

Drogadicción y violencia en Malinalco

**Autopercepción de las dinámicas barriales de San Martín
en niños de primaria de la comunidad**



Por: Elena Fernández y José Córdova

Investigación Aplicada

Universidad Iberoamericana, Ciudad de México

Prof. Eduardo Portas

Para este trabajo, se aplicaron y analizaron 53 entrevistas proyectivas a niños de Malinalco durante el mes de junio. Mientras que hubo respuestas inocentes, también nos encontramos con réplicas que indican un alto índice de violencia, tanto dentro como fuera de casa. De igual forma, descubrimos que los niños conciben a su barrio como un lugar duro y fuerte y también proyectan un conocimiento profundo de su realidad. De forma secundaria, para comprender mejor la realidad de Malinalco, se analizaron los resultados estadísticos de una encuesta aplicada a habitantes de Malinalco durante el 2017 por maestros y alumnos de la Ibero. Los resultados de dicho trabajo revelan que la comunidad se encuentra inmersa en dinámicas rurales y citadinas que dificultan el paso de la misma hacia una identidad unificada, recalando la pobreza material que impera en la mayoría de los habitantes versus los espacios turísticos de alto poder adquisitivo en este mismo espacio. Es posible que dicha desigualdad sea la causante de la violencia y la inseguridad reciente en este sitio. Finalmente, a petición de la organización Imaginalco, se creó un producto audiovisual dedicada al tratamiento de las adicciones y la violencia a través de actividades y dinámicas. En este video, mostramos una serie de imágenes de lo que esta institución hace por los habitantes de Malinalco y el barrio de San Martín. En el mismo, se agradece a todos los donadores que han hecho posible el óptimo desarrollo de los jóvenes.

1. Introducción

Tómate un minuto para imaginar cómo sería tu vida si no tuvieras acceso a internet, si no contaras con un celular o una computadora que te permitiera estar conectado, todo el tiempo y en todo lugar, con tus amigos, familia o con el mundo en general. Imagina que tu única forma de comunicación estuviera reducida a las palabras habladas; que tus interacciones con la humanidad se dieran únicamente a través de la convivencia, el contacto directo, la plática y las relaciones interpersonales. Imagina que lo que ves, lo que escuchas, lo que tocas, lo que hablas y lo que hueles conformaran todo tu universo, lejos de las redes sociales, las plataformas y los periódicos digitales, la mensajería instantánea y todo lo que engloba la red de internet.

Con este artículo, intentaremos comprender los hábitos de comunicación de los jóvenes del municipio de Malinalco, ubicado al sur de la ciudad de Toluca, a una hora de la Ciudad de México. A partir de esto, trataremos de construir propuestas que nos permitan lograr un mejor y más óptimo acercamiento a las inquietudes y comportamientos de estos jóvenes, para modificar conductas destructivas y hacerles llegar un mensaje de cambio positivo y superación.

Las problemáticas más importantes de este trabajo residen en que: primero, el nivel socioeconómico de esta comunidad es muy bajo, por lo que las técnicas comunicativas modernas –como el internet y todo lo perteneciente al mundo digital– no representan un arma válida para la conquista de nuestros objetivos; segundo, que la violencia es un factor recurrente en la vida diaria de estas personas, por lo que sus actitudes y prácticas tienden a estar guiadas por este mismo patrón.

Ana Luz Ruelas, en su artículo “El teléfono celular y los jóvenes sinaloenses. Adopción, usos y adaptaciones”, plantea un concepto crucial para nuestra investigación: que el acceso a internet y la posesión de dispositivos celulares en México está fundamentado, principalmente, en el nivel socioeconómico. El número de personas que cuentan con internet en sus hogares o que tienen algún aparato de comunicación con conexión a internet está delimitado por su poder adquisitivo (Ruelas, 2014).

En comunidades de bajos recursos económicos, el contacto con el mundo exterior se debilita por la falta de una red de internet que, hoy en día, resulta realmente importante. “Las estrategias de captación se ajustan a las brechas socioeconómicas existentes en nuestros países, sin dejar de lado el factor cultural que rige las preferencias de las personas” (Ruelas, 2014).

Un dato a considerar es que hace tan solo diez años –en 2008–, en México, únicamente un 25.7% de los hogares contaba con computadora, mientras que apenas el 13.5% tenía conexión a internet (Ruelas, 2014). Es importante para nuestro estudio ya que nos indica que la comunicación a través de internet y redes sociales no puede ser la base de nuestro acercamiento, sino más bien la comunicación tradicional. Debido a que esta población no cuenta con acceso a redes de internet, la tarea será, basándonos en sus costumbres y hábitos, encontrar un punto de contacto o enlace que nos abra camino para poder transmitir los mensajes deseados.

Por otro lado, en el artículo “Jóvenes entre la marginación y el estigma”, llevado a cabo por Fernando Aguilar Avilés y Héctor Castillo Berthier para la *Revista Mexicana De Opinión Pública*, los autores abordan investigaciones profundas sobre bandas y pandillas como forma de convivencia y aceptación juvenil (Aguilar y Castillo, 2009).

Las pandillas –en comunidades de niveles socioeconómicos bajos– son concebidas como espacios de socialización y aprendizaje entre jóvenes que están en busca de una identidad, cargados de valores de pertenencia a un barrio en específico. Estos grupos están relacionadas directamente con concepciones sociales en común, ligadas a adicciones y violencia como actitudes de aceptación. Esto genera una despersonalización del individuo, que entra al ambiente comunitario y estigmatizado que carece de una infraestructura social sólida (Aguilar y Castillo, 2009).

Para contrarrestar estas integraciones hacia la violencia y las adicciones, se conoce efectiva la aplicación de actividades comunitarias involucradas a la música, el graffiti, las revistas, el baile, entre otros, aunadas a la creación de un espacio que reconstruya la participación social local en acciones conjuntas de trabajo y sobre todo de recreación (Aguilar y Castillo, 2009).

Difundir los mensajes a través de los medios oportunos de comunicación en el municipio de Malinalco es una tarea importante para lograr los objetivos de la investigación; la implementación de un medio de comunicación claro, adecuado a la vida cotidiana y de fácil acceso es prioritario para intentar disminuir la concepción de la violencia y las adicciones como modos de aceptación social.

Lo que intentaremos probar con esta investigación es que: una comunicación positiva y adecuada propicia la formación de lazos estrechos, que logran un cambio en el estilo de vida y toma de decisiones de los jóvenes.

2. Preguntas de Investigación

Las siguientes preguntas nos ayudarán a conocer los patrones de comunicación existentes entre los jóvenes de Malinalco; cómo, dónde, a partir de qué y con qué frecuencia. Esto nos facilitará la construcción de un panorama, tanto general como particular, de la situación de comunicación en esta población y la influencia de la misma en sus hábitos, prácticas y costumbres.

1. ¿Qué aparatos o métodos utilizan los jóvenes en Malinalco para comunicarse con sus amigos o familiares?

2. ¿Estos jóvenes cuentan con un celular?
3. Al utilizar un teléfono, ¿los jóvenes prefieren hacer una llamada o enviar un mensaje de texto?
4. ¿Tienen acceso a internet como método de comunicación?
5. ¿Tienen alguna cuenta en redes sociales?
6. ¿Consideran el internet como algo necesario en sus vidas o lo encuentran irrelevante?
7. ¿Cómo se enteran de lo que pasa en su comunidad o en otras partes de México?
8. ¿Desean poseer algún dispositivo, como celular o computadora, o no es algo que les inquiete?

3. Objetivo de Investigación

- a. Descubrir qué aparatos o métodos utilizan los jóvenes en Malinalco para comunicarse con sus amigos o familiares.
- b. Saber si estos jóvenes cuentan con un celular y si éste tiene, o no, acceso a internet.
- c. Conocer si, al utilizar un teléfono, prefieren hacer una llamada o enviar un mensaje de texto.
- d. Acceso a la tecnología y el internet como método de comunicación entre familiares y comunidad.
- e. En caso de que sí, revelar si tienen alguna cuenta en redes sociales.
- f. Descubrir si consideran el internet como algo necesario en sus vidas o si lo encuentran irrelevante.
- g. Conocer sus prácticas o formas de enterarse de lo que sucede en su comunidad o en México.
- h. Revelar si desean poseer algún dispositivo, como celular o computadora, o si no es algo que les inquiete.

4. Metodología

Para este trabajo, se utilizará una metodología de investigación mixta, planteada por Tashakkori y Teddlie, en el *SAGE Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research* como: “un diseño de investigación que involucra datos cuantitativos y cualitativos, ya sea en un estudio particular o en varios estudios dentro de un programa de investigación” (Tashakkori y Teddlie, 2003).

Las técnicas que utilizaremos para llevar a cabo esta investigación serán: observación participante, entrevistas proyectivas de tipo pictórico, investigación documental y entrevistas a profundidad, a partir de las indicaciones de la organización “Imaginalco”.

5. Estado del Arte

Arlentziu Abarca, en su artículo “Un recorrido por las diferentes rupturas de identidad en la región de Malinalco” –tomado de la plataforma digital *Difusor Ibero*– expone resultados enfocados en la ruptura de identidad y alejamiento de orígenes propios de los habitantes de Malinalco, obtenidos a partir de una investigación realizada directamente en esta comunidad (Abarca, 2018).

Abarca comenta que México es un país que, históricamente, ha sufrido muchos golpes y quiebres de personalidad como nación, derivados de diferentes hechos como la conquista, los cambios de gobierno, la imposición de una religión y la invasión de turistas, entre otros. Esta rotura afecta de manera directa al desarrollo económico y social de los habitantes de las poblaciones mexicanas (Abarca, 2018).

Malinalco es un municipio de gran abundancia en tierras fértiles y agua, mismos que conservan con gran dedicación; sus costumbres y hermosos paisajes conforman un paraíso turístico. El momento de mayor expansión llegó durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988–1994), con la construcción de un campo de golf de gran lujo, y con éste muchos mexicanos de renombre y posición económica acomodada. Con esto, se generó una disputa entre los ciudadanos oriundos de Malinalco y la élite, generando así una lucha de poder sobre la apropiación y aprovechamiento de los recursos naturales (Abarca, 2018).

El turismo y la modernización han provocado que los nativos de Malinalco aprovechen prácticas originarias del lugar como medio para conseguir un ingreso económico, dejando de lado el factor artístico y ocasionando la pérdida de tradiciones, cultura y apego (Abarca, 2018).

A pesar de que la entrada de los turistas representa para ellos un ingreso, también se sienten desplazados o segregados, provocando una fuerte crisis de identidad y con ésta la gestación de violencia. “Las consecuencias de esta falta de una identidad fija, aunado a la segregación residencial, han generado problemas de violencia, delincuencia y drogadicción en el barrio de San Martín” (Abarca, 2018).

El informe de resultados “Estudio cuantitativo mediante encuesta en torno a auto-percepción de narrativas de los habitantes del barrio de San Martín”, dirigido por Samuel Martínez y Ángeles Cuéllar, para la asignatura Diseño de la investigación del departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, como referencia al análisis documental, nos muestra datos cuantitativos sobre la población en Malinalco.

- Edad y género del encuestado

Los dos grupos de edad más grandes que respondieron a la encuesta son adultos mayores de 20 años. Al identificar la edad de los encuestados, sabemos que la problemática en Malinalco infiere directamente en personas jóvenes y, comparado con la tabla “sexo del encuestado”, identificamos que el 68.8% de los encuestados fueron mujeres y el 29.5% fueron hombres.

Teniendo en cuenta que se encuestó al doble de mujeres que de hombres y enfocando la situación en Malinalco, podemos entender que las mujeres de 20 años en adelante tienen una mayor participación dentro las opiniones comunitarias, siendo susceptibles al consumo de drogas, problemas sociales y consumo de medios.

Ocupación y nivel de estudios del encuestado

De las personas encuestadas, 47 de ellas se dedican al hogar. Labores como atender a la familia y estar al pendiente de la educación de los hijos son las ocupaciones más populares en el barrio de San Martín. También, 28 personas trabajan en oficios, teniendo como resultado que la mayor parte de los encuestados se dedican a trabajar o al hogar,

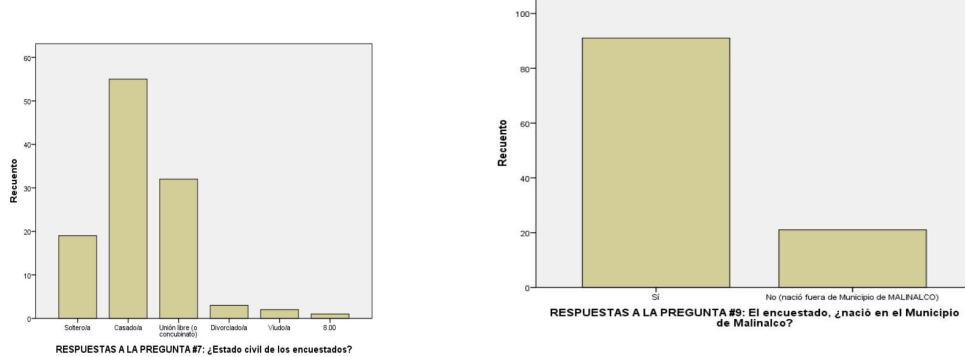
Aunado a esto, 43 personas respondieron que su último nivel de estudios cursados fue la secundaria, mientras que 37 cuentan con primaria y solo 13 concluyeron la preparatoria. Teniendo esto en cuenta, correlacionando los datos anteriores, las personas que se dedican al hogar y a oficios concluyeron la secundaria.

Estado Civil y Origen del Encuestado

Los resultados de estas dos variables son importantes para el desarrollo de la investigación debido a que, por este medio, podemos saber si el encuestado vive con una pareja y su procedencia. De esta forma, sabremos si el esposo o esposa influye en la formación de una familia y si ésta, a su vez, toma la responsabilidad de alejarlo (a) de las adicciones. De igual forma, la falta de comunicación entre las parejas ha desembocado en estos problemas.

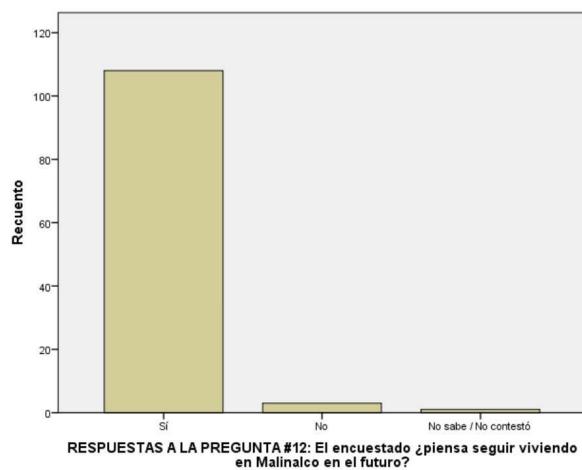
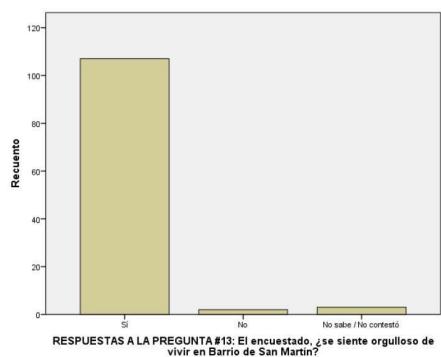
Paralelamente, podemos saber si el encuestado es originario del municipio de Malinalco y del barrio De San Martín o es foráneo con otras costumbres y forma de vida, que ha inculcado a las personas que lo frecuentan.

Los datos que arroja la encuesta del estado civil muestra que la mayoría son casados, alrededor de 32 personas personas están en unión libre y 19 personas soltero(a)s. La encuesta sobre el origen del encuestado muestra los porcentajes obtenidos; el 81.3% nació en Malinalco, mientras que el 18.8% restante no. Esto quiere decir que más de la mitad de las personas encuestadas son originarios de Malinalco.



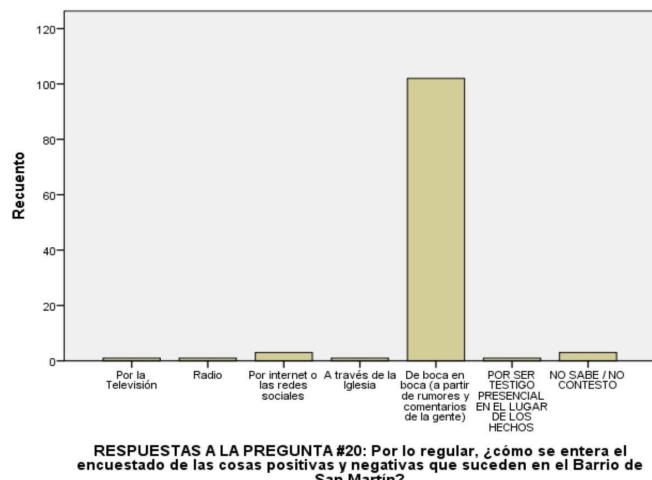
El encuestado ¿piensa seguir viviendo en Malinalco en el futuro?: ¿Se siente Orgulloso de vivir en el barrio de San Martín?

Las dos preguntas nos permiten saber si existe un sentimiento de fidelidad y de orgullo hacia sus raíces; la esperanza de poder crecer en el entorno al que están acostumbrados, el modo de vida que los hace quedarse, la identidad y el sentido de pertenencia que se refleja en la comunidad. En la primera encuesta identificamos que el 96.4% de los encuestados respondió que sí desea seguir viviendo en el municipio de Malinalco mientras que la segunda pregunta (¿se siente orgullosos de vivir en el barrio de San Martín?) el 95% respondió que si.



¿Cómo se entera el encuestado de las cosas buenas y malas que suceden en Malinalco?

Esta pregunta es clave para identificar la comunicación que se vive entre la comunidad de Malinalco, la mayoría de las personas (el 91.1%) contestó que la comunicación se da de boca en boca mientras el 2.7% contestó que no sabe. De esta forma podemos asegurar que la comunicación se da a conocer por lo que dicen las demás personas y entre familias, vecinos y amigos es el primer medio de comunicación.



El análisis de los resultados cuantitativos de las encuestas anteriores nos ayudará a entender la situación entre los habitantes de Malinalco y el barrio de San Martín para probar nuestra hipótesis.

6. Marco Teórico

a. Nombre de la teoría: para el marco conceptual de este trabajo, utilizaremos las ideas de Wilbur Schramm, específicamente de sus obras "The nature of communication between humans" –del libro *The process and effects of mass communication*– y *Mass media and national development. The role of information in the developing world*.

b . Datos biográficos del autor: Wilbur Schramm, socio-psicólogo estadounidense que impulsó la corriente "desarrollista" de pensamiento después de la Segunda Guerra Mundial. Schramm, a quien se le considera uno de los padres fundadores de la Comunicación, es autor del libro *Mass media and national development. The role of information in the developing world* (1964) y diversos ensayos sobre el tema, entre ellos "The nature of communication between humans" (1954), "El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo" (1969), "The mass media as sources of public affairs, science, and health knowledge" (1969), y "The beginnings of Communication in the United States" (1980). Para él, como para todos los "desarrollistas", los medios juegan un papel fundamental en el desarrollo de una nación moderna. Para Schramm—quien trabajó como académico en las universidades Iowa, Illinois en Urbana-Champaign, Stanford y en el East-West Center's Communication Institute de Honolulu—la comunicación se basa en relaciones.

c. Relación directa con mi objeto de estudio: consideramos que las ideas de Schramm se acercan al objetivo planteado por la organización Imaginalco para este proyecto, es decir, el mejoramiento social de la comunidad de Malinalco, en general, y la disminución de índices de violencia y criminalidad juvenil, en específico.

Para dicho propósito, esta ONG se ha especializado en el análisis de las dinámicas sociales de la comunidad, objetivo en donde la Ibero ha participado en diversas ocasiones con técnicas de recolección y análisis de información. De la misma manera, se han

entregado productos comunicativos audiovisuales para complementar la difusión de las actividades de Imaginalco. Los videos realizados para esa organización durante este verano continúan con las bases “desarrollistas” ¹ de Schramm.

Los videos fueron pensados con ese fin y contienen un claro mensaje de “progreso” para aquellos habitantes de Malinalco que quieren aprovechar las oportunidades económicas y sociales a partir del súbito crecimiento que ha tenido esta comunidad. De la misma forma, tratan de respetar el lenguaje, las temáticas y los valores de los habitantes de Malinalco, tal como lo postuló Schramm.

Para que los medios puedan sobrevivir deben “entrar en sintonía” con las audiencias distantes físicamente. Así, afirma este socio-psicólogo, los medios logran entablar relaciones con sus audiencias a través de mensajes que provienen de ideas. Es decir, el reto último de los medios se plantea en el cómo convencer a la gente para que haga el cambio y acepte la innovación, puesto que ésta es inevitable. El problema, según Schramm, es que el cambio produce tensión, la cual solo se resuelve cuando se produce el cambio en su última instancia. Estos postulados “desarrollistas”, no sin efectos secundarios, pretenden meter al “tercer mundo” al camino de la modernización. Para lograr dicho objetivo, mantiene Schramm, es indispensable una prensa libre que promueva ideas de vanguardia.

El estadounidense retoma el esquema emisor-mensaje-receptor para hacer sus planteamientos fundamentales. Pero en el caso de Schramm, lo que se busca es la mayor eficiencia posible para que ciertas audiencias específicas reciban los mensajes y actúen a partir de ello. En su ensayo “The nature of communication between humans”, publicado originalmente en 1954, Schramm le llamó “campos de experiencia” a estos requisitos de eficiencia. En esencia, son factores de atracción entre el medio y la persona que recibe cierta información del emisor, la cual tendrá mucho mayor posibilidad de ser aprovechada por el receptor si los encuentra socialmente relevantes. Si esos “campos de experiencia” no tienen relación con la vida del receptor, la información tendrá poco posibilidad de ser utilizada o tan siquiera tomada en cuenta.

Estos mensajes deben tener distintos niveles de significado semiótico, según Schramm, para que cuando lleguen al público adecuado puedan comprenderse y, en el mejor de los casos, tomar acción. Su framing debe ser adecuado, explica. En esencia, este es el mismo concepto que los publicistas y expertos en mercadotecnia conocen como “target”, pero en el caso de Schramm no se busca vender más, sino lograr que las ideas de desarrollo social penetren en los grupos expuestos a ideas modernizadoras.

Vemos entonces que la comunicación no sigue un proceso mecanicista, sino que, afirma Schramm en “The nature of communication between humans”, es un proceso de relaciones, un acto que implica compartir, y no una acción en donde alguien impone algo a un tercero, pues las audiencias son selectivas, altamente activas y “manipulativas” con el mensaje que reciben, al contrario de lo que tradicionalmente se ha pensado (p. 8). No existe la aguja hipodérmica o “bala mágica”, como le llamó el estadounidense, que transfiere ideas automáticamente de una mente a otra. En pocas palabras, la audiencia no actúa como un “blanco” inamovible, como demostraron muchas otras investigaciones desde mediados del siglo XX. Resume el autor:

“La égida social bajo la cual viene el mensaje, la relación social entre el receptor y el emisor, la percepción de consecuencias sociales de aceptar y actuar a partir de él, deben ser unificadas con la comprensión simbólica y naturaleza estructural del mensaje, las condiciones bajo las cuáles se recibe, las habilidades del receptor y sus capacidades innatas y respuestas aprendidas, antes de poder predecir con cualquier seguridad las

consecuencias de un acto de comunicación.” (pp. 7-8, traducción propia, así como todas las siguientes)

Así, Schramm recibió el apoyo de la UNESCO para publicar *Mass media and national development. The role of information in the developing world* (1964), tal vez su obra más importante. En dicho texto, el estadounidense afirma que la “esencia del desarrollo económico es un rápido crecimiento en la economía productiva de una sociedad, la cual busca ahorrar e invertir en acciones productivas” (p. 21). De esa forma, el reto de los medios se plantea en el cómo convencer a la gente para que haga el cambio y acepte la innovación, puesto que éste es inevitable.

Para ese esfuerzo, tanto los gobiernos como las empresas y los intelectuales, requieren el apoyo de los medios, pues el flujo de información que suscita una nación que intenta modernizarse proporciona un ambiente de desarrollo nacional y posibilita la aparición de conocimiento especializado en los sitios en donde se necesita, además de abrir foros de discusión, liderazgo y toma de decisiones (pp. 43-44). En palabras de Schramm, “ayuda a elevar el nivel general de aspiraciones”. Pero el cambio no es automático, advierte. No se dará de forma tersa o eficientemente a menos que la gente quiera cambiar. Dice Schramm:

“Generalmente, el incremento en el flujo de información coloca las semillas del cambio [...]”

Al hacer consciente a una parte del país de otras partes del mismo, de su gente, arte costumbres y política; al permitir que los líderes nacionales hablen con la gente, y que la gente hable con los líderes y entre ellos mismos; al hacer posible un diálogo a nivel general sobre las políticas nacionales; al mantener los objetivos nacionales y los logros siempre ante el público— así, la comunicación moderna, utilizada sabiamente, puede ayudar a unir comunidad aisladas, subculturas dispares, individuos centrados en ellos mismos y sus grupos, así como avances aislados en un verdadero desarrollo nacional” (p. 44).

d. Glosario de términos:

- 1. **Desarrollista:** la comunicación efectiva solo se puede dar cuando la gente encuentra sentido en aquellos mensajes que comparte.

7. Resultados

Observación:

El pasado seis de julio de este año visitamos el Pueblo Mágico de Malinalco, municipio del Estado de México. Al llegar, desayunamos unas deliciosas quesadillas y tlacoyos en un puesto cerca de la plaza central. Las tortillas, de auténtico maíz azul, eran amasadas por mujeres locales, cuya economía depende –casi en su totalidad– de la venta de estos alimentos.

Después de desayunar nos dirigimos a una casa en el barrio de San Martín, a quince minutos del centro de Malinalco. Esta residencia pertenece a la Organización de Imaginalco, que –de acuerdo con su sitio web– es un proyecto social dedicado a la potencialización de espacios, herramientas y redes capaces de permitir la construcción de una comunidad más segura y con menor propensión a la violencia y a las adicciones en

dicho barrio. Este plan surgió en 2011, como iniciativa de un grupo de personas que, al notar el intenso crecimiento de la violencia y la desigualdad, decidieron hacer algo para remediarlo. Con el tiempo, este proyecto –concebido en su inicio como juvenil– el trabajo constante lo ha convertido en un esfuerzo de enfoque integral, por lo que han abordado el problema desde el establecimiento de distintas líneas estratégicas, enfocadas en: jóvenes y comunidad, red comunitaria de prevención de adicciones, seguridad e investigación.

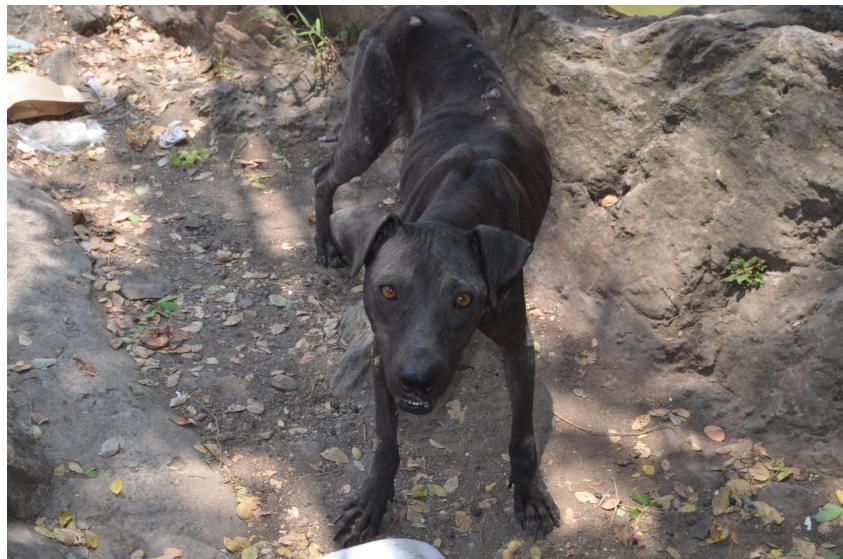


Tras conocer a Víctor, integrante de Imaginalco, nos encaminamos hacia el objetivo principal de nuestra visita: aplicar la técnica propuesta al inicio de esta investigación y realizar un número de entrevistas proyectivas –de tipo pictórico– a niños del barrio de San Martín. Víctor nos aportó información sobre el contexto de la comunidad, misma que pudimos corroborar al salir por las calles. El entorno hace notar pobreza en la que se vive en aquél lugar; una Iglesia del siglo XVIII, que los habitantes mantienen fuertemente protegida, es el centro principal y más importante del barrio.

Durante el camino a la escuela primaria Demetrio Martínez, vimos vendedores que se dirigían al centro de Malinalco con canastas de tortillas y artesanías para vender; la mayoría de las personas obtiene recursos económicos con la venta de sus productos a los turistas, representando una gran parte del sustento de la comunidad. En las paredes cuarteadas y sobre los bloques de adobe que adornan las casas, dejando ver su antigüedad y deterioro, están plasmados una gran cantidad de elementos visuales. El graffiti es el gran protagonista, posiblemente elaborado por los jóvenes del barrio de San Martín; éste muestra las cualidades artísticas representadas en figuras que encarnan rostros y narrativas. Hubo una obra en especial que nos llamó la atención; ésta mostraba a una señora con una canasta de flores. Los detalles coloridos, la calidad con la que se dibujó y el sólido contraste entre cada uno de los elementos de la composición denotaba el talento y la habilidad artística de los jóvenes artistas.



Continuamos recorriendo esas calles sin pavimento bajo el intenso rayo del sol, que hacía del calor algo casi insopportable, por las que cruzaban perros enlodados y raquílicos. Así, después de 20 minutos, llegamos a la escuela primaria Demetrio Martínez. Pudimos observar, desde afuera de las rejas color verde, a los niños haciendo actividades deportivas y recreativas unos minutos antes de salir de clases. Algunos se separaban del grupo para tomar agua desde un grifo en un rincón del patio; otros, sentados en un círculo a un lado de la entrada de la primaria, escuchaban atentamente a los maestros. Tres señoras esperaban a sus hijos, mientras compraban pollo fresco a un vendedor ambulante.



Entrevistas Proyectivas:

Después de 30 minutos bajo el sol, llegó la hora de la salida. Sonó la campana que anunciaba el término de clases y los niños corrieron a la salida; unos se reunían con sus mamás y otros tomaban solos el camino a su casa. Fue en ese momento cuando abordamos a los pequeños para comenzar con las entrevistas.

Algunos se mostraban desconfiados, mientras otros aceptaban animosos la oportunidad de recibir un dulce a cambio de su tiempo. Con ayuda de las cámaras, documentamos los hechos. Mostramos a los niños las encuestas, que en su mayoría eran representaciones dibujadas con colores que les proporcionamos y aceptaron comenzar con

las preguntas. Mientras tanto, tuvimos la oportunidad de conversar con ellos y darnos una idea de su realidad, su día a día y su exposición y percepción de la violencia, tanto en su barrio como en su familia.



En general, los niños y niñas se mostraron bastante receptivos con nuestra entrevista; estaban súper interesados y la emoción en sus caras por recibir algo a cambio de dibujar era única. Siendo aproximadamente las tres y media de la tarde, y sabiendo que teníamos poco tiempo debido al cansancio que los niños mostraban, concluimos con las entrevistas en las que participaron cerca de cuarenta niños, en su mayoría desde tercero hasta sexto de primaria.



De regreso por las calles vacías, posiblemente por el calor y la hora, notamos a algunos niños sin uniforme escolar vagando por las calles y les ofrecimos dulces. Algo que pudimos advertir fue que la gente nos saludaba de forma amable y amena, y cuando rechazaban nuestras solicitudes para participar en la entrevista lo hacían de manera respetuosa.



8. Interpretación de Resultados

Al repasar las respuestas de las entrevistas proyectivas –aplicadas a 53 niños de los barrios de San Martín, San Juan, Ocuilán, Santa María, San Nicolás, San Guillermo y Cañanda, principalmente– notamos que los dibujos de muchos de estos niños, reflejaban la violencia y la incertidumbre que viven en las calles de San Martín, y otros barrios de Malinalco, además de la inseguridad que sienten al salir al exterior, incluso acompañados de sus papás.

Aunque hubo varias respuestas inocentes, propias de niños de las edades evaluadas (dentro de un promedio de 9 años), muchas otras estaban inclinadas hacia la violencia física o emocional.

En el reactivo ocho –“en la tarde, cuando ya saliste de la escuela, ya comiste, hiciste la tarea y estás en tu casa, POR FAVOR DIBUJA: ¿qué sucede en la calle donde vives? (ó, ¿cómo es ahí la vida cotidiana?)”– poco más de 25 niños se dibujaron a ellos mismos jugando con otros amigos; también esbozaron flores, árboles, animales, nubes y otras personas en las calles. Otros dibujaron calles vacías, con y sin coches, portones, rejas, o a ellos mismos dentro de casa viendo la tele, mirando por la ventana o jugando sin salir; incluso hubo respuestas más específicas como: “nos roban” o “no me dejan salir de mi casa porque ahí estoy seguro”. También, algunos de ellos retrataron escenas más agresivas como personas bebiendo en las calles o portando armas.

En la pregunta nueve –“por favor DIBUJA una actividad, una buena experiencia o una situación agradable que hayas vivido en TU BARRIO y TE HAYA GUSTADO MUCHO”– casi 40 de los entrevistados trazaron cuadros felices que mostraban personas disfrutando del sol, en algún día de campo, jugando con amigos, montando a caballo, paseando a sus mascotas, gozando de la naturaleza en algún río, campo o en la playa. No obstante, también se dieron cerca de 10 casos en los que no hubo respuesta alguna, ya que los niños no pudieron pensar en ninguna experiencia para plasmar. Algo que nos llamó mucho la atención fue que, por lo menos cinco niños perfilaron escenas en panteones; incluso hubo un dibujo en específico de una niña acostada en una cama, siendo observada por otra persona de pie, con una aureola sobre su cabeza.

En cuanto a las respuestas al interrogante 10 –“por favor ahora DIBUJA una actividad, mala experiencia o situación incómoda que hayas vivido en alguna calle de TU BARRIO y NO TE HAYA GUSTADO NADA”– la gran mayoría de los dibujos, alrededor de 25, exhibían panoramas violentos, cargados de llanto, violencia, tristeza; personas bebiendo, con armas y peleando. Incluso hubo un niño que escribió la frase “te odio mucho”,

con lo que pudimos deducir que alguien se la había dicho alguna vez. Cerca de 10 entrevistados decidió no dibujar nada, ya sea porque no se les ocurrió nada o porque no querían relatar la realidad.

Al analizar el reactivo 11 –“si tu barrio fuera un ANIMAL; de las siguientes imágenes de animales ELIGE Y MARCA con un círculo el ANIMAL que tu relacionas con TU BARRIO”– observamos que los animales más populares fueron perro (18 votos) y conejo (16 votos). Los otros animales elegidos fueron: gato, caballo, toro, víbora, águila, caracol y león, pero con mucho menos votos; algunos de los niños incluso marcaron a más de un animal. Cuando les preguntamos por qué habían seleccionado esas opciones, casi 15 de ellos respondieron que hay muchos de esos en el barrio; alrededor de 18 niños los eligieron porque les gustan, son bonitos, son sus animales favoritos, son suaves, amigables o cariñosos. Otros –más de 10– los compararon con su barrio, tanto de manera positiva como negativa. Hubo respuestas como: “el perro es ruidoso y las víboras son malas, como algunas personas de aquí”, “muerden”, “el perro es travieso y la víbora es peleonera”, “el conejo brinca y la vaca es agresiva”. Por otro lado, también se dieron algunas como: “porque me gusta mi barrio y es bonito”, “es mi amigo y me cuida mucho”, “porque mi barrio es muy amigable”, “somos de buena vista, somos ágiles y somos listos”.

Al pasar a la pregunta número 13 –“de las siguientes imágenes de juguetes, ELIGE Y MARCA con un círculo el juguete que tu más relacionas o identificas con tu BARRIO?”– notamos que el más popular fue la bicicleta (17 votos), seguida de la pelota (16), el coche (12) y el oso (6); el papalote, la patineta, la muñeca el soldado, el trompo y el yoyo recibieron de cuatro puntos para abajo. Al revisar las respuestas al por qué habían optado por estos juguetes, la gran mayoría contestó que era porque había muchos en su barrio, refiriéndose a los coches. Las demás contestaciones varían entre los usos del juguete, como que va rápido, que les gusta utilizarlo, que los hace felices, que son buenos y que son divertidos. En este apartado, solamente hubo una variante negativa, en la cual un niño asoció al soldadito con que su barrio es muy peleonero.

Más adelante, en la pregunta 15 –“de las siguientes imágenes del chavo del ocho, ELIGE Y MARCA con un círculo EL PERSONAJE QUE TU RELACIONAS MÁS CON TU BARRIO?”– la opción más popular fue el Chavo del Ocho, por el cual optaron 27 entrevistados. Posteriormente, está la Chilindrina (14 votos), Don Ramón y Doña Florinda (cuatro votos cada uno) Ñoño y el Chapulín Colorado (tres votos cada uno), Kiko y Godínez (dos votos) y la Popis (un voto).

Al evaluar el por qué de sus elecciones, nos topamos con respuestas bastante interesantes. Por ejemplo, al Chavo lo asociaron, principalmente, con pensamientos como la alegría, el estar contento, el ser amable, simpático, juguetón y amigable; con la Chilindrina, algunos la relacionaron con el enojo, mientras que otros la ven como un personaje bonito y feliz, además de que las niñas se identifican con su peinado, ya que a ellas las peinan igual. En el caso de Don Ramón, los niños lo asociaron más con que miente y no ayuda con el dinero de la casa; mientras que a Doña Florinda la vincularon con sus propias madres, al mencionar que también son amas de casa y reclaman mucho. Hubo una resolución en particular que nos pareció relevante, tanto por su especificidad como por su sinceridad, además de que eligió más de una opción: “Don Ramón no ayuda con el dinero, el Chavo es pobre pero feliz, la Chilindrina porque los ricos se burlan de los pobres y Godínez es humilde”.

Mientras que muchos de los entrevistados votaron por el Chavo por chistoso y alegre, también es importante destacar las contestaciones en las que se nota la percepción

de los niños hacia su entorno familiar, en el cual notan la falta de interés del padre y la opresión social bajo la que viven.

Por último, en el reactivo 17 –“de las siguientes imágenes de superhéroes ELIGE Y MARCA con un círculo rojo el SUPERHÉROE que tú relacionas más con tu BARRIO”– la respuesta más popular fue Hulk, con 14 votos, seguido de Batman con 13, Superman con 10, Spiderman con nueve, Flash con cinco, Ironman con cuatro, la Mole con dos y Capitán América con un voto. En cuanto a la razón por la cual eligieron ese personaje en específico, cerca de 20 de los niños entrevistados contestaron algo relacionado con la violencia como, por ejemplo, porque es fuerte, agresivo, se mete a robar o pelea con las personas. Otros dieron justificaciones más del lado de que salva a las personas, que es bueno y valiente, que es su personaje favorito o que simplemente les gusta.

Como ya mencionamos, algunas respuestas eran muy inocentes, pero otras muy agresivas. Esto nos indica que los niños de Malinalco, en su mayoría del Barrio de San Martín, tienen momentos felices pero, también, muchos momentos tristes o violentos. La inseguridad en las calles, el consumo de drogas y alcohol, la violencia –tanto dentro como fuera de casa–, la falta de algunos recursos básicos y la falta de un modelo educativo y familiar estable, hacen que la infancia de estos pequeños se vea firmemente atacada. La exposición a estas situaciones puede resultar en que los niños y niñas repitan estos mismos patrones en su edad adulta, continuando el ciclo de dureza y dependencia extremas.

Retomando ideas de Wilbur Schramm, propuestas en nuestro marco teórico, el cambio produce tensión, por lo que es sumamente importante que el medio entre en sintonía con receptores del mensaje, y que se forme un vínculo basado en el sentido. Los planteamientos más fundamentales de este sociólogo están basados en el esquema de emisor-mensaje-receptor para transmitir el mensaje de cambio y que las personas actúen a favor de éste.

La información a la que se expone el receptor debe resultarle socialmente relevante, para que éste la interiorice y aplique. También, estos mensajes deben tener distintos niveles de significado, además de que su framing debe ser adecuado para que el mensaje pueda ser aprovechado por el público específico al que buscamos atacar.

La comunicación es un proceso de relaciones y vínculos, no es una simple acción impuesta por alguien. El reto de los medios, plantea Schramm, es cómo convencer a la gente para que haga el cambio y acepte la innovación.

Partiendo de esto, es importante destacar que, de acuerdo con las respuestas a la pregunta “¿cómo se entera el encuestado de las cosas buenas y malas que suceden en Malinalco?” –del informe de resultados “Estudio cuantitativo mediante encuesta en torno a auto-percepción de narrativas de los habitantes del barrio de San Martín”, dirigido por Samuel Martínez y Ángeles Cuéllar– los habitantes de Malinalco dependen, mayormente, de una comunicación oral y el 91% de las noticias se propagan de boca en boca. Este dato nos ayuda a darnos cuenta de que la comunicación tradicional es la base de su trato diario, y es la mejor manera de transmitir mensajes a los residentes de esta comunidad.

De igual forma, este informe nos comparte que cerca del 97% de los encuestados planea quedarse en Malinalco permanentemente y el 95% declaró sentirse realmente orgulloso de su lugar de origen. Esto también nos ayuda para centralizar los mensajes y apoyarnos en este orgullo para acercarnos a la audiencia respectiva.

En cuanto a la ocupación y el nivel de estudios de los encuestados para este informe, 47 de estas personas se dedican al hogar, mientras que 28 trabajan en oficios, teniendo como resultado que la mayor parte de los encuestados se dedican a trabajar o al hogar. Por otro lado, notamos que la secundaria es el último nivel de estudios cursado por

43 personas, mientras que 37 cuentan con primaria y solo 13 concluyeron la preparatoria. Esto es un fuerte indicador de que el grueso de la población de Malinalco cuenta con estudios básicos, y que muy pocos de ellos realmente han concluido la preparatoria. Esto es reflejo directo del índice de desarrollo de la comunidad y de las oportunidades sociales con las que cuenta la misma.

El pueblo de Malinalco se vio afectado por la invasión de personas externas, con niveles socioeconómicos más elevados, desarraigando a los nativos del lugar de sus tradiciones e identidad básica como comunidad. El cambio de la sociedad externa, la innovación y la modernidad no han sido exitosamente aceptadas por estas personas, lo que ocasiona una pérdida de identidad propia y social, desembocando en violencia, resentimiento, vicios y actos delictivos.

9. Conclusiones

Nuestro objetivo inicial era el de descubrir los patrones comunicativos de los habitantes de Malinalco y el barrio de San Martín, para lograr hacerles llegar un mensaje de superación, cambio de hábitos y cuidado propio del cuerpo y la mente. En este sentido, descubrimos que una correcta comunicación es indispensable para el desarrollo emocional de todos los habitantes de Malinalco. Es crucial que se aproveche el sentido de orgullo y pertenencia que muchos de ellos todavía tienen y, los que lo han perdido, ayudarles a recordarlo.

La comunicación y el acercamiento, tanto a adultos como jóvenes, debe estar basada en una comunicación tradicional hablada e inclinada fuertemente a lo emocional. En el caso específico de los niños y jóvenes, el proporcionar un apoyo sentimental puede marcar la diferencia, ya que muchos de ellos están sumamente necesitados de amor y cariño.

Sin embargo, nuestros objetivos cambiaron y se enfocaron más en el análisis de la realidad de las personas de esta comunidad, los índices de violencia y drogadicción, así como las razones por las cuales existe un rompimiento cultural entre ellos.

Los habitantes de Malinalco, y barrios aledaños, son personas sumamente orgullosas de sus orígenes y raíces, de su tierra y lo que ésta produce. Son personas que viven al día, ganando y gastando lo poco que ganan en los servicios y necesidades más básicas.

La “invasión”, por decirlo de alguna manera, de los turistas a este municipio y el rompimiento del lazo estrecho con las tradiciones prehispánicas de esta población han hecho que las personas se sientan desarraigadas y busquen sustento en otro lado. Claro que la condición de pobreza, o pobreza extrema, en la que vive la gran mayoría de ellos ha hecho que se desaten patrones de violencia, acompañados del abuso en el consumo de drogas y alcohol.

Al realizar las entrevistas proyectivas, notamos que la mayoría los niños de Malinalco y del barrio de San Martín están muy conscientes de su realidad, además de que viven en un ambiente muchas veces violento u hostil. La gran mayoría de ellos exteriorizó sus miedos y buscó, en los personajes, algún tipo de sustento o salvación.

La clave está en mostrarles que no están solos, que hay muchas cosas más allá de su realidad inmediata y que las adicciones no son la solución. Es un trabajo difícil, ya que la aceptación en esta comunidad está definida por el consumo de drogas y alcohol, pero por eso es importante mostrarles otras alternativas y otros mundos.

Finalmente, en la realización de un video para la asociación de Imaginalco, notamos que han hecho muchas cosas por ayudar a los habitantes de estas comunidades a darse

cuenta de lo expuesto en el párrafo anterior, y nos enfocamos en dar las gracias a los donadores que han hecho esto posible.

10. Obras Citadas

Abbas Tashakkori, A., y Teddlie, Charles (Eds.) (2003). *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Sage, Thousand Oaks, California

Aguilar Avilés, Fernando y Castillo Berthier, Héctor (2009). *¿Existen pandillas en Monterrey?: Jóvenes entre la marginación y el estigma*. Revista Mexicana de Opinión Pública,UNAM. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/viewFile/41772/38806>

Abarca, Arlentziu (2018). *Un recorrido por las diferentes rupturas de identidad en la región de Malinalco*. Difusor Ibero, 2018. Universidad Iberoamericana Ciudad de México. <https://difusoribero.com/2018/05/01/identidad-en-malinalco-un-recorrido-por-las-diferentes-rupturas-de-identidad-en-la-region-de-malinalco/>.

Espinoza, Emiliano; Talamantes, Jimena y Pepping, Freddy (2018). “Estudio cuantitativo mediante encuesta en torno a auto-percepción de narrativas de los habitantes del barrio de San Martín”. Difusor Ibero, 2018. Universidad Iberoamericana Ciudad de México

Imaginalco (2011). *Nosotros*. Imaginalco Proyecto Juvenil. Fundación Comunitaria Malinalco. http://imaginalco.org/es_ES/

Ruelas, Ana Luz (2014). *El teléfono celular y los jóvenes sinaloenses. Adopción, usos y adaptaciones*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, México.

Schramm, Wilbur. “The nature of communication between humans”, en Schramm, W. & Roberts, D. *The process and effects of mass communication(revised edition)*, University of Illinois Press, Estados Unidos, 1977 (cuarta reimpresión, original de 1954), pp. 3-53.

Schramm, Wilbur. *Mass media and national development. The role of information in the developing world*, Stanford University Press-UNESCO, Estados Unidos, 1964, 333 pp.

11. Anexos

1. Edad
Promedio: 9
2. Sexo
21 hombres
32 mujeres
3. Año Escolar
Promedio: 4to de primaria

4. Escuela

Demetrio Martínez

Miguel Hidalgo

Vasco de Quiroga

5. Pública o privada

Pública

6. Barrio/Ciudad/Municipio

San Martín

Plaza Nueva Ocuilán

Malinalco

San Juan

Cañada

San Guillermo

Chalma

Santa María

San Nicolás

7. Calle

Carretera Campos (San Martín)

Avenida Juárez (San Martín)

Emiliano Zapata (San Martín)

Calle Anona (San Martín)

Javier Mina

La Mora (San Martín)

La Peña (San Martín)

8. En la tarde, cuando ya saliste de la escuela, ya comiste, hiciste la tarea y estás en tu casa, POR FAVOR DIBUJA: ¿qué sucede en la calle donde vives? (ó, ¿cómo es ahí la vida cotidiana?)

1. Una calle con árboles y flores
2. Dos niños jugando con una pelota
3. La puerta de una casa con un coche pasando por la calle
4. Dos niños jugando pelota
5. Una niña jugando fútbol y un coche pasando por la calle
6. Un niño con una pelota alado de un árbol, jugando con un perro
7. No me dejan salir de mi casa porque ahí estoy seguro
8. Una niña adentro de una casa, un niño fuera jugando con un perro
9. Nos roban
10. Un niño alado de un puesto de chocolates
11. Una niña mirando a la ventana con árboles afuera, coches pasando y un niño vendiendo limonada
12. Un niño jugando fútbol
13. Una mesa y un niño haciendo tarea
14. Juegan a los tazos

15. Una calle vacía
16. Un niño viendo la tele con una pelota
17. Una reja con árboles
18. Juegan béisbol
19. Una niña alado de una valla de piedra con un perro
20. Dos niñas y una calle
21. Un niño con un juguete
22. Un niño sentado en una silla afuera de una casa
23. Una niña jugando con una muñeca
24. Una niña y un coche
25. Salen los niños a jugar al fútbol
26. Coches
27. Coches y un árbol
28. Una calle con niños y niñas y muchas nubes
29. No contestó
30. Una calle con coches
31. Una casa, una calle y un coche
32. Coches
33. Muchas personas
34. Una calle, un coche y dos niños
35. Coches y una calle
36. Un coche y la puerta de una casa
37. Una calle, un jardín y niños jugando
38. Un señor caminando en la calle con una botella
39. Una calle con coches y personas, un sol y nubes
40. Dos niños jugando
41. Ella jugando con sus amigos
42. Una casa con un jardín y dos perros
43. Una calle con coches
44. Una persona con un cuchillo o pistola amenazando a otras
45. Una calle con coches y un árbol
46. Una niña jugando
47. Una casa, una calle y coches
48. Un niño jugando fútbol
49. Una casa
50. No contestó
51. Un portón
52. Una casa y una niña
53. Un niño parado en la calle
9. Por favor DIBUJA una actividad, una buena experiencia o una situación agradable que hayas vivido en TU BARRIO y TE HAYA GUSTADO MUCHO.
1. Dos niños jugando fútbol
2. Dos niños jugando con un coche

- | |
|--|
| 3. Un niño feliz jugando en un árbol |
| 4. No hay respuesta |
| 5. Una niña en el panteón |
| 6. Niños jugando al avioncito |
| 7. Un niño soplando unas velas de cumpleaños en un pastel |
| 8. Cuando bailé el día de las madres |
| 9. Dibujando |
| 10. Una niña acostada en una cama con una persona con una aureola parada alado |
| 11. Un día de campo bajo el sol, con música y comida |
| 12. No dibujó nada |
| 13. No dibujó nada |
| 14. No dibujó nada |
| 15. Un sol |
| 16. No dibujó nada |
| 17. Jugar fútbol |
| 18. Un niño metiendo un gol |
| 19. Dos niños jugando fútbol |
| 20. Dos niñas jugando junto a un árbol |
| 21. Un niño parando un gol |
| 22. Niños en el salón de clases |
| 23. Una niña viendo la película de Frozen |
| 24. Una persona envuelta como en una manta |
| 25. Ir con el abuelo a montar y al campo |
| 26. Montar a caballo |
| 27. Ir al panteón |
| 28. Jugar a la pelota en los árboles |
| 29. Juego de palitos |
| 30. Una niña paseando a su gato |
| 31. Un niño con un carrito de nieves |
| 32. Una niña jugando con una pelota |
| 33. Jugar con amigos |
| 34. Una casa en el campo |
| 35. Montar a caballo |
| 36. Muchos niños bailando en una fiesta |
| 37. Niños nadando en un río con peces |
| 38. Dos niños jugando con una pelota |
| 39. Una niña jugando con una pelota |
| 40. Niña jugando con su primo a la pelota |
| 41. Nada |
| 42. Sus amigas y ella jugando |
| 43. Cuando aventaron dulces |
| 44. Niños jugando limbo |
| 45. Jugando con un juego de té |
| 46. Jugando con sus hermanos |

47. Dos niños jugando a la pelota

48. Muchos niños jugando

49. Andar en bicicleta

50. Una casa

51. No contestó

52. Una niña jugando con una pelota

53. Dos niños en la playa

10. Por favor ahora DIBUJA una actividad, mala experiencia o situación incómoda que hayas vivido en alguna calle de TU BARRIO y NO TE HAYA GUSTADO NADA.

1. Dos niños caminando alado de una carretera bajo nubes, cerca de los coches.

2. Un niño aventándole algo que parece una pelota o una piedra a otro

3. Un niño triste viendo a un camión atropellando a un perro

4. No hay respuesta

5. Una niña feliz y una triste, como en una discusión

6. Dos niños rodeados de árboles, como perdidos en el bosque

7. Un señor dándole una nalgada a un niño

8. Cuando me caí a un charco de lodo

9. Cuando me peleo con mi amiga

10. No le ha pasado nada malo

11. Un señor robando a otro alado de la carretera

12. Una casa con una especie de niña flotando

13. Un señor llorando tirado en el suelo

14. No dibujó nada

15. "Te odio mucho"

16. No dibujó nada

17. Jugar fútbol

18. Un niño fallando una canasta de básquet

19. Un perro lo mordió

20. Cuatro niñas en la calle y dos casas

21. Un niño planchando ropa

22. Un cuarto con lo que parecen unas bocinas

23. Caminando a algún lado con un señor (puede ser su papá)

24. Tres niñas sonriendo agarradas de la mano

25. Ir a ver a la tía

26. No contestó

27. Cortar hierba

28. Cuando mi prima me pega

29. No contestó

30. Dos niños peleando o aventando piedras

31. Dos niños peleando

32. No me gusta cuando se emborracha porque me empieza a gritar

33. Personas peleando

34. Una calle con pasto a los lados

- | |
|--|
| 35. Un árbol |
| 36. Dos niños peleando |
| 37. Un niño montando a caballo |
| 38. Dos niños peleando |
| 39. Dos niñas peleando |
| 40. No contestó |
| 41. Se cayó |
| 42. Nada |
| 43. Borrachos en la calle |
| 44. Un señor con lo que parece una pistola o un cuchillo |
| 45. El temblor |
| 46. No contestó |
| 47. Un niño frente a un muro |
| 48. No contestó |
| 49. Una casa |
| 50. No contestó |
| 51. Un gato |
| 52. Una niña triste |
| 53. Dos hombres peleando con cuchillos |

11. Si tu barrio fuera un ANIMAL; de las siguientes imágenes de animales ELIGE Y MARCA con un círculo el ANIMAL que tu relacionas con TU BARRIO.

- | |
|----------------------|
| 1. Toro |
| 2. Gato |
| 3. Gato |
| 4. Caballo |
| 5. Perro |
| 6. Perro y víbora |
| 7. Perro y víbora |
| 8. Conejo |
| 9. Vaca y conejo |
| 10. Conejo y caballo |
| 11. Caballo |
| 12. Perro |
| 13. Perro |
| 14. Gato |
| 15. Oso |
| 16. Perro |
| 17. Perro |
| 18. Gato y león |
| 19. Oso |
| 20. Perro |
| 21. Perro |
| 22. Conejo |

23. Conejo

24. Gato, víbora, toro y perro

25. Águila

26. Perro, caracol y caballo

27. Águila

28. Perro

29. Gato

30. Conejo

31. Conejo

32. Conejo

33. Caracol y conejo

34. León

35. Víbora y caracol

36. Conejo

37. Conejo

38. Gato

39. Conejo

40. Perro

41. Conejo

42. Víbora y perro

43. Perro

44. Conejo

45. Toro

46. Perro

47. Conejo

48. No contestó

49. Perro

50. Conejo

51. Víbora

52. Perro

53. Chango

12. Explícanos, ¿por qué elegiste ese animal?

1. Porque hay muchos toros en mi barrio

2. Porque tiene gatos

3. Porque es el más tranquilo

4. Porque hay más en mi barrio

5. Porque todos hablan sobre eso

6. El perro es ruidoso y la víbora es mala, como algunas personas aquí

7. Perro: travieso; víbora: son peleoneros

8. Porque sería muy cariñoso

9. Conejo: porque brinca; vaca: es agresiva

10. Conejo: los compran y los perros los matan; caballo: le gusta el campo

11. Es muy amigable con los seres humanos y es muy bonito su color de piel

12. Porque mi barrio es muy amigable
13. Porque me gusta mucho
14. Porque tengo 4
15. Son bonitos
16. No escribió nada
17. Porque tengo como 8 perros
18. Porque son ágiles
19. Es amigable, adorable, le gustan los peces
20. Es como un amigo y te cuida mucho
21. Porque muerden
22. Porque me gustan y son suavecitos
23. Porque salta y es rápido
24. Gato: mascota más popular y atrapa ratones; víbora: está en la bandera; toro: cultura de entretenimiento; perro: ayuda a que no pase nada
25. Porque me gustan las águilas
26. Porque hay muchos en mi barrio
27. Porque somos de buena vista, somos ágiles y somos listos
28. Porque me gusta y tengo uno que se llama Panther
29. No contestó
30. Porque me gustan mucho
31. Porque me gusta mi barrio y es bonito
32. Porque hay muchos tipos de conejos
33. Porque me gustan mucho
34. Porque es mi favorito
35. Porque se ponen en los árboles y las víboras se paran en las piedras
36. Porque me gusta y es bonito
37. Porque me gustan los conejos
38. Porque mucha gente tiene gatos
39. Porque es bonito
40. Porque hay muchos perritos en el barrio
41. Porque los tenemos que atrapar porque se salen
42. Víbora porque hay en mi casa
43. Porque hay muchos
44. Es muy tierno, cariñoso, apapachable y suave
45. Porque hay muchos
46. Porque hay muchos perros
47. Porque es bonito y en el campo hay conejos
48. No contestó
49. Es mi animal favorito
50. Es mi animal favorito
51. Porque es mi animal favorito
52. Porque es mi animal favorito
53. Porque antes éramos changos

13. De las siguientes imágenes de juguetes, ELIGE Y MARCA con un círculo el juguete que tu más relacionas o identificas con tu BARRIO?

1. Coche
2. Oso
3. Coche
4. Coche
5. Pelota
6. Pelota y patineta
7. Bici
8. Coche
9. Oso de peluche
10. Coche
11. Yoyo
12. Coche
13. Coche
14. Coche
15. Bici
16. Bici
17. Bici
18. Pelota
19. Bici
20. Bici
21. Pelota
22. Bici
23. Oso de Peluche
24. Coche, yoyo, bici, pelota y caballo
25. Bici, trompo y patineta
26. Papalote y trompo
27. Pelota
28. Muñeca
29. Pelota
30. Galleta de muñeco
31. Soldadito
32. Pelota
33. Soldadito, coche, muñeca, bici, papalote, pelota, caballo, trompo y oso de peluche
34. Bici
35. Coche, bici y papalote
36. Oso de peluche
37. Bici
38. Pelota
39. Pelota
40. Pelota
41. Pelota
42. Bici

43. Oso de peluche

44. Muñeca

45. Coche

46. Pelota

47. Pelota

48. No contestó

49. Papalote y bici

50. Patineta

51. Pelota

52. Bici

53. Bici

14. Explícanos, ¿por qué elegiste este JUGUETE?

1. Porque pasan muchos carros.

2. No respondió

3. Casi diario pasan carros

4. Porque me gustan

5. Porque todos juegan fútbol

6. Pelota: la pateamos y la gente se pega; patineta: nos resbalamos

7. Corre rápido

8. Porque podrías andar diario en coche

9. Porque lo "acariño" (acaricio)

10. Todos los usan

11. Te entretiene y es un juguete muy colorido y tradicional en donde vivo

12. Hay muchos carros

13. Porque hay muchos

14. Porque veo muchos

15. Es lo que más juegan

16. No escribió nada

17. Porque puedo ir a todos lados

18. Porque juego con ella

19. Es al aire libre y convivo con mi familia

20. Porque puedes jugar con ella

21. Porque juego con la pelota

22. Porque salgo con mi papá a andar en bici, pero no muy seguido

23. No contestó

24. Coche: hay muchos; yoyo: se usaba antes; bici: se hace ejercicio; pelota: juego; caballo: entretenido

25. Porque con esos juguetes salimos a jugar

26. Porque soy bueno con el trompo

27. Porque nos gusta jugar al fútbol y al voleibol

28. Me gusta jugar con ellas

29. No contestó

30. Porque son felices

31. Porque en mi barrio son muy peleoneros
32. Porque me gusta jugar mucho con la pelota
33. Porque esos conozco
34. Porque es mi favorito
35. Porque se parece a la bici de mi primo, he visto papalotes por aquí y mi papá tenía un coche verde
36. Porque me gusta
37. Porque ya no me queda mi bicicleta
38. Muchas niñas y niños tienen pelotas
39. Porque es divertida
40. Porque juego con mis primos a la pelota
41. Porque juego con ella
42. Porque mis primos y hermano juegan
43. Porque todos los niños nos divertimos con ellos
44. Es bonita y muy decorativa
45. Porque hay muchos
46. Porque hay muchos niños jugando a la pelota
47. Puedo jugar fútbol y básquet soy buena de portero
48. No contestó
49. Porque son mis juguetes favoritos
50. Me gusta ir rápido
51. Porque es mi juguete favorito
52. Porque con ese me divierto
53. Todos andan en bici. Yo no tengo pero mi primo sí y voy a su casa

15. De las siguientes imágenes del chavo del ocho, ELIGE Y MARCA con un círculo EL PERSONAJE QUE TU RELACIONAS MÁS CON TU BARRIO?

1. La Chilindrina
2. El Chavo
3. El Chavo
4. El Chavo
5. El Chavo
6. El Chavo
7. Kiko
8. El Chavo
9. El Chavo
10. El Chavo
11. La Popis
12. El Chavo
13. El Chavo
14. El Chapulín Colorado
15. Doña Florinda
16. El Chavo
17. El Chavo
18. No respondió

- | |
|---|
| 19. El Chavo |
| 20. El Chavo |
| 21. Ñoño |
| 22. El Chavo |
| 23. La Chilindrina |
| 24. Don Ramón, El Chavo, la Chilindrina y Godínez |
| 25. El Chavo |
| 26. Don Ramón y el Chavo |
| 27. El Chavo |
| 28. Chapulín Colorado |
| 29. El Chavo |
| 30. Doña Florinda |
| 31. Don Ramón |
| 32. La Chilindrina |
| 33. Don Ramón, el Chavo, la Chilindrina, Kiko y Godínez |
| 34. Ñoño |
| 35. El Chavo, Kiko y el Chapulín Colorado |
| 36. El Chavo |
| 37. La Chilindrina |
| 38. La Chilindrina |
| 39. La Chilindrina |
| 40. Doña Florinda |
| 41. La Chilindrina |
| 42. La Chilindrina |
| 43. El Chavo |
| 44. Ñoño |
| 45. La Chilindrina |
| 46. Doña Florinda |
| 47. El Chavo |
| 48. No contestó |
| 49. El Chavo |
| 50. La Chilindrina |
| 51. La Chilindrina |
| 52. La Chilindrina |
| 53. El Chavo |

16. Explícanos, ¿por qué elegiste este personaje?

- | |
|--------------------------------------|
| 1. Porque soy juguetona y enojona |
| 2. No hay respuesta |
| 3. Porque es bonito y tranquilo |
| 4. Porque es alegre |
| 5. Porque todos vemos esa caricatura |
| 6. Hay mucha gente encantada y feliz |
| 7. Porque son envidiosos |

8. Porque son buenos
9. Es chistoso
10. Porque todos comemos
11. Es muy juguetona y a veces enojona, igual que yo, y es muy bonita
12. Porque todos son amigables
13. Porque todos son amigables
14. Tienen muchos niños
15. Hay muchas señoras que reclaman
16. No escribió nada
17. Lo veo en la tele
18. No respondió
19. Es simpático, amigable y de todos los personajes es el mejor
20. Porque hay mucha gente pobre, casi nadie puede estar con ellos
21. Porque lo he visto en la tele
22. Porque he visto la película 10 veces en la tele
23. Porque es enojona
24. Don Ramón: no ayuda con el dinero; el Chavo: es pobre pero feliz; la Chilindrina: los ricos se burlan de los pobres; Godínez: es humilde
25. Porque es alegre
26. Porque son chistosos
27. Porque somos juguetones y alegres
28. Es chistoso y colorado
29. No contestó
30. Porque son muy enojones
31. Porque a veces mentimos
32. Porque es bonita
33. Porque esos personajes salen más en la tele
34. Porque está muy grande el barrio
35. Porque me gustan
36. Porque es divertido
37. Porque es muy divertida
38. Porque a muchas niñas las peinan de colitas
39. Porque me peinan igual
40. Porque mi mamá es ama de casa
41. Porque juega
42. Porque juega
43. Porque es muy divertido
44. Porque hay muchos gorditos
45. Porque es feliz
46. Es ama de casa
47. Come tortas y le encanta el yoyo
48. No contestó
49. No contestó
50. Porque sí

51. Porque es mi personaje favorito
52. Porque es muy divertido
53. Es muy gentil y presta sus cosas. No todos son así

17. De las siguientes imágenes de superhéroes ELIGE Y MARCA con un círculo rojo el SUPERHÉROE que tú relacionas más con tu BARRIO.

1. Batman
2. Hulk
3. Superman
4. Batman
5. Spiderman
6. Flash
7. Hulk
8. Spiderman
9. Superman
10. Spiderman
11. Ironman
12. Hulk
13. Superman
14. Batman
15. Capitán América
16. Hulk
17. Flash
18. Hulk
19. Batman
20. Superman
21. Flash
22. Spiderman
23. Spiderman
24. Hulk, Spiderman y Batman
25. Hulk
26. Hulk y la Mole
27. Flash
28. Hulk
29. Hulk
30. Hulk
31. Batman
32. Batman
33. Superman, la Mole y Batman
34. Hulk
35. Hulk, Spiderman y Flash
36. Ironman
37. Spiderman
38. Superman

- | |
|-----------------|
| 39. Batman |
| 40. Spiderman |
| 41. Superman |
| 42. No contestó |
| 43. Batman |
| 44. Hulk |
| 45. Superman |
| 46. Batman |
| 47. Ironman |
| 48. No contestó |
| 49. Ironman |
| 50. Batman |
| 51. Batman |
| 52. Superman |
| 53. Superman |

18. Explícanos ¿por qué elegiste este SUPERHEROE?

- | |
|--|
| 1. Porque lo veo mucho en mi barrio |
| 2. No hay respuesta |
| 3. Porque no permite la violencia |
| 4. Porque es un murciélagos |
| 5. Porque se ve más |
| 6. A veces se pelean |
| 7. Porque son agresivos y fuertes |
| 8. Porque se trepa en las casas |
| 9. Es fuerte |
| 10. Porque se mete a robar |
| 11. Es muy inteligente y muy fuerte por su traje, es muy sonriente e inteligente como yo |
| 12. Porque todos son fuertes |
| 13. Porque todos son súper buenos |
| 14. Porque lo veo |
| 15. Es fuerte |
| 16. No escribió nada |
| 17. Porque mi primo siempre ve esa película |
| 18. Es fuerte |
| 19. Le gusta la oscuridad |
| 20. Es muy gentil y cuida mucho a toda la gente |
| 21. Es muy veloz |
| 22. Porque es mi superhéroe favorito y veo la película en la tele |
| 23. Porque vuela |
| 24. Hulk: es fuerte; Spiderman: es el mejor; Batman: ayuda a combatir el poder |
| 25. Porque es muy fuerte |
| 26. Porque son fuertes |
| 27. Porque echamos carreras |

28. Porque es fuerte
29. No contestó
30. Porque son grandes
31. Porque todos los papás son protectores
32. Porque puede volar
33. Porque siempre pelean
34. Porque hay mucho oxígeno
35. Porque me gustaría que existieran y ayudaran a todo el mundo
36. Porque salva el mundo
37. Porque es ágil
38. Porque puede volar
39. Porque siempre juegan a ganar
40. Porque me gusta
41. Porque vuela
42. No contestó
43. Porque es divertido y es muy valiente
44. Las personas son muy rudas
45. Porque es valiente
46. Porque me gusta
47. Puede volar y ver pajaritos
48. No contestó
49. Puede volar y es rápido
50. Puede correr mucho
51. Porque es mi personaje favorito
52. Porque rescata a las personas
53. Fuego