ciudad como universo de estudio, y la vivencia de la investigación urbana", en ***Vivir la diversidad. Identidad y cultura en dos contextos urbanos de México***, CONACULTA, México.

Powell W., Philip.

1984 ***La Guerra Chichimeca (1550-1600)***, editorial SEP.

Pozas Arciniegas, Ricardo.

1964 "El concepto de comunidad" en ***El desarrollo de la comunidad***, UNAM, México, pp. 21-24, en ***Escuela y comunidad***, UPN-SEP, México, pp. 119-121.

Pratt Fairchild, Henry (Editor).

1975 ***Diccionario de Sociología***, Fondo de Cultura Económica, México.

Preciado Coronado, Jaime A.

1998 "Prefiguraciones alternaciones a la pobreza en México: sus condicionantes teóricas", en ***Los rostros de la pobreza***, Tomo I, ITESO-Universidad Iberoamericana, Guadalajara, México, pp. 267-350.

Quiroz Carranza, Roxana.

2004 "Bandas cholas: una forma de vivir la ciudad". En: ***Ciudades*** núm. 63, Puebla, pp. 43-48.

Ramírez González, Antonio.

1996 ***Plaza de Toros San Marcos. Imágenes de un siglo***, Instituto Cultural de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags.

Ramírez Kuri, Patricia.

1993 ***Transformaciones espaciales y modernización urbana: la ciudad de México y los macroproyectos comerciales "Centro Comercial Coyoacán (1989-1993)"***. Tesis para optar por el grado de Maestro de Estudios regionales. Instituto Dr. José Ma. Luis Mora, México.

_____, Patricia.

1994 "Modernización y espacios de consumo", en ***Ciudades*** núm. 24, RNIU, Puebla, pp.43-48.

_____, Patricia.

1998 "Coyoacán y los escenarios de la modernidad", en ***Cultura y comunicación en la ciudad de México***, UAM-Iztapalapa-Grijalbo, pp. 320-367.

Ramírez Reynoso, Tomás.

2004 ***La transición demográfica***, Textos para la Transición núm. 17, Aguascalientes, Ags.

Rao, J. Mohan.

1998 ***Cultura y desarrollo económico***, University of Massachussets.

Reguillo Cruz, Rossana.

1998 "Cultura y territorio: identidades locales y regionales y modos de vida", en ***Ciudades*** núm. 37, Puebla, pp. 51-52.

_____, Rossana.

2003 "Utopías urbanas. La disputa por la ciudad posible", en: ***Ciudades*** núm. 60, Puebla, México, pp. 3-8.

Reimer, Everett.

1981 "De dónde salieron las escuelas", en: ***La escuela ha muerto***, Editorial Guadarrama-Punto Omega, Barcelona, pp. 71-82, en ***Formación docente, escuela y proyectos educativos 1857-1940***, UPN-SEP, México, pp.12-16.

Reyes Nevares, Salvador.

1975 ***Historia de las ideas colonialistas***, Fondo de Cultura Económica, México.

Reyes Rodríguez, Andrés.

2001 "Las salas cinematográficas en Aguascalientes", en ***Mascarón***, Año VII, núm. 88, Archivo Histórico del Estado, Aguascalientes, Ags.

Reynoso, Carlos.

1998 "Presentación", en ***El surgimiento de la antropología posmoderna***, Editorial Gedisa, España, pp. 11-60.

Rogelio Martínez Flores.

et, alt. ***Teorías sociológicas contemporáneas***, UAM-Xochimilco, México, pp. 109-128.

Rojas Soriano, Raúl.

1999 ***Métodos para la investigación social. Una proposición dialéctica***, Plaza y Valdes Editores, México.

Rosas Mantecón, Ana.

"Globalización y cultura: la exploración de Ulf Hannerz", en ***Alteridades*** núm. 3, UAM-Iztapalapa, México, pp. 89-93.

Rossi, Ino y Edward O'Higgins.

1981 ***Teorías de la cultura y métodos antropológicos***, Editorial Anagrama, Barcelona.

Safa Barraza, Patricia.
1994 "Espacio urbano como experiencia cultural", en ***Antropología y ciudad*** , CIESAS-UAM-I, México, pp. 283-295.

Salazar Cruz, Clara Eugenia.
1999 ***Espacio y vida cotidiana en la ciudad de México***, El Colegio de México, México.

Salmerón Castro, Fernando.
1996 ***Intermediarios del progreso***, Ediciones de la Casa Chata-CIESAS, México.

Salzaman, Philip Carl.
1997 "El caballo de Troya electrónico: la televisión en la globalización de las culturas paramodernas", en ***Dimensiones culturales del cambio global***, UNAM, México, pp. 319-353.

Serna Valdivia, Calixto.
1998 "El periodo 1950-1998", en: ***Desarrollo histórico de la vivienda en Aguascalientes***, Aguascalientes, Ags, pp. 139-215.

Signorelli, Amalia.
1999 ***Antropología urbana***, Anthropos Editorial, España.

Silva, Armando.
1992 ***Imaginarios urbanos. Bogotá y Sao Paulo: cultura y comunicación urbana en América latina***, Tercer Mundo Editores, Bogotá.

Soros, George.
1999 ***La crisis del capitalismo global***, Editorial Plaza Jánes, México.

Smith, Michael G.
1979 "Prólogo: El estudio antropológico de la política", en José R. Llobera, ***Antropología política***, Editorial Anagrama, Barcelona, pp. 7-15.

Stauder, Jack.
1976 "El funcionalismo como ideología colonialista", en ***Nueva antropología*** núm. 3, ENAH, México, pp. 4-5.

Swartz, Marc J, Turner, W. y Tuden Arthur.
1966 "Introducción", en ***Political Anthropology***, Aldine Publishing Company, Chicago, pp. 1-41.

Tentori, Tullio.
1980 ***Antropología cultural***, Editorial Herder, Barcelona.

Thompson, John B.
1993 ***Ideología y cultura moderna***, UAM-Iztapalapa, México.

Topete Del Valle, Alejandro.
1966 ***Guía para visitar la ciudad y el Estado***, Editorial Gobierno del estado de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags.

Touraine, Alaine.
1998 ***¿Podremos vivir juntos?***, Fondo de Cultura Económica, México.

Tylor, Edward B.
1975 ***Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom***, Gloucester, Mass.

Urteaga Castro-Pozo y Feixa Pámpoa, Cerles.
2005 "De jóvenes, música y las dificultades de integrarse", en: ***Antropología urbana en México***, UAM-Iztapalapa, México, pp. 265-306.

UNESCO.
1983 "Comunidad y Cultura", en ***Diccionario de Ciencias Sociales***, Madrid, pp. 478-480 y 599-605, 1995, en ***Escuela, comunidad y cultura en...***, UPN-SEP, México, pp. 22-36.

Winocur, Rosalía.
1998 "Radio y ciudadanos: usos privados de una voz pública", en ***Cultura y comunicación en la ciudad de México. Segunda Parte. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios***, UAM-Iztapalapa-Editorial Grijalbo, México, pp. 127-155.

Wirth, Louis.
"El urbanismo como modo de vida", en Jorge Montaño ***Los grupos*** **sociales,** ANUIES, México, pp. 45-73.

Zarate Vidal, Margarita.
1997 "La categoría de identidad en la antropología mexicana actual", en ***Inventario antropológico*** núm. 3, UAM-Iztapalapa, México, pp. 110-132.

HEMEROGRAFIA

Acosta Córdova, Carlos.
1999 "El combate a la pobreza ha sido un "simulacro lastimoso", dice Julieta Campos", en ***Proceso*** núm. 1198, México, 17 de octubre de 1999, pp.14-15.

Acuña Medina, Leticia.
2002 "La iglesia padece aguda crisis", en ***El Heraldo***, Aguascalientes. Ags., mayo del 2002, pp. 1-4.

Alonso, Jorge.
1999 "Antropología y marxismo", en ***Crisol*** núm. 128, Aguascalientes, Ags., febrero de 1999, pp.15-28.

Amador Díaz, Felipe.
2002 "Incontable, la ola de suicidios: Albañil cruzado con cocaína y alcohol, protagoniza el 26 del año", en ***Tribuna Libre*** núm. 505, Aguascalientes, Ags., 26 de julio de 2002.

_____, Felipe y Bonilla López, Esteban.
2002 "Por problemas con su novio, joven mujer se convierte en la suicida 29 del año", en ***Tribuna Libre*** núm. 508, Aguascalientes, Ags., 16 de agosto de 2002.

_____, Felipe.
2002 "La" representante de Jesús María, "ganadora" del Certamen "Miss Gay Distrital", en ***Tribuna Libre*** núm. 520, Aguascalientes, Ags., viernes 8 de noviembre de 2002.

Ávila Amador, Mario.
2001 "25 años de televisión estatal", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 119, Aguascalientes, Ags., diciembre de 2001, pp. 22-24.

Bartra, Roger.
2002 "Cultura impresa. El acertijo de la araña y la abeja", en ***Reforma***, México, jueves 23 de marzo de 2000.

_____, Mario.
2000 "Aguascalientes después del boom", en ***Caleidoscopio*** núm. 7, Aguascalientes, Ags., enero-junio de 2000, pp. 199-219.

Batres García, Maurilio.
2002 "El colmo: "cholos" dedicados a vender protección", en ***Hidrocálido*** núm. 7407, Aguascalientes, Ags., 19 de abril del 2002.

_____, Maurilio.
2002 "Amenazas de muerte contra funcionarios", en ***Hidrocálido***, núm. 7624, Aguascalientes, Ags., viernes 1° de noviembre de 2002.

Bonilla Mendez, J. Cruz.
2004 "El béisbol, en picada", en ***Hidrocálido*** núm. 8283, Aguascalientes, Ags., lunes 20 de septiembre del 2004.

Bonilla López, Esteban y Macías Zúñiga, César.
2005 "Revienta la ministerial un baile "rave" donde se vendía droga", en ***Tribuna libre*** núm. 537, Aguascalientes, Ags, viernes 4 de febrero de 2005.

Bonilla Méndez, J. Cruz.
2004 "El béisbol, en picada", en ***Hidrocálido*** núm. 8283, Aguascalientes, Ags, lunes 20 de septiembre del 2004.

Brand, Guillermo.
2003 "Diario amanecer", en ***El Sol del Centro*** núm. 23835, Aguascalientes, Ags., sábado 12 de julio del 2003.

____, Guillermo.
2004 "Una feria que deja miles de malos ejemplos a los niños", en ***El Sol del Centro*** núm. 24122, Aguascalientes, Ags., sábado 1° de mayo del 2004.

Bravo Alemany, Idalia.
2002 "Muertos y leyendas", en ***El Sol del Centro*** núm. 23591, Aguascalientes, Ags., sábado 2 de noviembre del 2002.

Bretherton Díaz de Sandi, Regina.
1997 "Sobre la importancia simbólica de la fiesta brava", en ***Anuario de Ciencias Sociales***, Año 2 Tomo II, Aguascalientes, Ags., mayo de 1997, pp. 148-153.

CRISOL. S/A.
2000 "Aguascalientes, líder nacional de desarrollo económico, con una tasa de crecimiento de un producto interno bruto de 5.9 por ciento", en ***Crisol*** núm. 145, Aguascalientes, Ags., agosto del 2000.

Cruz Bonilla, M. J.
2003 "Harán oficial la vuelta de las Panteras", en ***Hidrocálido***, Aguascalientes, Ags., sábado 29 de marzo del 2003.

_____, M. J.
2003 "El histórico Parque Obrero", en ***Hidrocálido*** No. 7931, Aguascalientes, Ags., lunes 15 de septiembre del 2003.

De Los Reyes, Aurelio.
1999 "Federico Bouvi y los primero años del cine en Aguascalientes", en ***Mascaron*** Año 6, núm. 64, Archivo Histórico del Estado, Aguascalientes, Ags., junio de 1999.

De Velasco Santos, Cecilia.

1998 "Ociosos, 30 centros comerciales", en ***Hidrocálido*** núm. 5815, Aguascalientes, Ags., 30 de diciembre de 1998.

_____, Cecilia.

2002 "Abandonadas miles de casas", en ***Hidrocálido*** núm. 7400, Aguascalientes, Ags., 12 de abril de 2002.

_____, Cecilia.

2004 "Catolicismo "nylon" en auge", en ***Hidrocálido*** núm. 8230, Aguascalientes, Ags., julio de 2004.

_____, Cecilia.

2006 "510 mil hidrocálidos en Estados Unidos". En: ***Hidrocálido*** núm. 8754, Aguascalientes, Ags., miércoles 11 de enero del 2006.

El Financiero. S/A.

1993 "Aguascalientes, entre los Estados con más posibilidades de desarrollo", en ***El Financiero*** (Bajío), México, 5 de noviembre de 1993.

El Heraldo. S/A.

1998 "Grave problema la venta de tierras ejidales" en ***El Heraldo*** núm. 15817, Aguascalientes, Ags., martes 18 de agosto de 1998.

El Heraldo. S/A.

2005 "Peligrosa labor subterránea de la secta "Pare de sufrir", en ***El Heraldo*** núm. 18022, Aguascalientes, Ags., miércoles 5 de enero del 2005.

El Heraldo. S/A.

2005 "La Feria peligro sexual juvenil, principalmente para las jovencitas", en ***El Heraldo***, núm. 18063, Aguascalientes, Ags., martes 15 de febrero del 2005,

El Heraldo. S/A.

2005 "El Premio Nacional de Vivienda, para el Estado", en ***El Heraldo***, núm. 18283, Aguascalientes, Ags., jueves 6 de octubre del 2005.

El Heraldo. S/A.

2005 "El 93% de los mexicanos tienen TV", en ***El Heraldo***, Aguascalientes, Ags., martes 22 de noviembre del 2005.

El Sol Del Centro. S/A.

1998 "42 colonias no han sido munipalizadas de 280", en ***El Sol del Centro*** núm. 22022, Aguascalientes, Ags., 7 de junio de 1998.

El Sol Del Centro. S/A.

1999 "Miseria extrema en el campo", en ***El Sol del Centro***, núm. 22272, Aguascalientes, Ags., jueves 18 de febrero de 1999.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Denigra y calumnia a la Iglesia la película "El Crimen del Padre Amaro" en ***El Sol del Centro*** núm. 23514, Aguascalientes, Ags., viernes 16 de agosto de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Entender el valor histórico de la Colonia Ferronales", en ***El Sol del Centro*** núm. 23514, Aguascalientes, Ags., viernes 16 de agosto de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Se suicido un ebrio", en ***El Sol del Centro*** núm. 23524, Aguascalientes, Ags., lunes 26 de agosto de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Regalaron patrimonio municipal", en ***El Sol del Centro*** núm. 23532, Aguascalientes, Ags., martes 3 de septiembre de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Urge atención y vigilancia para evitar el consumo de drogas", en ***El Sol del Centro*** núm.23556, Aguascalientes, Ags., sábado 28 de septiembre de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Mafiosos de colonias utilizan a jóvenes y niños para sus ilícitos", en ***El Sol del centro*** núm. 23572, Aguascalientes, Ags., lunes 14 de octubre de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Inaguran el Festival de las Calaveras", en ***El Sol del Centro*** núm. 23583, Aguascalientes, Ags., viernes 25 de octubre de 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Fracaso fiscal y ruina para restaurantes con el impuesto suntuario del 3%: LMV", en ***El Sol del Centro*** núm. 23588, Aguascalientes, Ags., miércoles 30 de octubre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Seguiremos combatiendo el vicio", en ***El Sol del Centro*** núm. 23591, Aguascalientes, Ags., sábado 2 de noviembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Caos vial al cerrar vital estacionamiento", en ***El Sol del Centro*** núm. 23594, Aguascalientes, Ags., martes 5 de noviembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Atiende el DIF a 511 menores maltratados", en ***El Sol del Centro*** núm. 23603, Aguascalientes, Ags., jueves 14 de noviembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Al borde de la quiebra la mayoría de los restaurantes, fondas y loncherías", en ***El Sol del Centro*** núm. 23603, Aguascalientes, Ags., jueves 14 de noviembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.

2002 "Celosos Proclamadores del Reino 2002", en ***El Sol del Centro*** núm. 23607, Aguascalientes, Ags., lunes 18 de noviembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.
2002 "Grave es la violencia intrafamiliar", en ***El Sol del centro*** núm. 23607, Aguascalentes, Ags., lunes 18 de noviembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.
2002 "Puro cuento el combate a las drogas", en ***El Sol del centro*** núm. 23622, Aguascalientes, Ags., miércoles 4 de diciembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.
2002 "Los mexicanos leemos 1.5 a 3 libros por año", en ***El Sol del Centro*** núm. 23647, Aguascalientes, Ags., lunes 30 de diciembre del 2002.

El Sol Del Centro. S/A.
2003 "Un medio día con la ciudad vacía: Todos en el fútbol", en ***El Sol del Centro*** núm. 24165, Aguascalientes, Ags., lunes 14 de junio del 2003

El Sol Del Centro. S/A.
2003 "Cine principal fuente de entretenimiento", en ***El Sol del Centro*** núm. 23816, Aguascalientes, Ags., domingo 22 de junio del 2003.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "La feria como su reina: se quedó chaparra", en ***El Sol del Centro*** núm. 24144, Aguascalientes, Ags., viernes 23 de abril del 2004.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "El deporte ya no une a la familia: Juan Pablo II", en ***El Sol del Centro***, Aguascalientes, Ags., sábado 26 de junio del 2004.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "Cientos de árboles talados para ampliar la calle que da acceso al estadio de fútbol", en ***El Sol del Centro*** núm. 24242, Aguascalientes, Ags., lunes 30 de agosto del 2004.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "Carlos Lozano sale en defensa de los dueños de antros y bares", en ***El Sol del Centro*** núm. 24246, Aguascalientes, Ags., viernes 3 de septiembre del 2004.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "Con la computadora definitivamente se perdió la relación familiar: PAVM", en ***El Sol del Centro*** núm. 24281, Aguascalientes, Ags., sábado 9 de octubre de 2004.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "Se denuncian sólo 4 de 10 en violencia intrafamiliar", en ***El Sol del Centro*** núm. 24319, Aguascalientes, Ags., domingo 7 de noviembre del 2004.

El Sol Del Centro. S/A.
2004 "En forma integral y positiva aborda el gobernador León Rubio el caso de Ideal Standard", en ***El Sol del Centro***, Aguascalientes, Ags., domingo 7 de noviembre del 2004

El Sol Del Centro. S/A.
2005 "Poco utilizan los empresarios en Aguascalientes al Internet para comercializar: LMVO", en ***El Sol del Centro*** núm. 24585, Aguascalientes, Ags., lunes 15 de agosto del 2005.

El Sol Del Centro. S/A.
2005 "Extranjeros de 70 países del mundo radican en Aguascalientes", en ***El Sol del Centro*** núm. 24618, Aguascalientes, Ags., domingo 18 de septiembre del 2005.

Fernández Ponce, Fausto.
1993 "Asimetrías", en ***El Financiero***, México, 25 de octubre de 1993.

Flores Hernández, Benjamín.
2003 "La relación migratoria hispanomexicana desde la perspectiva de la tauromaquia". Primera parte, en ***Crisol*** núm. 173, Aguascalientes, Ags., junio-julio de 2003, pp. 34-37.

_____, Benjamín.
2003 "La relación migratoria hispanomexicana desde la perspectiva de la tauromaquia". Segunda parte en ***Crisol*** núm. 174, Aguascalientes, Ags., agosto de 2003, pp. 38-41.

González, Marcela.
2001 "Policías protegen a redes de prostitución", en ***Aguas***, Aguascalientes, Ags., julio de 2002, p. 3.

González, María Luisa.
2001 "Nuevos horizontes para los productores de guayaba", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 108, Aguascalientes, Ags., febrero de 2001, pp. 6-7.

_____, María Luisa.
2001 "Delincuencia: ¿Soterrada rebelión juvenil?, en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 113, Aguascalientes, Ags., junio de 2001, pp. 4-5 .

González Fisher, Xavier.
2000 "Manifestación cultural en Aguascalientes", en: ***Crisol*** núm. 141, Aguascalientes, Ags., abril del 2000, pp. 36-42.

González Herrera, Carlos Alberto.
1999 "*Temis*. La prensa en Aguascalientes en el siglo XX. Primera parte", en ***Mascarón***, Año

VI, núm. 70, Aguascalientes, Ags., diciembre de 1999.

González López, José Luis.
2000 "Materialismo y concupiscencia en la juventud aguascalentense", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm 103, Aguascalientes, Ags., agosto de 2000, pp. 34-35.

_____, José Luis.
2002 "La prostitución en Aguascalientes. Siglos XIX al XX", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 129, octubre del 2002, pp. 26-28

González Rodríguez, Sergio.
2001 "Infroentretenimiento. 90 millones en una pantalla", en ***Reforma***, México, sábado 21 de abril del 2001.

Granados Roldán, Otto.
1992 ***Toma de protesta como Gobernador del estado de Aguascalientes***, Aguascalientes, Ags., 30 de noviembre de 1992.

Guerrero Hernández, Antonio.
2001 "Rancholos: un puente entre dos mundos", en: ***Ventana Interior*** núm. 11, mayo-junio de 2001, México, SIC-CONACULTA, pp.22-25.

Hernaux Nicolas, Daniel.
1987 "La ciudad de México y la globalización. ¿Qué hacer?", en ***Memoria*** núm. 106, pp. 13-19.

Herrera, Norma.
1987 "Las metrópolis y sus tecnologías innovadoras", en ***Revista IcyT***, núm. 131, Vol. 9, México, agosto de 1987, pp. 47-50.

Hesselbach, Hilda.
1999 "El enfoque de sistemas en la planeación urbana", en: ***Crisol*** núm. 132, Aguascalientes, Ags., junio de 1999, pp. 18-20.

Hidrocálido. S/A.
1998 "Alrededor del 10% de la población estatal sufre por pobreza extrema", en ***Hidrocálido*** núm. 5827, Aguascalientes, Ags., martes 12 de enero de 1998.

Hidrocálido. S/A.
1998 "PRI: apoyo alimentario y mantenimiento de casas", en ***Hidrocálido*** núm. 5620, Aguascalientes, Ags., martes 16 de junio de 1998.

Hidrocálido. S/A.
1998 "Aguascalientes cumple hoy su 423 aniversario", en ***Hidrocálido*** núm. 5748, Aguascalientes, Ags., jueves 22 de octubre de 1998.

Hidrocálido. S/A.
1998 "Frenado el proyecto de El Llano hasta hacer consulta", en ***Hidrocálido*** núm. 5798, Aguascalientes, Ags., 12 de diciembre de 1998, p. 7A.

Hidrocálido. S/A.
1998 "Fuerte derrama de hidrocálidos en su tierra", en ***Hidrocálido*** núm. 5809, Aguascalientes, Ags., miércoles 23 de diciembre de 1998.

Hidrocálido. S/A.
2002 "En julio, el alumbramiento del habitante 1 millón, del Estado". en ***Hidrocálido*** núm. 7400, Aguascalientes, Ags., 12 de abril del 2002.

Hidrocálido. S/A.
2002 "Carrefour se instalará en Villasunción, en 03", en ***Hidrocálido*** núm. 7588, Aguascalientes, Ags., 21 de septiembre del 2002.

Hidrocálido. S/A.
2003 "El Estadio Victoria será del Municipio", en ***Hidrocálido*** núm. 7702, Aguascalientes, Ags., viernes 4 de enero del 2003.

Hidrocálido. S/A.
2003 "No prohibirán estacionamiento de vehículos en la López Mateos", en ***Hidrocálido*** núm. 8002, Aguascalientes, Ags., jueves 27 de noviembre del 2003.

Hidrocálido. S/A.
2004 "Cambios en programas de TV Mayores", en ***Hidrocálido***, Aguascalientes, Ags., viernes 3 de diciembre ***del*** 2004.

Hidrocálido. S/A.
2004 "Perdió Aguascalientes inversión de Nissan", en ***Hidrocálido*** núm. 8359, Aguascalientes, Ags., lunes 6 de diciembre del 2004.

Hidrocálido. S/A.
2004 "Ponen en servicio fábrica de componentes para automotores, remanente del pasado gobierno", en ***Hidrocálido*** núm. 8362, Aguascalientes, Ags., miércoles 8 de diciembre del 2004.

Hidrocálido. S/A.
2005 "Titular de IEA deberá explicar promoción libraica a Hidrorayos", en ***Hidrocálido*** núm. 8624, Aguascalientes, Ags., miércoles 31 de agosto del 2005.

Hidrocálido. S/A.
2005 "No han terminado invasiones para levantar viviendas", en ***Hidrocálido*** núm. 8660, Aguascalientes, Ags., viernes 7 de octubre del 2005,

Jiménez Huerta, Edith.
1994 "Pautas para un futuro crecimiento de la ciudad", en ***Cuadernos de trabajo*** núm. 1 Colección Desarrollo Social, Aguascalientes, Ags.

_____, Edith.
1999 "Políticas públicas más positivas para los asentamientos irregulares", en ***Crisol*** núm. 128, Aguascalientes, Ags., febrero de 1999, pp. 44-45.

Kraus, Arnoldo.
2001 "Prostitución infantil", en ***La Jornada*** núm. 6445, México, D.F., 7 de agosto de 2002.

López, José Antonio.
2001 "Imágenes económicas de Aguascalientes", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 113, Aguascalientes, Ags., junio de 2001, pp. 14-17.

Lozano de la Torre, Carlos y González Villalvaso, P.
1998 "Desconcentración industrial", en ***Crisol*** núm. 121, Aguascalientes, Ags., 21 de julio de 1998.

Lozano Díaz de León, Matías.
2003 "Crisis de fé en la sociedad secularizada", en ***Hidrocálido*** núm. 7693, Aguascalientes, Ags., miércoles 15 de enero del 2003.

Lozano Galindo, Fernando.
1997 "7 mil casas deshabitadas en la ciudad", en ***Hidrocálido*** núm. 5794, Aguascalientes, Ags., 28 de octubre de 1997

_____, Fernando.
2002 "Industria en crisis. La gastronomía vive terribles momentos", en ***Hidrocálido*** núm. 7440, Aguascalientes, Ags., jueves 23 de mayo de 2002.

_____, Silvia.
2005 "Los abarrotes en vías de extinción", en ***El Heraldo*** núm. 18271, Aguascalientes, Ags., sábado 24 de septiembre del 2005.

Macías Zuñiga, Mario.
2000 "Los escándalos por los sacerdotes abusadores de menores hacen que la Iglesia católica pierda fieles", en ***Tribuna Libre*** núm. 562, Aguascalientes, Ags., viernes 29 de agosto de 2000.

_____, Mario.
2004 "¡Llegó el SIDA a Las Violetas!", en ***Tribuna Libre*** núm. 606, Aguascalientes, Ags., viernes 2 de julio de 2004.

Medrano de Luna, Gabriel.
2001 "En busca del simbolismo cultural ferrocarrilero de Aguascalientes", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 110, marzo de 2001, pp. 22-27.

Mora Legaspi, Mario.
2005 "Formación de tres ciudades medias", en ***El Sol del Centro*** núm. 24367, Aguascalientes, Ags., jueves 6 de enero del 2005.

Morales Castorena, Alfonso.
2003 "Cerró el 2003 con dos suicidios más para llegar a la escandalosa cifra de 68", en ***Tribuna libre*** núm. 581, Aguascalientes, Ags., viernes 9 de enero de 2004.

Moreno Mata, A.
1993 "El impacto socioeconómico de la industrialización en las ciudades medias de México". en ***Coloquio de antropología y desarrollo regionales. Ciudades provincianas de México: Crisoles de cambio***, COLMICH, Zamora Michoacán, del 6 al 8 de octubre de 1993.

Narváez Montoya, Óscar.
1994 "Proceso de urbanización", en ***Investigación y ciencia***, Edición cuatrimestral, año 4, abril de 1994, Aguascalientes, Ags., pp. 64-70.

Ostrowesky, Silvia.
1998 "Los centros urbanos", en ***Memoria*** núm. 109, México, pp. 26-31.

Padilla Rangel, Yolanda.
2001 "Abuso sexual en Aguascalientes", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 117, Aguascalientes, Ags., octubre de 2001, pp. 4-6.

Pérez Romo, Alfonso.
2001 "Agua clara, claro cielo", en ***La fiesta en Aguascalientes*** núm. 18, Aguascalientes, Ags., abril de 2001, pp. 25-28.

Picacho. S/A.
2003 "Están contaminados 20 por ciento de los alimentos", en ***Picacho*** núm. 154, Aguascalientes, Ags., 3 de octubre de 2003.

Picacho. S/A.
2005 "Hartos de los antros", en ***Picacho*** núm. 261, Aguascalientes. Ags., Viernes 21 de octubre de 2005, Aguascalientes, Ags.,

Pizaña de la Torre, Luis.
2005 "Necesitan aquí casino permanente", en ***Hidrocálido*** núm 8671, Aguascalientes, Ags, 18 de octubre del 2005.

Ponce, Fausto.
2003 "Cultura o pura enajenación", en ***Proceso*** núm. 1521, México, 25 de diciembre del 2005, pp. 70 y 71.

Qué!. S/A.
2003 "Las televisoras apostarán a los programas de niños", en ***Qué!*** núm. 6, Aguascalientes, Ags., sábado 20 de diciembre de 2003.

Qué!. S/A.
2004 "El deporte, ocasión para la convivencia familiar", en ***Qué*** núm. 39, Aguascalientes, Ags., sábado 7 de agosto de 2004.

Ramírez Hurtado, Luciano.

2001 "El mito de la Avenida de las Lágrimas", en ***Mascarón***, Año VII, núm. 90, Archivo Histórico del Estado, Aguascalientes, Ags., agosto de 2001

Ramos Rocha, Mario.

2005 "Felipe, un gobernador que solamente se preocupaba por llenarse los bolsillos con dinero del erario: Gabriela M.", en ***Tribuna libre*** núm. 635, Aguascalientes, Ags., viernes 21 de enero del 2005.

Rodríguez, Juan Manuel.

2001 "Ángel Baby o el *cholo* que vuela", en ***Ventana interior*** núm. 11, SIC-CONACULTA, México, mayo-junio de 2001, pp. 53-55.

Rodríguez López, Daniel.

2002 "El auto dejó de ser una "carcacha", en ***El Sol del Centro*** núm. 23588, Aguascalientes, Ags., miércoles 30 de octubre del 2002.

Ruelas Olvera, Ignacio.

2002 "¡Agüitas" floreció!", en ***Crisol*** núm. 158, Aguascalientes, Ags., octubre de 2001, pp. 6-9.

Sánchez, Consuelo.

2002 "La diversidad cultural en la ciudad de México", en ***Memoria*** núm 164, México, julio de 2002, pp. 5-12.

Toussaint, Florence.

2000 "Sexualidad en la televisión", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 99, Aguascalientes, Ags., abril de 2000, p. 3.

Tribuna Libre. S/A.

2003 "La impunidad", en ***Tribuna libre*** núm. 557, Aguascalientes, Ags., viernes 25 de julio de 2003.

Tribuna Libre. S/A.

2003 "El lenocinio telefónico", en ***Tribuna libre*** núm. 559, Aguascalientes, Ags., viernes 8 de agosto del 2003.

Tribuna Libre. S/A.

2003 "¡Veinte años Veinte!", en ***Tribuna libre*** núm. 575, Aguascalientes, Ags., viernes, 28 de noviembre de 2003.

Uribe Llamas, J. Pedro.

2002 "¿Cuál es la mejor?", en ***Ventana interior*** núm. 23, México, mayo-junio de 2003, pp. 17-23.

Valadez, Gilberto.

2002 "Destrucción del Centro Histórico, intolerancia y la obsesión por la gubernatura", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 120, Aguascalientes, Ags., enero de 2002, pp. 20-24.

_____, Gilberto.

2001 "El sindicalismo en Aguascalientes", en ***Tiempo de Aguascalientes*** núm. 124, Aguascalientes, Ags., mayo de 2001, pp. 16-19.

Vázquez Hurtado, V.

1994 "Crecimiento y empleos regionales aligeran la presión migratoria", en ***El Economista***, México, 2 de septiembre de 1994.

Velasco, Max.

1995 "Las mujeres que superan a los hombres", en ***Mujer contemporánea*** núm. 20, Aguascalientes, Ags., noviembre de 1995.

Villeminot, Florence y Schafer, Sarah.

2006 "La división de internet" en ***Newsweek en español***, Vol. II, núm 19, México, 15 de mayo de 2006, pp. 34-37

Wilkins, Federico.

2001 "Televisión. El mayor impacto emocional", en ***Reforma***, México, miércoles 18 de abril del 2001.

OTRAS FUENTES

Atlas de Infraestructura Cultural de México.
2003 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Brunner, José Joaquín y Catalán, Carlos.
1993 ***La televisión en Chile: notas para una conversación***, FLACSO, Santiago de Chile.

COPLADEA. S/A.
1990 ***Tradición y transformación de un barrio: La Salud***, ICA-Gobierno del Estado de Aguascalientes, Aguascalientes, Ags.

Encuesta Nacional de Prácticas y consumo Cultural.
2004 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Flores Dávila, Julia Isabel.
2004 ***Encuesta nacional de prácticas y consumos culturales***, CONACULTA, México.

Instituto Nacional de Estadística, Geografia e Informática.
2004 Estadísticas de Cultura, Síntesis Metodologica, Cuaderno Núm. 8, Aguascalientes, Ags., México. www.inegi.gob.mx

Instituto Nacional de Estadística, Geografia e Informática.
2005 Cuaderno Núm. 8, Aguascalientes, Ags., México. www.inegi.gob.mx

Landi, Oscar, Vacchieri, Ariana y Quevedo, Luis Alberto.
1990 ***Públicos y consumos culturales en Buenos Aires***, CEDES, Buenos Aires.

Reforma.
1994-2005 Materiales de Consumo Cultural y Medios, México,

Secretaria de Educación Pública. S/A.
1982 ***Aguascalientes, manantiales que dan vida a la tierra***, Edición Experimental, México.

Secretaría de Programación y Presupuesto, CONAPO y CELADE. S/A.
1983 ***México, estimaciones y proyecciones de población 1950-2000***, México.

Universidad Autónoma de Aguascalientes

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa

ENCUESTA SOBRE OFERTA Y CONSUMO CULTURAL EN AGUASCALIENTES

Cuestionario __ de __ la vivienda

AGEB _ _ _ _ _ **MANZANA** _ _ _ **VIVIENDA** __ __

COLONIA _____ _____ **Propia** __
Fraccionamiento Número ext. o int. **Rentada** __
Otro __

FECHA DE LEVANTAMIENTO __ _____ **2003**
Día **Mes** **Año**

HORAS DE LEVANTAMIENTO ___:___ **Hrs. a** ___:___ **Hrs.**
Inicio **Término**

RESULTADO DE LA VISITA:

1 Entrevista completa
2 Entrevista incompleta
3 No respuesta
4 Vivienda sin ocupantes

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR(A)_____

NOMBRE DEL VALIDADOR(A)_____

3.1 ¿Cuántas personas viven habitualmente en esta vivienda, por favor cuente a las niñas y niños chiquitos y a las personas mayores?

__ __

3.2 ¿En este hogar se comparte un solo gasto para comprar la comida?

SI **1** *(entonces hay un solo hogar)* ***Pase a p. 4.1***

NO **2** *(entonces hay dos o más hogares)*

3.3 ¿Cuántos hogares hay en esta vivienda, que no comparten el gasto para la comida?

__ __

Para el segundo o tercer hogar inicie la entrevista en la pregunta 4.1, pero antes copie los datos de la sección 1.

4. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS DE LOS INTEGRANTES DEL HOGAR

4.1 Por favor dígame los nombres de los integrantes de su hogar, empezando por el jefe o jefa de su hogar y de mayor a menor edad

*Las respuestas pueden ser escritas o colocando **una 'X'** en 4.3 y 4.5*

4.0 Núm.	4.1 Lista de integrantes	4.2 ¿Qué es (N) del jefe(a) Del hogar?	4.3 Sexo		4.4 ¿Cuántos años cumplidos tiene (N)?	Estado Civil 4.5 ¿(N) *					4.6 ¿Hace cuántos años vive (N) en la cd. de Ags.
			H	M		1	2	3	4	5	
1		JEFE(A)									
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											

1=VIVE CON SU PAREJA?, 2=ES CASADO(A)?, 3=VIUDO(A)?, 4=DIVORCIADO(A) O SEPARADO(A)?, 5=ES SOLTERO(A)?

A continuación le voy a pedir que llame a (NOMBRE SELECCIONADO*) para que me permita hacerle unas preguntas.

PERSONA SELECCIONADA _____ _____
No. de lista Nombre.....

5. ACTIVIDAD ECONÓMICA Y NO ECONÓMICA

5.1 ¿La semana pasada Usted: *Lea las opciones, registre la respuesta colocando **una 'X'** en cada una y sí la respuesta es afirmativa, aplique las preguntas 5.2, 5.3 y 5.4*

	SI	NO	5.2 ¿Dónde?	5.3 ¿Cuántas horas le dedicó? Día	Semana
¿Trabajó ?	0	1			
¿Ayudó en un negocio familiar?	2	3			
¿Estudió?	4	5			
¿Realizó quehaceres domésticos ? en su hogar?	6	7	5.4 ¿Qué hizo?		

5.5 Para ir a su trabajo o estudio, ¿cuánto tiempo utiliza? (ida y vuelta)

Horas ____ Minutos ____

5.6 ¿Para ir a su trabajo o estudios qué medio utiliza?

Camina			
Va en bicicleta			
Utiliza camión			
Taxi			
Automóvil particular		Año	Marca

*La persona para la entrevista individual, se selecciona con base en la **Tabla aleatoria # 2** y el **listado de personas** del hogar registradas en la pregunta 4.1.
Una vez seleccionada la persona para aplicarle la entrevista individual marque una 'X' en el número de registro que tiene en la pregunta 4.0 y después transcriba el nombre de la persona y su número al principio de esta sección.

6.1 ¿En su vivienda tiene?

Lea las opciones y ante las respuestas afirmativas, pregunte cuántos tiene de cada uno

1		Microcomponente audio	6		Horno de microondas	11		Teléfono			
2		Televisión	7		Lavadora	12		Celular			
3		Videograbadora	8		Refrigerador	13		Computadora			
4		DVD	9		Radio	14		Cámara de video			
5		Cámara fotográfica	10		Licuadora	15		Otro_____			

6.2 Aparte de los aparatos mencionados ¿tiene suscripción a alguna televisión de paga?

*Escuche y marque con **una X** el código de la opción correcta*

Ultravisión	1
SKY	2
Telecable	3
Direct TV	4
Cable Visión	5
Otra _____ *Especifique*	6
Ninguno	7

7. USO DE CENTROS COMERCIALES

7.1 De las siguientes actividades, por favor dígame el número de horas que dedicó Ud. el último fin de semana (sábado y el domingo):

Lea las actividades y anote las horas solicitadas, si no las hubo anote '000, pero si es menor que una hora anote'98'

	NÚMERO DE HORAS			NÚMERO DE HORAS	
Leer		*Pase a 8.1*	Visitar amigos o familiares		*Pase a 8.1*
Escuchar música y/o radio			Museos		
Ver televisión			Ir a un jardín o parque		
Usar la computadora			Ir a la Plaza Patria		
Ver películas rentadas			Ir a un bar, "antro", o lugar de diversión en la noche		
Hacer ejercicio			Ir al cine		
Fue a alguna fiesta o celebración (boda, XV años, cumpleaños, etc)			Ir a un centro comercial		*Pase a 7.2**

**Si la persona no fue a un centro comercial el último fin de semana Pase a 7.4*

7.2 A qué centro(s) comercial(es) fue?

*Escuche y marque con **una X** las respuestas indicadas*

El Dorado	1	Expoplaza	8
Villasunción	2	Galerías	9
Plaza Vestir	3	Plaza Universidad	10
El Parián	4	Plaza Torre Bosques	11
Plaza Cristal	5	Plaza San Marcos	12
Plaza Patria	6	Otro _____ *Especifique*	13
Plaza San Pedro	7		

7.3 ¿Qué actividades realizó en el centro comercial?

*Escuche y marque con **una X** las respuestas indicadas*

Ver los aparadores	1	Ir al médico	5
Comer o cenar	2	Encontrarse con amistades	6
Ir al cine	3	Pasearse	7
Ir de compras	4	Otra _____ *Especifique*	8
Llevar los niños a los juegos	5		

7.4 ¿Cuándo fue la última vez que visitó un centro comercial?

Escuche y anote la respuesta numérica

MESES _____

SEMANAS _____

DÍAS _____

8. SALIR A COMER

Ahora le voy a hacer unas preguntas sobre costumbres en nuestra ciudad de Aguascalientes

8.1 ¿Considera Usted que en nuestro Estado hay alguna comida típica?

Si la respuesta es afirmativa, aplique la pregunta 8.2

SI **1**

8.2 ¿Cuál? _____
especifique

NO **2** ***Pasa a 8.3***

8.3 ¿Cuándo fue la última vez que la comió?

MESES _____

SEMANAS _____

DÍAS _____

8.4 Me podría decir si desayunó, comió y/o cenó la semana pasada en:

*Escuche y marque con **una X** una respuesta para cada tipo de alimento*

LUGARES PARA COMER	Desayuna	Come	Cena
¿Algún restaurante?/¿en fondas establecidas?	0	1	2
¿Puestos ambulantes?	3	4	5
¿En su casa?	6	7	8
¿En una cadena de comida rápida? Burger King __ Pizza Hut __ Mc Donals __ Kentucky Fried Chicken __	9	10	11

8.5 De acuerdo a sus preferencias, por favor ordene las siguientes comidas, empezando por la que le guste más.

Lea las opciones y pida que ordene de 0 al 7, donde 0 es la de mayor preferencia.

COMIDAS		ORDENE	NO CONOCE
Casera (mamá, esposa, hija, etc.)	0		
Mexicana	1		
Carnes	2		
Vegetariana	3		
Italiana	4		
Mariscos	5		
Oriental (china, japonesa, etc.)	6		
Otra _____ *Especifique*	7		

8.6 Para una ocasión especial ¿a dónde llevaría a comer sus acompañantes?

*Escuche y marque con **una X** a la respuesta correcta*

A San Pancho a comer carnitas	1
A una franquicia o cadena comercial	2
Restaurante	3
A una cenaduría	4
En el hogar	5
Ninguno	6
Otro lugar _____ *Especifique*	7

8.7 ¿Cuándo Usted tiene ganas de comer pollo a dónde va?

*Escuche la respuesta y marque con **una X** el código de la opción*

El *Pollo sinaloense*	0
El *Pollo loco*	1
Kentucky Fried Chicken	2
Pollería Aguascalientes	3
No me gusta el pollo	4
Otro _____ ***Especifique***	5

9. ACTIVIDADES RELIGIOSAS

9.1 ¿Cuál es la religión que Usted profesa?

*Escuche la respuesta y marque **una X** sobre el código de la opción*

Ninguna	1	***Pase a Sección 10***
Católica	2	
Otra religión _____	3	

Especifique

9.2 ¿Con qué frecuencia asiste Usted a los servicios religiosos?

*Escuche la respuesta y marque **una X** sobre el código de la opción*

Diario	1
Una vez a la semana	2
Cada quince días	3
Una vez al mes	4
Sólo en ocasiones especiales	5
Nunca	6

9.3 ¿Qué es lo que hizo durante la última Semana Santa?

*Escuche la respuesta y marque **una X** las actividades que realizó*

Se quedó en casa a guardar vigilia	1	
Asistió al cine con frecuencia	2	
Fue a comer pescado a un restaurante	3	***Pase a 9.6***
Visitó los siete templos	4	
Celebró la *Semana* en una comunidad	5	
Se fue de vacaciones	6	***Pase a 9.4***

9.4 ¿A qué lugar fue de vacaciones ? _____

Especifique lo más posible ciudad y Estado

9.5 ¿Con quién fue? _____

Especifique

9.6 ¿El año pasado Usted asistió a:

*Lea las opciones y marque con **una X** el código de la respuesta*

	SI	NO
¿La Romería de la Virgen de la Asunción?	1	2
¿El Quincenario Mariano?	3	4

9.7 ¿Ha asistido en años anteriores a la Romería?

SI **1**

NO **2**

9.8 ¿El Día de Muertos acostumbra colocar ofrenda en su casa?

Si la respuesta es afirmativa, aplique la pregunta 9.9

SI **1** **9.9 ¿Desde cuándo?** _____

NO **2**

9.10 ¿En temporada navideña usted acostumbra adornar su vivienda con:

*Lea las opciones y marque las que el informante indique con **una X***

	SI	NO
Nacimiento?	1	2
Árbol de navidad?	3	4
Juego de luces?	5	6
Ninguno?	7	8
Otros _____ *Especifique*	9	10

9.11 ¿Realizó La caminata al Santuario de San Juan en enero pasado?

Escuche la respuesta y si es afirmativa o negativa aplique la pregunta 9.12

SI **1**

NO **2**

9.12 ¿Por qué? _____

9.13 Durante el último año Usted participó en:

Lea las opciones y registre en cada una la respuesta indicada

	SI	NO
Impartir doctrina	1	2
Realizar algún juramento	3	4
Apadrinó a alguien	5	6
Rosarios	7	8
Cumplir alguna manda	9	10
Retiros espirituales	11	12
Novenarios	13	14
Encuentros juveniles	15	16
Otras formas de oración o culto _____ *Especifique*	17	18

10. IR AL CINE

10.1 ¿Cuándo fue la última vez que Usted asistió a una función de cine?

*Escuche y marque con **una X** en la opción que corresponda a la respuesta*

Una semana	1	
Quince días	2	
Un mes	3	
Entre seis meses y un año	4	
Más de un año	5	
Nunca va	6	***Pase a 11.1***

10.2 ¿Recuerda el título de la última película que Usted vio?

Si la respuesta es afirmativa, aplica la pregunta 10.3

SÍ 1 **10.3 ¿Cuál era?** _____
Anote el nombre

NO 2

10.4 Enseguida le voy a mencionar a Usted, algunos tipos de películas, y le pido por favor que seleccione tres y me los diga en orden de importancia de 1 a 3

Escuche y anote el número de las opciones elegidas

TIPO DE PELICULAS	ORDENE (1, 2 y 3)	
Miedo o terror	1	
Acción/suspenso	2	
Ciencia ficción	3	
Infantiles/caricaturas	4	
Románticas	5	
Cómicas/comedia	6	
Policíacas	7	
Drama	8	
Eróticas	9	
Históricas	10	
Otro _____ *Especifique*	11	

10.5 Ahora me podría decir ¿de qué nacionalidad prefiere Usted las películas?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta correcta*

Españolas	1
Mexicanas	2
Norteamericanas	3
Italianas	4
Francesas	5
Otra _____ *Especifique*	6

10.6 Respecto a las películas en otro idioma, ¿cómo prefiere verlas?

- En el idioma original (Subtituladas) **1**
- Habladas al español **2**

10.7 ¿Le gusta el cine mexicano?

*Aplique la pregunta10.8 cualquiera que sea la respuesta a **10.7***

SI **1**

NO **2**

10.8 ¿Por qué? _____

10.9 ¿Cuál es el cine mexicano que más le gusta?

El de actualidad **1**
El de la "época de oro" **2**

H. TELEVISIÓN Y RENTA DE VIDEOS

11.1 ¿Cuál es el canal de televisión que más ve Usted?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta de su **preferencia***

Canal 2 (Televisa Aguascalientes)	1
Canal 2 (Canal de las estrellas)	2
Canal 6 de Aguascalientes (Conexión con canal 11/IPN)	3
Canal 7 (TV Azteca)	4
Canal 13 (TV Azteca)	5
Canal 5 (Televisa)	6

11.2 ¿Cuántas horas al día ve la TV? _____

Especifique

11.3 ¿Qué hace cuándo tiene ganas de ver una película?

Si la respuesta a la primer opción es afirmativa, entonces aplique las preguntas 11.4 y 11.5

	SI	NO
Renta videos?	1	4
Va al cine?	2	5
Ve lo que ofrece la TV?	3	6

11.4 ¿Desde cuando renta videos? _____

11.5 ¿En dónde?

Videocentro ____
Videoclub local ____
Puesto semifijo ____

*Si las tres opciones tienen como respuesta 'NO', entonces **Pase a.12.1***

11.6 ¿Cuándo fue la última vez que Usted rentó o compró una película de video?

_____

_____ Rentar _____ Comprar

11.7 La película que rentó o compró ¿de qué género era?

*Lea las opciones y marque con **una X** 3 de las respuestas afirmativas, siendo la 1 la más importante*

Miedo o terror	1
Acción/suspenso	2
Históricas	3
Infantiles/caricaturas	4
Románticas	5
Cómicas/comedia	6
Policíacas	7
Drama	8
Eróticas	9
Otro _____ *Especifique*	10

11.8 ¿Con quién vio la película que rentó o compró la última vez?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Solo	1
Con la familia	2
Con mi pareja	3
Con los amigos	4
Otros	5

11.9 ¿Cuál es la razón por la que rentó o compró películas de video?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Para descansar	1
Porque es barato	2
Para estar informado	3
Para distraerse	4

PERIÓDICOS

12.1 ¿Cada cuándo lee Usted el periódico?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Diario	1	
Algunas veces entre semana	2	
Ocasionalmente	3	
Nunca	4	***Pasa a 12.5***

12.2 ¿Cuál es el periódico que acostumbra leer?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

El Heraldo de Aguascalientes	1	El Heraldo de México	8
Hidrocálido	2	Milenio	9
El Sol del Centro	3	El economista	10
Página 24	4	El financiero	11
Aguas	5	Reforma	12
Tribuna Libre	6	La Jornada	13
Última hora	7	Otro _____	14

12.3 ¿Cuál es la sección del periódico que más le gusta?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Local	1	Espectáculos	5
Deportes	2	Sociales	6
Política Nacional e internacional	3	Cultura	7
Avisos clasificados	4	Editoriales	8
Otra _____ *Especifique*	9	Policíaca	10

12.4 ¿Aproximadamente cuánto tiempo utiliza para leer el periódico?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Menos de 15 minutos	1
Quince minutos	2
Media hora	3
Una hora	4
Más de una hora	5

REVISTAS

12.5 ¿Acostumbra Usted la lectura de revistas?

SI **1**

NO **2** ***Pasa a 12.10***

12.6 ¿Dígame cuáles son las dos revistas que acostumbra leer?

*Escuche y marque con **una X** las respuestas indicadas, siendo la 1 la más importante*

TV Notas	1	Deporte ilustrado	7
Tele Guía	2	El Libro vaquero	8
Muy interesante	3	TV Novelas	9
Eres	4	Selecciones	10
Furia musical	5	Play boy	11
Proceso	6	Otro_____	12

12.7 Las siguientes revistas son editadas en Aguascalientes,¿conoce alguna?

*Lea las opciones y marque con **una X** las respuestas afirmativas*

Crisol	1	Mujer contemporánea	6
Investigación y ciencias UAA	2	Tierra baldía	7
Controversia	3	Ventana interior	8
Tiempo de Aguascalientes	4	Caleidoscopio	9
El Cuaderno	5	Otra _____ _____	10

12.8 ¿En este momento, qué revista hay en su casa? _____

12.9 ¿Quién la lee? _____

LIBROS

12.10 ¿Cuál fue el último libro que leyó? _____
(mencionar título y autor)

12.11 ¿Cuándo fue? _____

12.12 ¿De qué tipo era?

*Lea y marque con **una X** el código de la opción indicada como respuesta*

Poesía	1
Religión	2
Erotismo	3
Superación	4
Biografías	5
Política	6
Cuentos	7
Historia	8
Ciencia ficción	9
Terror	10
Novela	11
Otro_____ *Especifique*	12

12.13 ¿Cuántos libros leyó durante el último año que no sean de su trabajo ni de su escuela?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

0
1
2
3
4
5
6
7
8
9

12.14 ¿Cuál es la razón por la que decide leer un libro?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Por la publicidad que se le ha hecho	1
Porqué es el libro del año	2
Por el tema	3
Alguien se lo recomendó	4
Por el autor	5
Es una novedad en las librerías	6
Por su reseña o critica	7
Otra razón _____ *Especifique*	8

13.1 ¿Sabe usar una computadora?

SI 1

NO 2 ***Pase a 14.1***

13.2 ¿Tiene computadora en su hogar?

SI **1**

NO **2**

13.3 ¿Puede acceder a una computadora en otra parte?

Si la respuesta es afirmativa, aplique la pregunta 13.4

SI **1**

13.4 ¿En dónde?

En la escuela	**1**
En el trabajo	**2**
En un ciber café	**3**
Con los amigos	**4**
Otra parte _____ *Especifique*	**5**

NO **2**

13.5 ¿Aproximadamente cuánto tiempo usa la computadora a la semana?

*Escuche y marque con una **X** la respuesta indicada*

Menos de siete horas **1**
Siete horas **2**
Más de siete horas **3**

13.6 ¿En su casa tiene internet?

SI 1

NO 2 *En caso de que la respuesta sea negativa aplique la pregunta 13.7*

13.7 ¿En donde lo utiliza? _____

13.8 ¿Cuántos días de la semana usó el internet?

*Escuche y marque con **una X** la(s) respuesta(s) indicada(s)*

Lunes
Martes
Miércoles
Jueves
Viernes
Sábado
Domingo
Ningún día

13.9 ¿Qué tipo de páginas web consultó la semana pasada?

*Escuche y marque con **una X** la(s) respuesta(s) indicada(s)*

Periódico/revistas	1
Deportes	2
Compras	3
Ciencia/educación	4
Música/juegos	5
Bancos	6
Pornografía	7
Otra _____ *Especifique*	8

14. OIR RADIO

14.1 ¿Escuchó la radio ayer?

SI **1**

NO **2**

14.2 ¿Con qué frecuencia oye el radio?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Diariamente	1
Algunas veces en la semana	2
Algunas veces al mes	3
Nunca	4

14.3 ¿Por qué le gusta escuchar la radio?

Escuche y marque con una X la respuesta indicada

Para entretenerme	1
Para informarme	2
Por los temas políticos	3
Por los programas de farándula	4
Para escuchar música	5
Para oír mensajes religiosos y/o morales	6
Por los programas cómicos	7
Para el trabajo	8
Para sentirme acompañado	9
Otro _____ *Especifique*	10

14.4 ¿Qué estaciones de radio escucha con más frecuencia?

Escuche y marque con una X la respuesta indicada

XEBI	1
Radio Universal	2
La Poderosa	3
Radio Mendel	4
Radio Grupo	5
Radio Universidad	6
XENM Radio Casa de la Cultura	7

14.5 ¿Cuál es el tipo de música que más escucha?

Escuche y marque con una X 3 de las respuestas indicadas, siendo el 1 el más importante

Salsa	1
Pop en español	2
Jazz	3
Cumbia	4
Ranchera	5
Rock en español	6
Tropical	7
Pop en inglés	8
Rock en inglés	9
Balada romántica	10
Grupera	11
Banda	12
Clásica	13
Otra_____ *Especifique*	14

14.6 ¿Cuál fue el último CD que adquirió?

_____

14.7 ¿Era

Original? _____
Copiado? _____

14.8 ¿De qué manera lo adquirió?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Lo compró	**1**
Se lo regalaron	**2**
Se lo prestaron	**3**

15. PRÁCTICAS Y ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS

15.1 ¿Acostumbra a asistir a espectáculos deportivos?

SI 1

NO 2

15.2 ¿Práctica algún deporte?

SI **1**

NO **2** ***Pase a 15.4***

15.3 ¿Cuál de los siguientes?

DEPORTE	¿Donde?	
Basketball	**1**	
Fútbol	**2**	
Atletismo/ir a correr	**3**	
Béisbol	**4**	
Gimnasia/aerobics	**5**	
Natación	**6**	
Box	**7**	
Físico culturismo	**8**	
Tenis	**9**	
Golf	**10**	
"Hacer aparatos" en gimnasia	**11**	
Otro _____ *Especifique*	**12**	

15.4 ¿Le gusta ver programas deportivos los fines de semana?

SI 1

NO 2 **Pase a 15.6**

15.5 ¿De qué tipo?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Noticieros	1
Partidos	2

15.6 ¿Acostumbra comprar alguna publicación deportiva?

SI 1 **15.7 ¿Cuál?**_____

NO 2

15.8 ¿Vio por televisión algún espectáculo deportivo en los últimos meses que le haya gustado mucho?

SI 1 **15.9¿Cuál?** _____

NO 2

16.1 ¿Qué es lo que hace durante el período ferial?

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indica*

Divertirse	1	
Irse de vacaciones	2	**¿A dónde?**_____

16.2 ¿De los últimos cinco años, a cuáles verbenas fue Usted?

*Escuche y marque con **una x** los años mencionados*

1999	1
2000	2
2001	3
2002	4
2003	5

16.3 ¿Qué es lo que más le gusta de la feria?

Escuche y ordene del 1 al 3 las opciones predilectas, siendo el 1la que más le gusta

OPCION	No.	ORDENE
Las corridas de toros	1	
Los eventos artísticos	2	
Las peleas de gallos	3	
El casino	4	
Pasear por el jardín	5	
La exposición ganadera	6	
El desfile de primavera	7	
Las terrazas para bailar	8	
Los merenderos	9	
Los juegos mecánicos	10	
El ferial	11	
Ir a comer	12	
Espectáculos culturales	13	
Otro _____	14	
Especifique		

16.4 ¿Qué es lo que más le disgusta de la feria?

*Escuche y marque con **una X** 3 de las opciones indicadas, siendo 1 la que más le disgusta*

El ruido	1
El gentío	2
Los borrachos	3
La basura	4
La drogadicción	5
Los malos olores	6
La inseguridad	7
Lo caro de todo	8
El exceso de vehículos	9
La falta de agua	10
La prostitución	11
Los cortes de luz	12

16.5 ¿Cree que la feria es únicamente para la 'gente de fuera'

*Si la respuesta es afirmativa aplica la **pregunta 16.6***

SI **1** **16.6 ¿Por qué?** _____

NO 2

16.7 ¿En su familia quiénes son los que más frecuentan la verbena.

*Escuche y marque con **una X** la respuesta indicada*

Los padres	**1**
Los hijos	**2**
Ambos	**3**

16.8 ¿Usted vivió o presenció un hecho de violencia en la feria?

SI **1**

NO **2**

16.9 ¿Siente que se excedió en el consumo de alcohol?

SI **1**

NO **2**

16.10 ¿Considera que sus gastos fueron excesivos?

SI **1**

NO **2**

17. OTROS PASATIEMPOS

17.1 En el último mes ha ido Usted a:

*Lea las opciones marque con **una X** las respuestas positivas*

Jaripeos	**1**
Charreadas	**2**
Rodeos	**3**
Circos	**4**
Lucha libre	**5**
Juegos mecánicos	**6**
Ferias	**7**

17.2 ¿Cuál es la razón por la que le agrada salir a estos sitios?

*Lea las opciones marque con **una X** la respuesta indicada*

Salir de la rutina	1
Encontrar pareja	2
Sentirse acompañado	3
Tener un poco de entretenimiento	4
Otro _____	5

17.3 ¿Le gusta asistir a espectáculos en vivo?

SI 1 **17.4 ¿Por qué?** _____

NO 2

17.5 ¿Le gustan las siguientes diversiones?

*Lea las opciones y marque con **una X** 2 de las respuestas positivas en orden de importancia*

Espectáculos infantiles	1
Recitales	2
Conciertos de rock	3
Obras de teatro	4
Espectáculos en el *Teatro del pueblo*	5
Antros para escuchar música cubana	6
Bailes gruperos	7
Conciertos de música clásica	8

17.6 PARA HOMBRES **¿Finalmente, y abusando de su confianza, me podría decir cuál de las siguientes actividades realizó durante el último fin de semana?**

*Lee las opciones marque con **una X** la respuesta indicada*

Asistió a una cervecería, bar, cantina o merendero.	1
Fue a divertirse en juegos de azar	2
Conoció un *table dance*	3
Fue a dar la vuelta a la zona de tolerancia	4
Vio películas pornográficas	5
Pasó un rato con una sexoservidora	6

17.7 PARA MUJERES **¿Cuál de las siguientes actividades le gusta realizar en su tiempo libre, después de la jornada de trabajo o estudio, los fines de semana o los días festivos durante el año?**

*Lea las opciones marque con **una X** la respuesta indicada*

Ir a una discoteca	1
Ir a un ladies bar/merendero	2
Divertirse en juegos de azar	3
Conocer un chipen dale	4
Ver películas pornográficas	5
Ninguna	6

¿Si fuera tan amable, me podría dejar su domicilio o teléfono en caso de que tenga alguna duda sobre alguna de las respuestas que me dio sobre la entrevista?

Nombre _____

Domicilio _____

Teléfono _____

CODIFICACIÓN DE PREGUNTAS ABIERTAS

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA VIVIENDA
2. DATOS DE CONTROL
3. IDENTIFICACIÓN DE HOGARES EN LA VIVIENDA
4. DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS DE LOS INTEGRANTES DEL HOGAR
5.ACTIVIDAD ECONÓMICA Y NO ECONÓMICA

5.6 ¿Para ir a su trabajo o estudio qué medio utiliza?

a. ¿De que año es su automóvil particular?

1980-1990 ____
1991-2000 ____
2001-2004 ____

b. ¿Cuál es la marca del automóvil particular?

(los vehículos se agrupan según la marca que informen los entrevistados)

6. EQUIPO ELECTRÓNICO DE LA VIVIENDA
7. USO DE CENTROS COMERCIALES
8. SALIR A COMER

8.1 ¿Considera Usted que en Aguascalientes hay una comida típica?

Las respuestas se agrupan según las dos opciones siguientes:

- Comida típica regional
- Otro tipo de alimentos

9. ACTIVIDADES RELIGIOSAS

9.1 ¿Cuál es la religión que Usted profesa? (en caso de que no sea la católica)

Protestantismo (Testigos de Jehová, pentecostales, mormones, etc.)
Otro tipo de religión que no sea la católica o protestante

9.3 ¿A dónde fue de vacaciones durante la Semana Santa?
A la playa ___
Otra ciudad ___
Otro estado ___
Al extranjero___ (especifique)_____
Otro_____

9.5 ¿Con quién fue?

Con la familia___
Con parientes___
Con amigos ___
En excursión___

Otro_____

9.9 ¿Desde cuándo acostumbra a colocar ofrendas a los muertos?

Entre 1 y 5 años ___
Entre 5 y 10 años ___
Más de 10 años ___ Especifique_____

9.11 ¿Por qué realizó la caminata al Santuario de San Juan en enero pasado?

Para cumplir una manda ___
Ya es costumbre ___
Por aventura ___
Para ejercicio ___
Otro _____

10. IR AL CINE

10.3 ¿Cuál era el título de la última película que vio?

Miedo o terror ___
Acción/suspenso ___
Ciencia ficción ___
Infantiles/caricaturas ___
Románticas ___
Cómicas/comedia ___
Policíacas ___
Drama ___
Eróticas ___
Históricas ___
Otro ___(especifique)_____

10.8 ¿Por qué le gusta el cine mexicano?

Me entretiene___
Me identifico ___
Es "lo nuevo" ___
Otro_____

11. TELEVISIÓN Y RENTA DE VIDEOS

11.2 ¿Cuántas horas al día ve la TV? (especificar en horas o minutos)

Menos de una hora ____
Una hora ____
Más de una hora ____
Ninguna ____

11.4 ¿Desde cuándo renta videos?
Menos de 1 año___
1 año ___
Más de 1 año ___ ¿cuántos?_____

12. LEER

12.8 ¿En este momento, qué revista que hay en su casa?

TV Notas ___
Tele Guía ___
Muy Interesante ___
Eres ___
Furia Musical ___
Proceso ___
Deporte Ilustrado ___
El Libro Vaquero ___
TV Notas ___
Selecciones ___
Play Boy ___
Otra_____

12.9 ¿Quién la lee?

Yo ___
Papá ___
Mamá ___
Hermano(s) ___
Hermana(s) ___
Otra_____

12.10 ¿Cuál fue el último libro que leyó?(mencionar título y autor)

Poesía ___
Religión ___
Erotismo ___
Superación ___
Biografías ___
Política ___
Cuentos ___
Historia ___
Ciencia ficción ___
Terror ___
Novela ___

12.11 ¿Cuándo fue?

Días _____
Semanas _____
Meses _____
Años _____

13. CHATEAR O NAVEGAR

13.7 ¿En dónde utiliza internet?

En la escuela ___
En el trabajo ___

En un ciber café ___
Con los amigos ___
Otra parte ___ (especifique)_____

14. OÍR RADIO

15. PRACTICAR O VER DEPORTES

15.7 ¿Cuál es la publicación deportiva que acostumbra comprar?

(Clasificar las revistas según las respuestas de los informantes)

15.9 ¿Cuál espectáculo deportivo vio por televisión en los últimos meses que le haya gustado mucho?

Basketbol ___
Fútbol ___
Atletismo/ir a correr ___
Béisbol ___
Gimnasia/aerobics ___
Natación ___
Box ___
Físico culturismo ___
Tenis ___
Golf ___
"Hacer aparatos" en gimnasia ___
Otro_____

16. FERIA DE SAN MARCOS

16.1 ¿A dónde sale de vacaciones durante el período ferial?

A la playa ___
Otra ciudad ___
Otro estado ___
Al extranjero ___
Otro_____

16.6 ¿Por qué cree Ud. que La Feria es sólo para la "gente de fuera"?

Son los que tienen dinero para gastar ___
No es una novedad para nosotros ___
Otra_____

17. OTROS PASATIEMPOS

17.4 ¿Por qué le gusta asistir a espectáculos en vivo?

Salir de la rutina___
No sentirse solo___
Entretenimiento ___
Otro_____