

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL



LO URBANO EN LO RURAL: TRANSFORMACION DEL  
ESPACIO PERIURBANO Y LA CREACION DE  
LAS NECESIDADES

TESIS  
PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRIA EN CIENCIAS CON ORIENTACION  
EN TRABAJO SOCIAL

PRESENTA  
JUAN MILTON JAIR ARAGON PALACIOS

CD. UNIVERSITARIA

ENERO 2006



**TM**

**HT151**

**.A63**

**c.1**



1080129398

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL



LO URBANO EN LO RURAL: TRANSFORMACION DEL  
ESPACIO PERIURBANO Y LA CREACION DE  
LAS NECESIDADES

TESIS  
PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRIA EN CIENCIAS CON ORIENTACION  
EN TRABAJO SOCIAL

PRESENTA  
JUAN MILTON JAIR ARAGON PALACIOS

CD. UNIVERSITARIA

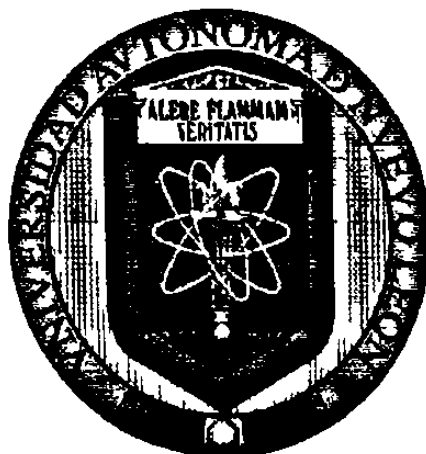
ENERO 2006



HTISI  
AG



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL**



**LO URBANO EN LO RURAL: TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO  
PERIURBANO Y LA CREACIÓN DE LAS NECESIDADES**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE:  
MAESTRIA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN  
EN TRABAJO SOCIAL**

**PRESENTADA POR:  
JUAN MILTON JAIR ARAGÓN PALACIOS**

**ENERO 2006**



**UANL**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL

**A QUIEN CORRESPONDA:**

Los suscritos, Miembros de la Comisión de Tesis de Maestría del  
**Ing. JUAN MILTON JAIR ARAGÓN PALACIOS**  
Hacen constar que han evaluado y aprobado la Tesis "**LO URBANO EN  
LO RURAL: CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO SUBURBANO Y LA CREACIÓN  
DE LAS NECESIDADES**", en vista de lo cual extienden su autorización  
para que dicho trabajo sea sustentado en examen de grado de  
Maestría en Trabajo Social.

  
**DR. JOSÉ RICARDO GONZÁLEZ ALCALÁ**  
ASÉSOR DE LA TESIS

  
**DR. ADOLFO BENTO NARVAEZ TIJERINA**  
MIEMBRO DE LA COMISIÓN  
DE TESIS

  
**MTR. ROLANDO GUERRA GONZÁLEZ**  
MIEMBRO DE LA COMISIÓN  
DE TESIS



  
**MTS. GRACIELA JAME RODRÍGUEZ**  
SUBDIRECTORA DE LA DIVISIÓN DE  
ESTUDIOS DE POSGRADO

Monterrey, N. L. a 11 de enero de 2006

Ciudad Universitaria. C.P. 66451  
San Nicolás de los Garza, Nuevo León  
Teléfono y fax: 83 52 13 00, 83 78 91 77  
Apartado Postal 2811

*...La ciencia social en tanto que doctrina moral no hace más que desarrollar y formular los instintos populares. Pero entre esos instintos y esa ciencia hay, sin embargo, un abismo que es cuestión de llenar. Pues si los instintos justos hubieran bastado para la liberación de los pueblos hace mucho tiempo que hubieran sido liberados. Esos instintos no han impedido a las masas el aceptar, en el curso tan melancólico y trágico de su historia, todos los absurdos religiosos, políticos, económicos, sociales que han sido eternamente víctimas.*

**Mijail Bakunin**



## *Dedicatoria*

*A mis padres*

*Juan Manuel y Martha*

*"Por ser la piedra angular en la etapa primaria  
de la formación de mi razón objetiva"*

*A mi esposa*

*Alejandra*

*"Por ser ella, lo cual me permite encontrarme a  
mí mismo"*

*A mi hermana*

*Africa*

*"Por su apoyo y ayuda"*

## **AGRADECIMIENTOS**

**Al CONACYT, por el apoyo financiero brindado para la realización de los estudios de maestría.**

**Al Dr. José Ricardo González Alcalá, por su apoyo y tiempo otorgado para la dirección de la tesis, además de su amistad.**

**Al Dr. Adolfo Benito Narváez Tijerina, por sus consejos y guía dentro de la tesis, además de su tiempo y apoyo en otras actividades y sobre todo su amistad.**

**Al Mtro. Rolando Guerra González, por sus largas charlas con él y su amistad de tantos años.**

**A la MTS. Graciela Jaime, por haber vertido su confianza en mi persona y haberme aceptado en la maestría.**

**Al Dr. Alejandro García García, por su amistad y comentarios dentro de la realización de la tesis.**

**A mis compañeros de taller de tesis Jorge y Ernesto, por esas amenas horas que pasábamos discutiendo en torno a nuestros respectivos temas.**

**Al buen Adan, por su buena vibra que tiro dentro de la maestría y fuera de ella.**

**A Araceli, por mostrarme la otra visión del trabajo social comprometido con la comunidad.**

**A los Tampico Crew y toda la raza de la generación, los cuales me recibieron bien a pesar de venir de otra área del conocimiento.**

**A los Drs. Manuel Ribeiro, Eduardo López, Guillermo Zúñiga y Verónica Siegling, pues de cada uno me quedo una enseñanza.**

**Y a toda la gente con la cual conviví durante el transcurso de los estudios de maestría y que me consideraron su amigo.**

# INDÍCE

<b>INDÍCE.....</b>	<b>1</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS .....</b>	<b>6</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>4. OBJETIVOS .....</b>	<b>13</b>
<b>4.1. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>13</b>
<b>4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>13</b>
<b>5. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1. EL PROCESO DE URBANIZACIÓN EN LATINOAMÉRICA Y LAS FRONTERAS AGRARIAS .....</b>	<b>14</b>
<b>5.2. ZONAS RURALES, SOCIEDADES RURALES, CAMPESINOS Y EJIDATARIOS.....</b>	<b>16</b>
<b>5.3. LOS FONDOS EN LAS ZONAS RURALES .....</b>	<b>19</b>
<b>5.4. ESPACIO RADIANTE Y BIENES LIMITADOS .....</b>	<b>20</b>
<b>5.5. EL ESCENARIO DE LA GLOBALIZACIÓN .....</b>	<b>21</b>
<b>5.6. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y LA TRANSMISIÓN DE FORMAS SIMBÓLICAS URBANAS.....</b>	<b>24</b>

<b>5.7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, CULTURA, SÍMBOLOS Y NUEVAS NECESIDADES .....</b>	<b>26</b>
<b>6. METODOLOGÍA.....</b>	<b>28</b>
<b>6.1. DETERMINACIÓN TEÓRICA DE LOS INFORMANTES .....</b>	<b>30</b>
<b>6.2. LA TÉCNICA DE LAS REDES SEMÁNTICAS NATURALES .....</b>	<b>31</b>
<b>6.3. APLICACIÓN DE LA TÉCNICA.....</b>	<b>32</b>
<b>6.4. MODELO ESTADÍSTICO .....</b>	<b>33</b>
<b>6.5. ÁREA DE ESTUDIO.....</b>	<b>33</b>
<b>7. RESULTADOS.....</b>	<b>35</b>
<b>7.1. ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN NUEVO LEÓN.....</b>	<b>35</b>
<b>7.1.1. CONTEXTO POBLACIONAL DE LAS LOCALIDADES RURALES MARGINADAS .....</b>	<b>35</b>
<b>7.2. EL HABITAR .....</b>	<b>39</b>
<b>7.2.1. LINARES RURAL.....</b>	<b>39</b>
<b>7.2.2. ITURBIDE.....</b>	<b>40</b>
<b>7.2.3. LINARES URBANO .....</b>	<b>42</b>
<b>7.3. EL COMER.....</b>	<b>43</b>
<b>7.3.1. LINARES RURAL.....</b>	<b>43</b>
<b>7.3.2. ITURBIDE.....</b>	<b>45</b>
<b>7.3.3. LINARES URBANO .....</b>	<b>46</b>
<b>7.4. EL BEBER.....</b>	<b>48</b>



<b>7.4.1. LINARES RURAL.....</b>	<b>48</b>
<b>7.4.2. ITURBIDE.....</b>	<b>50</b>
<b>7.4.3. LINARES URBANO .....</b>	<b>51</b>
<b>8. DISCUSIÓN.....</b>	<b>54</b>
<b>8.1. EL HABITAR.....</b>	<b>54</b>
<b>8.2. EL COMER.....</b>	<b>57</b>
<b>8.3. EL BEBER.....</b>	<b>59</b>
<b>9. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>62</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXO 1: EJEMPLO DEL INSTRUMENTO EMPLEADO .....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXO 2: CONCEPTOS DADOS PARA CASA POR LOS NIÑOS DE LINARES RURAL .....</b>	<b>74</b>
<b>ANEXO 3: CONCEPTOS DADOS PARA CASA POR LOS NIÑOS DE ITURBIDE .....</b>	<b>75</b>
<b>ANEXO 4: CONCEPTOS DADOS PARA CASA POR LOS NIÑOS DE LINARES URBANO.....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXO 5: CONCEPTOS DADOS PARA COMIDA POR LOS NIÑOS DE LINARES RURAL .....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXO 6: CONCEPTOS DADOS PARA COMIDA POR LOS NIÑOS DE ITURBIDE.....</b>	<b>78</b>
<b>ANEXO 7: CONCEPTOS DADOS PARA COMIDA POR LOS NIÑOS DE LINARES URBANO .....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXO 8: CONCEPTOS DADOS PARA BEBIDA POR LOS NIÑOS DE LINARES RURAL .....</b>	<b>80</b>

**ANEXO 9: CONCEPTOS DADOS PARA BEBIDA POR LOS NIÑOS DE  
ITURBIDE..... 81**

**ANEXO 10: CONCEPTOS DADOS PARA BEBIDA POR LOS NIÑOS DE  
LINARES URBANO ..... 82**

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

<b>FIGURA 1: MODELO DE LA CREACIÓN DE NECESIDADES Y POBREZA RELATIVA EN LAS ZONAS RURALES .....</b>	<b>12</b>
<b>FIGURA 2: LOCALIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO.....</b>	<b>34</b>
<b>TABLA 1: NUMERO DE TELEVISIONES POR LOCALIDAD RESPECTO EL GRADO DE MARGINACIÓN .....</b>	<b>37</b>
<b>TABLA 2: NUMERO DE RADIOS POR LOCALIDAD RESPECTO EL GRADO DE MARGINACIÓN.....</b>	<b>38</b>
<b>TABLA 3: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO CASA EN LINARES RURAL (J = 52).....</b>	<b>40</b>
<b>TABLA 4: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO CASA EN ITURBIDE (J = 132) .....</b>	<b>41</b>
<b>TABLA 5: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO CASA EN LINARES URBANO (J = 101).....</b>	<b>43</b>
<b>TABLA 6: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO COMIDA EN LINARES RURAL (J = 54).....</b>	<b>44</b>
<b>TABLA 7: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO COMIDA EN ITURBIDE (J = 122) .....</b>	<b>46</b>
<b>TABLA 8: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO COMIDA EN LINARES URBANO (J = 131).....</b>	<b>47</b>
<b>TABLA 9: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO BEBIDA EN LINARES RURAL (J = 36).....</b>	<b>49</b>
<b>TABLA 10: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO BEBIDA EN ITURBIDE (J = 88) .....</b>	<b>51</b>
<b>TABLA 11: CONJUNTO SAM PARA EL CONCEPTO COMIDA EN LINARES URBANO (J = 99).....</b>	<b>52</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>GRAFICA 1: PORCENTAJE DE LOCALIDADES RURALES POR SU GRADO DE MARGINACIÓN EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN.....</b>	<b>36</b>
<b>GRAFICA 2: PORCENTAJE DE HABITANTES RURALES POR SU GRADO DE MARGINACIÓN EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN.....</b>	<b>36</b>
<b>GRAFICA 3: PROPORCIÓN DE TELEVISIONES POR GRADO DE MARGINACIÓN EN NUEVO LEÓN .....</b>	<b>37</b>
<b>GRAFICA 4: PROPORCIÓN DE RADIOS POR GRADO DE MARGINACIÓN EN NUEVO LEÓN .....</b>	<b>38</b>
<b>GRAFICA 5: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE CASA EN LINARES RURAL .....</b>	<b>39</b>
<b>GRAFICA 6: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE CASA EN ITURBIDE.....</b>	<b>41</b>
<b>GRAFICA 7: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE CASA EN LINARES URBANO .....</b>	<b>42</b>
<b>GRAFICA 8: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE COMIDA EN LINARES RURAL.....</b>	<b>44</b>
<b>GRAFICA 9: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE COMIDA EN ITURBIDE .....</b>	<b>45</b>
<b>GRAFICA 10: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE COMIDA EN LINARES URBANO.....</b>	<b>47</b>
<b>GRAFICA 11: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE BEBIDA EN LINARES RURAL.....</b>	<b>49</b>
<b>GRAFICA 12: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE BEBIDA EN ITURBIDE .....</b>	<b>50</b>
<b>GRAFICA 13: PESO SEMÁNTICO DE LOS CONCEPTOS DEL CONJUNTO SAM DE BEBIDA EN LINARES URBANO.....</b>	<b>52</b>



## **1. INTRODUCCIÓN**

**El presente trabajo se puede enmarcar dentro de los estudios de la llamada nueva ruralidad, pues trata de entender los cambios que se han venido dando en las zonas rurales en los últimos años por la influencia cada vez más fuerte de la ciudad, siendo en el caso más específico en los cambios en la idea del habitar, el comer y el beber, pues se plantea de manera general como problema que estos cambios modifican la idea que tienen sobre sus sistema haciéndolo ver con mayores carencias, esto debido al cambio en sus necesidades de consumo que se ven impactadas por los mensajes que transmiten los medios de comunicación de masas.**

**Para lograr estos cometidos se parte de un marco teórico que se divide en cuatro temas que son los procesos de urbanización, donde se presenta la tesis de Borsdorf del desarrollo de las metrópolis de Latinoamérica, donde se explican las distintas etapas de desarrollo por las cuales han pasado, además se cierra el tema con la definición de las fronteras agrarias pues resulta importante mencionar esto, ya que en estas zonas es donde se manifiestan los primeros cambios que después influyen a los demás territorios rurales.**

**El segundo tema trata de definir lo que son las zonas rurales y los diferentes tipos de habitantes que convergen en ellas, pues puede haber campesinos, ejidatarios e incluso agroindustriales dentro de un mismo espacio, ya que algunos se definen por sus características culturales de su modo de producción y otros son una denominación de carácter legal; para llevar acabo lo anterior se explican distintos conceptos ligados a estas. Dentro de este mismo tema se trata también de explicar como es la percepción de su espacio por parte de los habitantes de estas zonas, por lo cual se presenta en modelo de bins limitados y su relación con el espacio radiante.**

**El tercer tema trata sobre la globalización, pues como menciona Hernán Salas (2000: 2003) "...existe en realidad un sistema-mundo como una múltiple y diferenciada interconexión de lugares, por lo cual tiene sentido hablar de globalización." Pues ya las zonas rurales no se pueden seguir viendo como sistemas cerrados, pues los procesos de globalización han impactado a todos los niveles de la sociedad.**

**El último tema lo compone un análisis de los medios de comunicación de masas y como estos transmiten formas simbólicas y esquemas culturales que después son reproducidos por los habitantes que tienen contacto con estos.**

Todo lo anterior tiene como finalidad el tratar de entender lo planteado en el problema de investigación, pues el objetivo principal de este trabajo es ubicar los símbolos urbanos en los hábitos de consumo y habitación de los pobladores de las zonas rurales, y cuales de estos se manifiestan con mayor medida dentro de las mismas.

Para lograr dicho objetivo se utilizo una metodología tomada de la psicología social, la cual es llamada redes semánticas pues con estas se puede medir la información que se genera sobre la interiorización de los símbolos y cómo estos se perciben, dando la idea que tienen sobre un concepto.

Para llevar cabo el estudio se aplico esta técnica a niños de 10 a 12 años, pues estos se encuentran en el quinto estadio de la teoría propuesta por Jean Piaget, donde en esta edad se presenta un pensamiento de tipo concreto en los niños, lo cual resulta de interés por que lo que se trata de buscar es símbolos urbanos dentro de las ideas que tienen los niños de los conceptos relacionados con su habitar, comer y beber.

En la parte de los resultados se empieza con un análisis estadístico de prueba de medias tipo Tukey para ver si existen diferencias en el acceso a los dos principales medios de comunicación de masas que son la televisión y el radio, esto desde una óptica de las localidades marginadas, pues aunque no se cuente con luz en la localidad, existen hogares que cuentan con televisor o en su defecto una radio de baterías y dichos aparatos son las principales fuentes de información al exterior de su sistema.

Seguido de esto se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento a niños de zonas rurales de Linares, además de Iturbide para tener una muestra de una zona que presentara características tanto rurales como urbanas y por último de la zona urbana de Linares, para de esta manera poder observar las diferencias en las redes de los tres casos que van de lo rural a lo urbano.

Todo lo anterior da paso a la conclusión, la cual se divide en los tres temas que abarca el estudio los cuales son el habitar, el comer y el beber, donde se analiza sobre lo encontrado en los resultados.

Para finalizar en las conclusiones donde se reflexiona sobre todo lo presentados durante el trabajo y se trata de sacar deducciones lógicas que permitan abrir la discusión sobre el fenómeno observado.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Los estudios de las zonas rurales en las ultimas fechas han ido incorporando cada vez más la influencia que se tiene de la ciudad hacia estas desde distintos enfoques, como son los estudios de la llamada rururbanidad o también los impactos que tiene la globalización sobre estos territorios.

Pues cada vez más estas zonas, se han visto fuertemente influenciadas por su contraparte la ciudad, tanto en sus modelos culturales como de consumo, pues los avances tecnológicos y más en los que están ligados a procesos comunicativos, ha permitido que se facilite la entrada de los mismos a los sistemas rurales, pues resulta muy común encontrar por ejemplo antenas de televisión de paga por satélite en la mayoría de las localidades que cuenten con luz.

Lo anterior trae como consecuencia, que sean bombardeados por propaganda televisiva creada para otro tipo de mercado de consumo, no para el de ellos que es muy limitado tanto en ingresos como en los bienes de consumo con los que se cuenta, por lo que resulta necesario realizar estudios que muestren estos cambios en sus habitantes.

Pues estos nuevos esquemas de consumo, van creando mayores necesidades de bienes hacia los habitantes y se dificulta conseguir tal o cual producto de origen urbano en su localidad, además no solo se van presentando cambios en dichos esquemas, sino también en sus viviendas pues cada vez tratan de imitar más el diseño de las casas de zonas urbanas.

De ahí la importancia del presente trabajo, pues trata de hacer un pequeño aporte en el estudio de los cambios que se están presentando en las zonas rurales por la influencia de la ciudad siendo principalmente impulsados, por el avance de los medios de comunicación de masas dentro de las zonas rurales y cómo dichos cambios se van presentando en los modelos de consumo de sus habitantes, dándose el enfoque desde la idea que tienen los niños de estas zonas de su habitar (casa), del comer (comida) y del beber (bebida), pues se parte de la idea de que en estos conceptos es donde se pueden ubicar la mayor cantidad de símbolos urbanos.

Además el presente estudio, puede servir como apoyo en la elaboración de políticas sociales dirigidas a este sector de la población, ya que la mayoría de éstas en México, son sólo programas asistencialistas que no toman en cuenta la parte cultural del sector rural, además de que poco importa en la elaboración de las mismas qué nuevas necesidades se les están creando o cuáles de las anteriores se han urbanizado.

Pues se corre el riesgo con la implementación de cierto tipo de políticas, de que se favorezca más estos modelos de consumo que son ajenos al sistema, pero que cada vez son más comunes en estas zonas, pues algunos de los programas de gobierno lo que hacen es monetarizar las zonas con apoyos financieros los cuales la mayoría de las veces son cambiados por productos de consumo urbano y esto trae como consecuencia que se les presenten necesidades que anteriormente no tenían.



### 3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Los espacios rurales presentan cada vez más símbolos de lo urbano (ya sean verbales, visuales o de consumo), volviéndose una extensión de la ciudad por procesos de urbanización cultural de las mentalidades, trayendo este proceso de hibridación cultural de lo urbano, la construcción de nuevas necesidades<sup>1</sup>. Existiendo una apertura de las zonas rurales hacia los símbolos de consumo urbanos que se obtienen a través de *formas de transmisión cultural de las formas simbólicas* fomentadas por los medios masivos de comunicación.

Es debido a estas influencias de la cultura de consumo urbanas, que la concepción que se tenía de los espacio rurales como un sistema cerrado por parte de los pobladores de éstas, se rompa con la entrada de los medios de comunicación de masas, ampliando el horizonte del espacio radiante, cambiando de esta forma la imagen de los bienes limitados, que se vuelven limitados al momento de expandirse el horizonte cognoscitivo; desequilibrándose de esta manera el ciclo de satisfacción de las necesidades, ya que culturalmente los satisfactores se urbanizan.

Esta entrada de los medios de comunicación de masas, además trae consigo un discurso<sup>2</sup> ideológico de lo que es el *progreso* y la *modernidad*, y esto lleva a la creación de nuevas necesidades debido a la concepción de lo moderno, reduciéndose de esta forma la capacidad de satisfacción de éstas y creando por lo tanto nuevos pobres en términos relativos (figura 1).

---

<sup>1</sup> Una definición de necesidad sería la utilizada por Boltvinik (2000), el cual menciona que: "cuando hablamos de necesidad, nos referimos a la falta de las cosas que son menester para la conservación de la vida, pero también a una situación a la cual es imposible sustraerse y a la acción infalible de las causas. Lo necesario para sustentar la vida no es lo superfluo, ni lo contingente. Tampoco es aquello que voluntaria o espontáneamente podemos querer o desear. Por el contrario, es algo a lo que nos es imposible sustraernos."

<sup>2</sup> Van Dijk menciona que para comprender un discurso: "un lector oyente se enfrentara primero con señales percibidas visual o auditivamente. Éstas serán con el conocimiento fonológico sistemático que el oyente tengo de la lengua, e interpretadas como fonemas y secuencias de fonemas."



## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo general**

- **Ubicar los símbolos urbanos en los hábitos de consumo y habitación de los pobladores de las zonas rurales, y cuales de estos se manifiestan con mayor medida dentro de las mismas.**

### **4.2. Objetivos específicos**

- **Ubicar dentro del habitar comer y beber los símbolos urbanos.**
- **Presentar los cambios en los hábitos de consumo por la influencia de la ciudad en las zonas rurales.**

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. El proceso de urbanización en Latinoamérica y las fronteras agrarias**

Axel Borsdorf (2003a), menciona que en el desarrollo de las ciudades latinoamericanas han pasado por cuatro modelos distintos de urbanización en periodos sociohistóricos diferentes; el primero fue en la época colonial (1500–1820), las cuales eran ciudades compactas y centralizadas, el crecimiento de estas se daba del centro hacia la periferia, ubicándose en el centro la plaza de armas la cual era la cabecera administrativa de la ciudad, siendo también el núcleo de la vida económica y social, la distribución de la estructura social que se presentaba era que la clase alta aristocrática se ubicaba alrededor de la plaza principal, disminuyendo el estatus de la clase social conforme se iban alejando del centro, puesto que en el segundo círculo se presentaba la clase media donde se ubicaba el mercado municipal y, en el círculo más alejado de la cabecera era donde habitaban los pobres y los indios, siendo el principio de estructuración espacial de centro-periferia, tanto en la estructuración socioespacial así como el gradiente social.

El segundo periodo, se conoce como la primera fase de rápida de urbanización (1820–1920), donde lo que se presentaba en el diseño urbanístico era una ciudad sectorial, en este el crecimiento de la ciudad se dio de forma lineal, puesto que durante ese periodo las colonias se independizaron y hubo una gran cantidad de inmigrantes que llegaron a vivir a los países latinoamericanos trayendo consigo sus modas y dentro de éstas se incluían modelos urbanísticos como lo fueron los bulevares franceses, siendo con éstos con los que se rompió con el modelo de la ciudad compacta, ya que dejó de ser una estructura circular, y se pasó a una ciudad lineal, volviéndose sectorial en el sentido de que lo ocurrido fue que la clase alta se fue a vivir a lo largo de los bulevares y de esta manera se expandió el centro de forma lineal quedando solo como una zona comercial y algunas cuestiones administrativas; por otro lado este crecimiento lineal también se vio influenciado por las vías de comunicación, debido a que las primeras industrias se instalaban cerca de las vías del tren, esto trajo consigo procesos de migración, con lo cuales surgieron los primeros barrios obreros en forma de vecindades, estos se localizaban en las casonas abandonadas por los de la clase alta en el centro.

El tercer periodo, se conoce como la segunda fase de rápida urbanización (1920-1970), en ésta, se presentó una ciudad polarizada, debido a que se dividió en sectores para pobres y para ricos, donde los barrios pobres se encontraban cada vez más en el centro de la ciudad - esto durante las primeras décadas de este periodo-, ya que éstos habitaban las vecindades que se iban creando al interior de los caserones, otrora de la clase alta, pero al poco tiempo surgen los barrios marginados a la periferia de la ciudad<sup>4</sup>; mientras por el otro lado, los asentamientos de los ricos se alejaban cada vez más de la ciudad, en estos barrios se presentaban calles amplias y áreas verdes, surgiendo los primeros centros comerciales de autoservicio y clubes campestres, marcándose claramente las dos caras que presentaba la ciudad, puesto que una era la ciudad rica y opulenta, mientras que la otra era una ciudad pauperizada y llana; siendo la polarización la característica más importante de la estructuración espacial, junto con el crecimiento celular de los asentamientos hacia afuera del perímetro urbano; esta fase se vio impulsada por la creciente industrialización y las migraciones del medio rural hacia el campo promovida por ésta.

Por ultimo, se encuentra la fase más reciente del desarrollo urbano (1970 hasta la fecha), conocida como la ciudad fragmentada, en esta se siguen presentando dos principios estructurales de las dos fases de urbanizaciones pasadas, siendo el crecimiento sectorial-lineal y el celular, pero estos se ven modificados en la actualidad por un modelo urbanístico posmoderno donde no se ve una estructuración espacial definida; parte de esto, se debe a que con la ampliación y creación de autopistas intraurbanas y la creación de anillos periféricos viales, por lo cual la ciudad volvió a ser atractiva en sus zonas periféricas y periurbanas, ya resultaba fácil trasladarse dentro de estas, creándose fraccionamientos para estas clases en estas zonas de la ciudad, esto trajo como consecuencia que estos nuevos fraccionamientos en su mayoría fueran barrios cerrados para hacerlos atractivos a estas clases<sup>5</sup>. Por otro lado, ésta facilidad en las vías de comunicación trajo consigo también que las industrias no buscaran un lugar específico para instalarse a diferencia de lo que ocurría en las primeras fases de urbanización, en lo cual se requería una cercanía a las vías del tren, por lo tanto surgieron parques industriales por distintas partes de la ciudad, además de que también los supermercados, centros comerciales y tiendas departamentales dejaron de localizarse en la parte de la ciudad de los ricos, ahora se distribuyen también por toda la ciudad en forma indistinta, trayendo consigo esto, que el centro perdiera parte de la estructura de consumo; además otra característica importante de esta ciudad fragmentada, es que los barrios marginales que al inicio se encontraban en la periferia fueron absorbidos por el crecimiento de éstas, trayendo consigo beneficios para estos barrios, debido a que se les doto de los servicios básicos urbanos al regularizarse su régimen de propiedad, pero éste mismo crecimiento hace que la ciudad polarizada que antes se presentaba ahora no sea tan clara, puesto que se pueden encontrar barrios ricos y a lado los barrios pobres.

---

<sup>4</sup> José Nun (2001), menciona que se les empezó a llamar marginales a los asentamientos urbanos periféricos que proliferaron a partir de la posguerra de la segunda guerra mundial, que presentaban una carencia de requisitos mínimos de habitabilidad, pero conforme crecieron las ciudades éstos quedaron al interior, además de que con el envejecimiento de las mismas en los centros quedaron vecindades que se fueron deteriorando y que ya no presentaban las características mínimas de habitabilidad.

<sup>5</sup> Para Axel Borsford (2003b) los barrios cerrados son barrios dentro de muros, barreras y puertas cerradas, separados del espacio público, que no necesariamente son exclusivos de las clases altas, puesto que también hay barrios marginales o vecindades que presentan estas características.

Todo lo anterior viene a que todas estas fases de desarrollo urbanístico, han tenido influencia directa e indirecta sobre las zonas rurales, ya sea en el sentido de los ejidos que vendieron sus tierras para la creación de nuevas colonias en la última fase de urbanización o por toda aquella población emigrante que se vino a hacia la ciudad motivados por el creciente desarrollo industrial y el que experimentaban a su vez las ciudades; porque todas las fases se insertan en un tipo de ideología determinada contextualizada en el modelo socio-político preponderante, trayendo consigo que las fronteras entre lo rural y lo urbano cada vez sean más difusas en ciertas zonas, debido a que en la frontera lo espacial y lo temporal se encuentran ligados (Reboratti, 1990).

Como menciona Carlos Reboratti (*Ibid.*), que “una frontera agraria es un continuum espacio-temporal, que comienza cuando el espacio se encuentra totalmente vacío de ocupación, y termina cuando este espacio ha sido completamente integrado al cuerpo social que ha promovido el avance de la frontera”. Este cuerpo social anteriormente era exclusivamente las sociedad rurales, pero en la actualidad por la influencia de los medios de comunicación de masas este cuerpo social pertenece a la sociedad urbana, esto si se habla de una cuestión cultural ligada a las tendencias de consumo y estilos de vida, en relación a esto Borsdorf (2003a) menciona que “se hace evidente que las diferencias entre campo y ciudad disminuyen cada vez más, y emerge una nueva categoría espacial, la *post suburbia*.”

Esta post suburbia, se da en un contexto de la era de la información, la cual surge en el posindustrialismo, donde la labor de la información supera a la producción industrial real de bienes como principal actividad económica, volviéndose las comunicaciones la actividad más valiosa, por lo cual hay que tener un punto de observación desde el postmodernismo, ya que es, el concepto más indicado para observar los cambios actuales (McQuail, 2001).

En relación a lo anterior, David Lyon (2000), hace una diferenciación entre posmodernidad y postmodernismo, debido a que en el primero su énfasis trata sobre la parte social y, el segundo pone su acento en las cuestiones culturales del fenómeno de la posmodernidad. Además menciona que la posmodernidad se refiere al agotamiento de la modernidad y el postmodernismo abarca los fenómenos culturales e intelectuales, la producción, consumo y distribución de bienes simbólicos.

Entonces, la era de la información se inserta en la parte cultural de la posmodernidad, para ser más precisos en la parte de la transmisión y creación de formas simbólicas, creando modelos de consumo dentro de la sociedad o estereotipos de cómo se debe actuar en estos tiempos, y por consiguiente le es indistinto de qué zona geográfica se este hablando, puesto que su influencia abraza todo territorio que tenga acceso a alguno de los medios de comunicación de masas y por consiguiente las zonas rurales no quedan exentas de esto.

## **5.2. Zonas rurales, sociedades rurales, campesinos y ejidatarios**

Para poder entender lo anterior es necesario definir lo concerniente a lo rural, puesto que para México, la definición aceptada oficialmente para población rural es la utilizada por el INEGI desde el censo de 1960 hasta el último del año 2000, la cual dice que “la población rural es aquella que habita en localidades con no más de 2500 habitantes”; dicha definición

resulta ser de las más pobres y ambiguas a nivel Latinoamérica junto con las de Argentina, Bolivia y Venezuela (CEPAL, 1999).

Operativamente resulta funcional el uso de este tipo de definiciones en el sentido de poder cuantificar una localidad rural, pero espacial y culturalmente es donde se encuentran las deficiencias, debido a que existen localidades en México que presentan poblaciones mayores de 2,500 habitantes y el mayor porcentaje de su población se dedica al sector primario de la economía (agricultura, ganadería, silvicultura o pesca) o al sector secundario pero ligado a una transformación de primer orden de los bienes de la naturaleza -como el caso de los alfareros, artesanos o tejedores de fibras- y, dadas estas características se puede decir que son zonas rurales (Guzmán, 1991).

Además de las características de orden ocupacional o ligadas a cuestiones económicas, se deben de tomar en cuenta otros criterios, como lo que menciona George M. Foster (1972: 17) que "aunque las comunidades campesinas son primariamente agrícolas, el criterio definitorio debe ser estructural y de relación y no ocupacional"; debido a que bajo esta óptica no se deben dejar fuera las características culturales propias de las zonas rurales y su relación que presentan con el uso de los recursos naturales.

Una buena definición de lo rural que incluye estas características es la dada por Vicente Guzmán, él cual menciona que:

"Entendemos, por rural, aquel territorio determinado por las relaciones de producción y las interacciones de su población con otros espacios territoriales, cuyas actividades principales son las elementales, dirigidas en la explotación de los recursos inmediatos de la tierra o del agua, a nivel de autoconsumo por lo general; manifestándose así características derivadas de los diferentes estratos económicos, en su mayoría bajos, de subsistencia; tanto en la salud como en la enseñanza, en los servicios fundamentales, como el la habitación." (1991: 16)

Encontrando en esta definición elementos importantes que caracterizan las zonas rurales como vendrían siendo: la utilización inmediata de los recursos naturales, el nivel de autoconsumo y de subsistencia, y los estratos bajos de la población; también se puede notar que estas *interacciones de población con otros territorios* que habla Guzmán, son de tipo cultural en las sociedades campesinas compuestas principalmente por mestizos.

Además, en la definición anterior se presenta una característica muy importante, la cual es la relación espacial, ya que como menciona Foster (1980: 44) -cuando habla de las sociedades campesinas-, éstas "difieren de otros pequeños grupos rurales (grupos étnicos), en cuanto a que no se trata de unidades aisladas, esencialmente autosuficientes...con respecto a su religión, su filosofía y su gobierno, la mayoría de los campesinos dependen de la ciudad y el Estado para este tipo de relación".

Siendo, este tipo de interacción ó relación, una cuestión ligada con la temporalidad, como menciona George M. Foster (1972: 17) que "históricamente hablando las comunidades campesinas han crecido en una relación simbiótica espacial-temporal con los componentes

más complejos de su sociedad total, esto es, la ciudad preindustrial con funciones de mercado y de administración”.

Lo anterior se refiere a lo rural y las sociedades rurales, enfocándose en sus características de interacciones socioculturales intracomunitarias o intercomunitarias, además de su dependencia directa con la ciudad, pero por otro lado, tenemos a la unidad más básica de las sociedades rurales, el campesino, que es también necesario definir, para lo cual se utilizará a Fromm & Maccoby, que lo definen como:

“...aquellos grupos de vecinos de un pueblo cuya ocupación principal es la agricultura... los campesinos se distinguen del agricultor moderno en que su sistema de producción es altamente individualista, trabajando apenas a nivel de subsistencia. No cuenta con el capital ni la tecnología del agricultor moderno. Trabaja solo o con su familia, o con uno o varios asalariados, y utiliza aperos rudimentarios como el azadón y el arado. (Y) lo que los distingue de la mayoría de los grupos indígenas es que depende económica, cultural y políticamente de la sociedad urbana.” (1973: 16)

Se puede notar, en la definición de estos autores que resulta ser muy similar a las presentadas anteriormente, pero lo interesante en ésta, es que habla sobre una característica muy importante, la cual es el tipo de tecnología empleada en la producción, debido a que la característica principal es que es una tecnología rústica o rudimentaria, en comparación con la empleada por las grandes agroindustriales, ya que los fines para los cuales es utilizada es muy diferente, porque en las sociedades campesinas el fin de la cosecha es el autoconsumo y por lo tanto el requerimiento tecnológico es poco, además de que aunque se quisiera cambiar de tecnología de producción no se cuenta con el capital necesario ni las vías de comercialización adecuadas para poder capitalizar y adquirir los aditamentos necesarios y no solo eso si no que no se cuenta con la capacitación necesaria para poder utilizarlos, puesto que son objetos extraños en su medio psicosocial y producen como consecuencia un rechazo por parte de los campesinos hacia estos. (García García, 2003)

Pero a todo esto, cómo reconoce la ley a los habitantes de las zonas rurales, puesto que para ésta no existen conceptos socioculturales y demográficos como los presentados anteriormente, sino se basa en una serie de definiciones ambiguas que describen las funciones de los habitantes y de las tierras en el marco de lo planteado por la Constitución, más propiamente dicho, en el Artículo 27 -el cual trata al respecto de la propiedad de la tierra- y, en lo concerniente al carácter legal de los habitantes de las zonas rurales, estos están sujetos a las disposiciones marcadas por la Ley Agraria.

Entonces, basados en la Ley Agraria, solo existen 2 tipos de habitantes legalmente reconocidos en las zonas rurales, los cuales son:

- Los ejidatarios: que en el Artículo 12, de la sección segunda del título tercero de la Ley Agraria, se definen como “los hombre y las mujeres titulares de derechos ejidales.”
- Los avecindados: que en el Artículo 13, de la sección segunda del título tercero de la Ley Agraria, son definidos como “aquellos mexicanos mayores de edad que han residido por un año o más en las tierras del núcleo de



población ejidal y que han sido reconocidos como tales por la asamblea ejidal o el tribunal agrario competente.”

Como se pudo observar todo gira en torno a el ejido, pero ¿que es el ejido?, volviendo a la Ley Agraria en el Artículo noveno, sección primera del título tercero, ésta menciona que “los núcleos de población ejidales o ejidos tienen personalidad jurídica y patrimonio propio y son propietarios de las tierras que les han sido dotadas o de las que hubieren adquirido por cualquier otro título.”

Entonces un ejido es un núcleo de población propietarios de un pedazo de tierra dotada que es regida por un órgano, compuesto por la asamblea, el comisariado ejidal y el consejo de vigilancia. (Procuraduría Agraria, 1999)

Siendo la asamblea el órgano supremo del ejido, puesto que en esta participan todos los ejidatarios, y, sus funciones son: formular o modificar los reglamentos, además de todas las funciones administrativas y legales que le atañen; el segundo de los órganos ejidales en importancia es el comisariado ejidal, el cual es, el encargado de la ejecución de los acuerdos de la asamblea, además de representar y administrar al ejido y, por ultimo el tercer de los órganos que conforman el ejido es el consejo de vigilancia, el cual se encarga vigilar que los actos del comisariado vayan conforme la ley y el reglamento interno y también revisar las cuentas y operaciones del comisariado. (Ibíd.)

Resulta claro entonces que hablando desde un punto de vista legal, solo se reconocen a dos tipos de habitantes de zonas rurales, los que tienen derechos y los que no, esto hablando desde un punto de vista del ejido y los derechos que adquieren los que pertenecen a éste, en estas 2 categorías de habitantes entran las respectivas familias.

Es debido a esta estructura agraria que la desigualdad se marca más en las comunidades campesinas entre los que tienen derechos ejidales y los que no, volviéndose estos segundos los más marginales dentro del ejido, puesto que no cuentan con un respaldo legal –salvo el reconocimiento de la asamblea- que les permita obtener alguna parcela dentro del territorio del ejido, y por lo tanto se tienen que rentar como mano de obra para los ejidatarios.

Entonces un medio rural tiene influencia directa de la ciudad ya que depende de ésta culturalmente, políticamente y económicamente, siendo en la parte cultural donde se insertan las cuestiones relacionadas al consumo y los estilos de vida.

### **5.3. Los fondos en las zonas rurales**

Para Eric R. Wolf (1971), lo que diferencia a los campesinos de otros grupos de habitantes de las zonas rurales como las etnias o los que se dedican a la agroindustria, son los modelos económicos que presentan principalmente los fondos que obtienen de su cosecha y además como parte de estos pasa a grupos de poder, pues como menciona:

“...los campesinos son labradores y ganaderos rurales cuyos excedentes son transferidos a un grupo dominante de gobernantes que los emplea para asegurar su propio nivel de vida y que distribuye el remanente a los grupos sociales que no labran

la tierra, pero que han de ser alimentados a cambio de géneros de artículos que ellos producen.” (Wolf, 1971: 12)

Pero también, parte de ese excedente de su producción es el que les permite crear fondos para reproducir sus modelos productivos y culturales, ya que no, nada más guardan para tener su ración de calorías necesarias para vivir, sino además requieren de un *fondo de reemplazo* el cual consiste en un extra de semillas que les permita asegurar la siembra y cosecha del siguiente ciclo o también ser utilizado para alimentar el ganado, además de que este no es solo un aspecto técnico sino también cultural. (Ibid.)

Existe también el *fondo ceremonial*, en el cual se canalizan los excedentes sociales, pues en este “...si los hombres han de mantener relaciones sociales, han de trabajar también para construir un fondo destinado a los gastos que esas relaciones originen.” (Ibid.: 16), siendo por esta razón que se le llama excedente social, es cual es utilizado para cuestiones relacionadas con la sociabilización, como vendría siendo una fiesta de quince años o la boda de alguno de los hijos o del mismo contrayente.

El último de los fondos, se relaciona con relaciones de poder que llevan estos con el Estado, siendo este el *fondo de renta*, ya que “...allá donde alguien ejerce un poder superior efectivo, o *dominio*, sobre un agricultor, éste se ve obligado a producir un fondo de renta.” (Ibid.: 18) Pero este no sólo es en una relación con el Estado, sino también pueden entrar especialistas que les vayan a ofrecer alguno de sus servicios o sacerdotes, siendo este último fondo el que distingue al campesino del producto primitivo.

#### 5.4. Espacio radiante y bienes limitados

Adolfo Narváez (2003) basándose en el trabajo de Muntañola menciona respecto al espacio radiante, que éste “establece los límites y las posibilidades del lugar, que como quien mira en torno, inmóvil, como en una llanura desértica y sin marcas, se convierte en el centro, en torno del cual radia toda la existencia. El espacio radiante, así construido establecería la primera noción de frontera, demarcaría la primera diferencia, adentro y afuera se hace entonces por primera vez opuestos.”

Viendo en esta definición que el espacio radiante es la concepción espacial que se tiene más allá del sistema cerrado, siendo la frontera que marca la comunidad para diferenciarse de otras, especialmente con la ciudad, siendo esta noción de frontera la que determina la percepción que tienen los habitantes de las zonas rurales en relación a los bienes con los que cuentan y su capacidad de satisfacer sus necesidades.

En relación a esto, George M. Foster (1980: 50 y 51) propone *el modelo de los bienes limitados*, mencionando que es un tipo ideal y no la descripción de una sociedad rural específica, dividiendo este modelo en cinco puntos, los cuales son:

1. Los campesinos comparten una premisa implícita, una orientación cognoscitiva según la cual perciben su medio ambiente socioeconómico y natural como un sistema cerrado.
2. Los recursos del sistema –naturales, económicos y humanos– son insuficientes para satisfacer las necesidades de cada uno de los miembros, para

proporcionarle los bienes que desea. No solamente están limitados los bienes, sino que son finitos, estáticos, y no pueden ampliarse dentro del sistema.

3. Aunque los campesinos creen que los bienes dentro de su sistema son finitos, también saben que existen otros bienes más allá de las fronteras de su sistema, pero que normalmente no pueden disponer de ellos.

4. En un sistema cerrado, estático, que no se expande ni puede hacerlo, como predice el modelo de los juegos de suma cero, la ganancia de una persona con respecto a cualquier bien debe implicar la pérdida correspondiente para alguna otra.

5. Para evitar ser perdedores, los campesinos en las comunidades tradicionales han desarrollado un estilo de vida igualitario, de pobreza compartida equilibrada, en el cual por medio de una conducta abierta y acciones simbólicas se desalienta a la gente a intentar cambios importantes en su categoría económica y de otras clases.

Entonces un sistema rural es un sistema donde el nivel de organización y especialización depende directamente del ambiente, ya que éste es el que determina la disponibilidad de los recursos con los que se cuenta para subsistir; debido a esto la percepción de los habitantes de las mismas es de un sistema cerrado, donde se presentan bienes limitados y horizontes reducidos a su entorno.

Pero esta concepción de los bienes limitados se agrava en una sociedad de consumo, la cual se basa en la capacidad de elegir entre un sin número de bienes el que mejor satisfaga los deseos. Ya que, como menciona Zygmunt Bauman (2003: 67) “cuanto más pobres son los pobres, más altos y caprichosos son los modelos puestos ante sus ojos: hay que adóralos, envidiarlos, aspirar a imitarlos. Y el “sentimiento subjetivo de insuficiencia”, con todo el dolor del estigma y la humillación que acarrea, se agrava ante una doble presión: la caída del estándar de vida y el aumento de la carencia relativa, ambos reforzados por el crecimiento económico en su forma actual.”

Todo esto, se ve fuertemente influenciado por los medios de comunicación de masas, puesto que aunque los habitantes de las zonas rurales traten de desarrollar un estilo de vida igualitario –no en un sentido de igualdad de derechos, sino en un sentido de igualdad de pobreza- el bombardeo publicitario que se tiene, los cuales promocionan las bondades de la sociedad de consumo las 24 horas, hacen que no pueda haber ningún sustituto en contra de esto. (*Ibid.*)

### **5.5. El escenario de la globalización**

La globalización presentó un gran impulso a fines de la década de los setentas a partir del Consenso de Washington, el cual era la parte política de las ideas de la economía neoclásica de la escuela monetarista de Chicago –siendo impulsadas estas ideas por Ronald Reagan y Margaret Thatcher-, trayendo consigo esto, una desintegración de procesos económicos y modelos de desarrollo que se venían dando en los países subdesarrollado, cambiándolos por modelos globales impuestos por instancias internacionales como el FMI o el BM, cambiando de un ámbito nacional a uno supranacional. (de Mattos, 2003)

Por esta misma línea se encuentra, lo mencionado por Bonfeld sobre la globalización ya que para este autor este término apunta hacia la idea de:

“...que una sociedad cohesiva y aislada y una economía doméstica ya no se sostienen, y que somos testigos de la creación de una economía y de una sociedad verdaderamente globales y de la dependencia de la vida cotidiana de fuerzas globales. Y entonces, se hace la aseveración de que la “globalización” se ha constituido en una transformación cualitativa del capitalismo y que se ha desarrollado una nueva relación de interdependencia más allá de los estados nacionales.” (Bonefeld, 1998)

Es notorio en estos conceptos centrales utilizados de forma peyorativa por los promotores de la globalización: *una economía cohesiva, aislada y doméstica*; que son usados para justificar todas las políticas de mercado que trae consigo ésta, catalogándolas de improductivas.

Pero por otro lado encontramos definiciones como la de García (2001), que para él la globalización es: “más que un termino, es una oscura mancha que se viene extendiendo al interior de la economía mundial y comienza a dominar el escenario y éste es el espacio productivo ganado por la gran corporación.”

Ya que los elementos principales que presenta la globalización son: 1) la creciente importancia de la estructura financiera y el significado que esta trae; así como la creación de un crédito global, siendo de esta manera predominante las finanzas sobre la producción. 2) La importancia de la estructura del saber, esto quiere decir que la producción de conocimiento es un elemento importante en la producción. 3) El crecimiento tecnológico y la transferencia global de esta tecnología. 4) La creación de nuevos oligopolios globales. 5) Una globalización de la producción, el conocimiento y las finanzas. (Bonefeld, 1998)

Estos elementos de la globalización presentan como base una visión de imperialismo de mercado, promovido por las grandes transnacionales, que tienen sus bases en países desarrollados los cuales marcan las pautas en las formas culturales y económicas que predominan en el mundo, trayendo consigo es desgaste de las políticas sociales.

Puesto que en el diseño del movimiento actual globalizador las corporaciones transnacionales (CT) presenta las siguientes características: 1) las CT son las organizaciones económicas más grandes a nivel mundial, debido a esto tienen una influencia grande en las cuestiones políticas; 2) las CT presentan una línea continua con el capital monopólico; 3) siguen la lógica de la extensión y acumulación del capital; 4) para lograr esto se basan en el desarrollo de las fuerzas productivas; 5) son un orden oligopólico en expansión; 6) para llevar a cabo lo anterior se apoyan en coyunturas políticas que puede explotar para su beneficio, como por ejemplo la caída del bloque socialista; 7) reformulan políticas colonialistas apoyadas en los países centrales; 8) su poder se basa en la ayuda otorgada por organismos supranacionales, como el Banco Mundial, OMC, FMI, entre otros; y 9) su expansión crea nuevas formas de organización laboral; 10) acaparan todo lo relacionado con las comunicaciones, las cuales son las nuevas formas de poder, y también controlan las cuestiones energéticas, las cuales son formas de control (García, 2001).

Son estas características de las corporaciones transnacionales las que se apoyan en las bases de la ideología de la globalización las que crean los estados de desigualdad que se vive actualmente en la sociedad poscapitalista.

Puesto que en estos modelos productivos posfordistas cada vez más se sustituye la mano de obra humana por la de las máquinas, trayendo consigo esto que las formas de organización de la producción asigne menos tareas a las personas y por lo tanto a los pocos que contratan en línea les paga salarios cada vez más precarios. (Narváez, 2003)

Estas cuestiones están basadas en los principios del libre mercado, el cual parte del supuesto - como menciona Wallerstein (2003)- de que “una competencia al máximo, y por tanto, en una eficiencia máxima en la producción y en la reducción de los precios y, así en grandes beneficios para el consumidor.”

Creando esto, nuevas formas de trabajadores que se pueden dividir en dos tipos de clases populares mencionada por Amir (2003), las cuales son:

- 1) Clases populares estabilizadas: las cuales son las que están relativamente más o menos seguras en sus empleos, debido a que son mano de obra calificada o profesional, lo cual les puede dar un poco más margen de negociación con el patrón y esta capacidad es la que les da mayor peso político y,
- 2) clases populares precarias: que son los obreros, estos se encuentran debilitados por su baja capacidad de negociación; además de componerla también las personas que no perciben salarios, como vendrían siendo los desempleados o los que se insertan en el sector informal.

Siendo el segundo tipo de clase popular las precarias, las que se encuentran más desprotegidas, puesto que estas formas de libre mercado lo único que traen consigo es la desigualdad que se presenta actualmente en el mundo, ya que como todo lo concerniente a las cuestiones económicas están supeditadas a los lineamientos de los organismos internacionales y de las grandes transnacionales las cuales son las dueñas del capital no les interesa el nivel de bienestar que presente la población, sino más bien las características y facilidades que presente el país para que estas últimas puedan obtener mayores ganancias.

Es por estas razones que Bauman (2003) menciona la caída del Estado Benefactor, ya que la función de éste era proporcionar gente educada y con buenas condiciones de salud al mercado laboral –en los países donde era posible llevar a cabo esto- que en esa época era interno y por lo cual este era financiado por las empresas que pertenecían a la Nación, pero al irse privatizando y con la entrada de las corrientes neoliberales que trajeron consigo a las grandes transnacionales a los países subdesarrollados, que de por sí presentaban un deficiente sistema de seguridad social basado más en sistemas asistencialistas o paternalistas que requerían ser financiado por los gobiernos locales que a su vez obtenían esos recursos de sus pocas empresas o la explotación de sus recursos naturales, con los cuales podían mantener de cierta forma el equilibrio en su sistema, ya que estos eran cerrados, pero al privatizar sus empresas y dar en comodato sus recursos naturales a inversiones extranjeras, se quedaron sin una fuerte entrada de recursos para llevar a cabo las políticas sociales y a las nuevas empresas no les interesaba invertir en eso, por que significaba tener una mano de obra con mayor valor, puesto que tendrían mayor nivel educativo y serían una mano de obra más calificada y por lo tanto les traería menores ganancias.

Todo lo anterior trajo consigo una enorme desigualdad y exclusión social en los países subdesarrollados, ya que no se parte de la misma situación para todos y los individuos no cuentan con las mismas capacidades para su desarrollo.

### **5.6. Los medios de comunicación de masas y la transmisión de formas simbólicas urbanas**

Para Marshall McLuhan (1985), el desarrollo tecnológico es una extensión del cuerpo que establece una prolongación real de los sentidos y, en el caso del desarrollo de los medios de comunicación de masas –como la televisión, el periódico o la radio- hacen que esta prolongación cree nuevas formas de sentir la realidad o permita observar otras ajenas a nosotros, como los sucesos ocurridos en Irak –por decir un ejemplo- aparte de que, también crean modelos culturales globales, por lo tanto son los constructores de la realidad en la actualidad.

Esta construcción de la realidad a partir de los medios de comunicación de masas es gracias a la comunicación de masas, la cual Thompson (2002) define como: “la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación.”

Se puede notar en esta definición que aparece la palabra bienes simbólicos, para que quede más claro esto, hay que definir la palabra símbolo, que para Paul Ricoeur (2002) los símbolos son: “las expresiones de doble o múltiple sentido cuya textura semántica es correlativa del trabajo de interpretación que hace explícito su segundo sentido o sus sentidos múltiples”. Y para Howard Gardner (2000), un símbolo es: “toda entidad (material o abstracta) que pueda denotar o referirse a otra entidad”; mencionando más adelante que: “un símbolo puede transmitir cierto estado de ánimo, sentimiento o tono: nuevamente en tanto que la comunidad pertinente escoja interpretar un símbolo particular en determinada forma.”

Es por eso, que los procesos de producción y difusión generalizada de los bienes simbólicos por medio de la comunicación masiva, pueden influir en el comportamiento de consumo de los habitantes, ya que por medio de los medios masivos de comunicación se crea o se modifica la realidad por medio de nuevos códigos simbólicos, creando nuevas necesidades<sup>6</sup>.

Para entender lo anterior un poco más, es necesario explicar como se va dando esa transmisión de necesidades de consumo; puesto que para John B. Thompson (2002), la transmisión de formas simbólicas es cuando “se caracterizan las formas simbólicas como fenómenos significativos que a la vez son producidos y recibidos por individuos situados en contextos específicos, también implicamos que en general las formas simbólicas se

---

<sup>6</sup> Algunos ejemplos de esto serían los trabajos de Katz (1974) sobre la difusión de las nuevas ideas y practicas a través de los medios de comunicación; el trabajo de Lazarsfeld & Menzel (1974) sobre los medios de comunicación y como influyen estos en las personas; y Klein (2001) en su trabajo sobre la creación de marcas y como estas sustituyen a los productos.

transmiten, de una u otra manera, del productor al receptor.” Siendo estas la mayoría de las veces bienes de consumo que marcan las pautas de la vida en sociedad.

Porque, en este concepto, se ve una relación productor/receptor en contextos distintos, lo cual crea que esta transmisión se dé de una forma arbitraria de un emisor a un grupo grande de receptores, sin existir un proceso de retroalimentación, marcando las pautas culturales por procesos ideológicos que en palabras de este mismo autor la ideología “son las formas en que el significado sirve, en circunstancias particulares, para establecer y sostener relaciones de poder sistemáticamente asimétricas (son) relaciones de poder...en términos generales la ideología es significado al servicio del poder.” Y estas ideologías están al servicio del poder de las grandes transnacionales, la cuales marcan las pautas de las formas culturales por medio de la comercialización de sus marcas, ya que como se vio en la era de la información, los bienes reales pasaron a jugar un papel secundario, dicho en palabras de Klein (2001): “las marcas están carentes de producto, lo que te venden es un estilo de vida.”

Relacionado con lo anterior Luhmann (1995), entiende al poder como un *medio de comunicación generalizado*; definiendo a los medios de comunicación como: “un mecanismo de lenguaje, en otras palabras, a un código de símbolos generalizados que guía la transmisión de selecciones.”

En esta definición se encuentran una frase clave para poder explicar mejor lo de la relación de la ideología y las marcas; siendo esta *la transmisión de selecciones*, que en palabras de Luhmann (*Ibid.*): “todos los medios de comunicación suponen situaciones sociales con la posibilidad de elección por ambas partes, en otras palabras, situaciones de selectividad de doble contingencia. Precisamente eso es lo que le da a estos medios su función de transmitir selecciones desde un *alter* a un *ego* en tanto que preservan su selectividad.” Esto quiere decir, que los procesos comunicativos juntan compañeros, en donde ambos (*alter* y *ego*) “completan sus propias selecciones y ambos saben que esto ocurre por el otro”.

Por lo cual, resulta importante mencionar el por qué para Luhmann los medios de comunicación tienen una función de *incentivo*, debido a que esta muy relacionado con lo anterior y con lo de la transición de formas simbólicas, ya que:

“...los medios de comunicación tienen una función de incentivo; porque incitan la aceptación de las selecciones de otra gente y, por lo general, hacen de esa aceptación el objeto de expectativas. Por consiguiente, los medios de comunicación siempre se pueden formular cuando el *modo de selección de un compañero* sirve simultáneamente como una *estructura de incentivo para el otro*.”

Esto quiere decir, que los procesos comunicativos sirven como medio para que diferentes personas en dos lugares distintos puedan tener gustos más o menos homogéneos en relación con la selectividad de símbolos en los cuales estos están inmersos, siendo esta función de incentivo de los medios de comunicación es la que es utilizada por las compañías transnacionales para la generación de símbolos de consumo o marcas.

Referente a lo anterior, Luhmann (*Ibid.*) menciona que otra función de los medios de comunicación relacionada con la retroalimentación es la de *transmitir complejidad*

*reducida*, la cual se explica como “la selección hecha por un *alter* (que) limita las selecciones posibles de un *ego* al ser comunicadas bajo condiciones específicas, que son definidas en forma más estricta más adelante”.

Esto, se puede explicar como un proceso mediante el cual la transmisión de los símbolos se rige por la tendencia marcada de las transnacionales, las cuales por decirlo en palabras de Luhmann transmiten una complejidad reducida, limitando la selección de símbolos posibles en el universo cognoscitivo creado por los medios de comunicación de masas.

Siendo por esto, los encargados de transmitir esa complejidad reducida los medios de comunicación de masas como se acaba de ver, puesto que para estos el producto que venden es la información, siendo para Pintos (1998) *empresas productoras de la realidad*, las cuales crean nuevas mercancías en la era de la información, dichas mercancías son los logos, que para los expertos del marketing son estilos de vida que sobrepasan el producto (Klein, 2001).

Siendo el último referente de la producción de la realidad el público y, vía el consumo de estos es como van existiendo un nuevo tipo de empresas (las de la producción de la realidad), debido a que la realidad que transmiten los medios de comunicación de masas diariamente, tiene como función ser el soporte de los anuncios publicitarios y, por lo tanto, lo que se busca es la creación de una programación que atraiga a las masas, para de esta manera, aumentar su audiencia, lectores o espectadores dependiendo del caso y es aquí donde se encuentra el rol que desempeñan las empresas de producción de la realidad (Pintos, 1998).

### **5.7. Medios de comunicación de masas, cultura, símbolos y nuevas necesidades**

Pero todo esto cómo se inserta en la cultura campesina, para poder contestar lo anterior es necesario definir el concepto de cultura, que para Clifford Geertz (1997: 88) está relacionada con las formas simbólicas que se presentan en la sociedad, ya que “la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios por los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida.”

Esta transmisión de significaciones, en las culturas tradicionales, se daba por medio de la oralidad, siendo mundos de sonidos, como menciona Marshall McLuhan (1985) que “el mundo del oído es un mundo hiperestésico y caliente”; pero conforme avanzaron los procesos tecnológicos se fueron modificando los medios de transmisión de los símbolos, ocurriendo una transferencia hacia un mundo relativamente neutro y frío, un mundo de la vista.

Permitiendo la entrada a estos mundos fríos, que el impacto sobre el receptor sea cada vez mayor en la actualidad, dado que la imagen juega con la representación de lo sensible y la palabra conceptualiza el mensaje, puesto que se combinan la imagen y la palabra, y la imagen produce tres tipos de efectos -un efecto de *realidad*, un efecto de *ficción* y un efecto



de verdad<sup>7</sup>-, siendo posible crear realidades subjetivas que se convierten en fenómenos culturales, y una de ella es la creación de deseos que se pueden satisfacer consumiendo tal o cual bien.

---

<sup>7</sup> Charaudeau (2003: 142) menciona que el efecto de realidad es, "cuando la imagen tiende a producir la ilusión de que la realidad se muestra tal como es en el momento de surgir y desarrollarse"; el efecto de ficción ocurre "por medio de procedimientos de "figurativización", (puesto que) tiende a representar de manera analógica una realidad que ya se ha producido; y el efecto de verdad es cuando, " por medio de procedimientos de "visualización, (se) permite hacer visible, a través de un sistema de representación codificada, lo que no puede verse a simple vista".

## **6. METODOLOGÍA**

En este apartado, se presentan los principales elementos teóricos que sirvieron para determinar a los informantes claves y la técnica de medición, con la finalidad de poder contestar las preguntas de investigación planteadas de manera inicial. Pues, lo que se trata de explicar es el proceso que esta ocurriendo de la inserción de los símbolos urbanos en las zonas rurales, los cuales crean nuevas necesidades en los pobladores, trayendo como consecuencia que se modifique la percepción del espacio rural, por lo cual se vuelve para los pobladores en un espacio suburbano, debido en parte a la influencia en este proceso de los medios de comunicación de masas.

Por lo cual, en un contexto como el anterior, los niños son los actores rurales más susceptibles y receptores a dichos cambios, es por ésta razón que ellos se vuelven informantes claves para los fines del estudio. Ya que, los niños rurales ayudan a sus padres en las labores en el campo, como son los diversos trabajos que se llevan a cabo en la parcela, pero a diferencia de las generaciones pasadas los niños de hoy cuentan con más tiempo libre, el cual lo destinan en ver televisión, por lo tanto están familiarizados con los contenidos de los programas y sobre todo con las marcas de los productos que se anuncian en los comerciales, volviéndose parte de las conversaciones de su vida cotidiana (Baños, 2002).

Otra característica importante, es que las representaciones que el niño hace de su realidad son parte de la construcción de su conocimiento, el cual contribuye a la formación de sus sentimientos morales, sociales y los juicios de valor. Por lo tanto estos procesos hacen que el niño, aprenda y decodifique el mundo en el cual se esta desarrollando. Además de que el niño como cualquier sujeto social aprende, decodifica la información, los saberes, los valores y las experiencias en un todo articulado, que es su visión del mundo, por lo tanto ésta no es la repetición mecánica de lo dicho por otros o los medios de comunicación de masas (Hernández & Ortiz, 1995).

Es en las conversaciones de la vida cotidiana de los niños, donde se van presentando los símbolos urbanos que han sido interiorizados y por los cuales se va modificando la forma en la cual perciben su ambiente, modificándose de esta manera su nicho y por lo tanto sus relaciones socioculturales con relación a la comunidad en la cual se desenvuelven. De este

modo ellos tratarán de imitar el estilo de vida que creen se lleva en la ciudad, el cual es una construcción transmitida por los medios de comunicación de masas, ya que como menciona Luhmann (2000: 1) “lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación para las masas”.

Por lo tanto, esa construcción del mundo que es transmitida por los medios de comunicación de masas, es interiorizada, decodificada y aprendida por el sistema cognitivo del niño y por lo tanto reproducida por él, hecho que modifica la forma de percibir su espacio vital en relación a sus mayores, ya que como menciona Narváez (2004: 167) “nuestra experiencia de exterioridad, lo que consideramos lo concreto, está relacionado con nuestra experiencia de interioridad y ambas están enlazadas con una forma de existencia conocida: unas formas de acción frente al mundo, unas maneras de imaginarlo, unos objetos conocidos y unas normas que nos indican cómo debemos ser.”

Dado lo expuesto en los párrafos anteriores, una forma por la cual se puede medir la información que se genera sobre la interiorización de los símbolos y cómo estos se perciben, son las **redes semánticas**, conociéndoseles de esta manera, debido a que, por el recorrido y activación de los conceptos que configuran la red se obtiene el significado de algo, con lo cual se forman los esquemas de conocimiento los cuales se usan “con frecuencia para representar estructuras de datos con grupos de conceptos que constituyen el conocimiento genérico acerca de eventos, escenarios y acciones que se han adquirido en experiencias pasadas.” (López, 2002: 18).

Por lo tanto las redes semánticas naturales de un concepto son definidas por su creador Jesús Figueroa (1981: 449) como:

“...aquél conjunto de conceptos elegidos por la memoria a través de un proceso reconstructivo. No está dicha red dada únicamente por vínculos asociativos. La red semántica de un concepto está dada por la naturaleza de los procesos de memoria que eligen los elementos que la integran. Dicha selección no se hace en base a la fuerza de la asociación, sino a la *clase de propiedades* de los elementos que integran la red...(además) el conocimiento adquirido se integra a la estructura presente enriqueciéndola, y es la memoria como proceso activo de reconstrucción la que extrae la información necesaria para formar la red semántica. Este proceso...es el responsable de la compleja interrelación de los eventos que confieren al lenguaje uno de sus principales aspectos: el significado.”

También la red semántica de un concepto, tiene su origen en los postulados conceptuales de la psicología cognoscitiva, los cuales dicen que la memoria es un mecanismo básico de los procesos cognoscitivos y por lo cual, ésta es un proceso dinámico en el que se reconstruye la información que impacta al organismo. Por lo tanto la información que se tiene sobre algo influye en el comportamiento posterior hacia ese algo (Moreno, 1999).

### **6.1. Determinación teórica de los informantes**

Como ya se menciono anteriormente, los actores rurales claves para el presente estudio serán niños cuyas edades vayan de los diez a los doce años de edad y se encuentren estudiando; esta edad fue determinada en función de lo postulado por Piaget (1985), debido a que para el existen seis estadios del desarrollo mental del niño, los cuales van desde que nacen hasta que llegan a la adolescencia, siendo el quinto estadio el que corresponde a la segunda infancia y abarca de los siete a los doce años, en la cual se presentan las operaciones intelectuales concretas, aparece la lógica y también los sentimientos morales y sociales de cooperación. Puesto que como menciona este autor es justamente en este estadio cuando el niño marca un hito decisivo en su desarrollo mental, debido a que aparecen formas de organización nuevas que afianzan lo construido en la etapa anterior, por lo cual aseguran un equilibrio más estable y se van creando construcciones nuevas. Además de que se ya empieza a haber la capacidad de cooperación, debido a que ya no confunde su punto de vista con el de otros, sino que ya los disocia para coordinarlos.

Por otro lado las conductas impulsivas de la primera infancia, que van acompañadas del egocentrismo intelectual y la credibilidad inmediata, son modificadas hacia una conducta de la reflexión, puesto que el niño empieza a pensar antes de actuar. Por lo cual lo anterior lleva a la construcción de la lógica en el infante, la cual constituye “el sistema de relaciones que permite la coordinación de los puntos de vista entre sí, de los puntos de vista correspondientes a individuos distintos y también de los que corresponden a percepciones o intuiciones sucesivas del mismo individuo” (Piaget, 1985: 65).

Por lo cual, ya se va observando que el niño comienza a diferenciar el mundo desde una asimilación racional, porque empieza a estructurar la realidad vía la razón, puesto que ya es capaz de construir explicaciones atomísticas. Pues “el todo es explicado por la composición de las partes, y ello supone una serie de operaciones reales de segmentación o partición, por una parte, y una reunión o adición por otra, así como desplazamientos por concentración o separación.” (Piaget, 1985: 71)

Además se constituyen una serie de sistemas de conjuntos, los cuales transforman las intuiciones de la primera infancia en operaciones de todas clases, dándose de esta manera la transformación en el pensamiento. Puesto que estos sistemas son formados a través de una especie de organización total y rápida, ya que ésta siempre es construido en función de la totalidad de operaciones similares, ya que “un concepto o una clase lógica (reunión de individuos) no se construye aisladamente, sino necesariamente dentro de una clasificación de conjunto de la que representa una parte.” (Piaget, 1985: 77)

Es por lo expuesto en los párrafos anteriores que se decidió trabajar con éste grupo de actores rurales, aunque Valdez Medina (1998) menciona que el uso de las redes semánticas se recomienda aplicarse a individuos mayores de diez años, debido a que los que son menores de ésta edad les resulta más difícil definir con palabras sueltas un concepto y por ende la jerarquización de los conceptos más, se encontró en la aplicación de los instrumentos que se puede trabajar hasta niños de ocho años.

## 6.2. La técnica de las redes semánticas naturales

La técnica consiste, en pedirles a la población estudiada que definan de forma clara y precisa la palabra estímulo, esto mediante el uso mínimo de cinco términos sueltos que consideren están relacionados con ella, para lo anterior se pueden usar verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, etc. sin utilizar artículos ni preposiciones. Después se les pide que jerarquicen todas y cada una de las palabras que dieron como definidoras, en función de la relación, importancia o cercanía que consideren que tienen con la palabra estímulo (Hernández & Valdez Medina, 2002).

En relación al tiempo y el número de palabras estímulo que se pueden aplicar, Valdez Medina (1998) menciona que el factor tiempo no es un factor importante en la realización de las tareas, pero recomienda que no se den más de cinco minutos para la definición de la palabra estímulo, lo cual corresponde a la primera tarea del ejercicio, ya que si se pasan de los cinco minutos del tiempo se corre el riesgo de que los informantes comiencen a escribir palabras que no tengan sentido con la palabra estímulo, y en relación al tiempo que se le da para la jerarquización de las palabras definidoras éste no debe de ser mayor a dos minutos. Por otro lado, en relación al número de palabras estímulo que se pueden aplicar, estas no deben de ser más de cinco por sesión, ya que de lo contrario se pueden cansar los informantes o les puede resultar tedioso el ejercicio y por consecuencia comenzar a escribir palabras que no tienen relación con la palabra estímulo o palabras que usaron con anterioridad.

Con los datos que surgen de este procedimiento se obtiene cuatro valores los cuales son:

- 1) **Valor J:** es el total de palabras definidoras para cada palabra estímulo, este indica la riqueza semántica de la red.
- 2) **Valor M:** es el indicador del peso semántico para cada una de las palabras definidoras, este se obtiene multiplicando la frecuencia con la cual apareció la palabra por la jerarquía dada.
- 3) **Valor SAM:** es el grupo de las diez palabras definidoras que obtuvieron los valores más altos del valor M.
- 4) **Valor FMG:** este es el porcentaje que presentan las palabras definidoras.
- 5) **Valor G:** este es la diferencia entre el valor M menor y el valor M mayor del conjunto SAM, el cual se divide entre 10.

Para obtener el valor J, solo se tienen que contar las palabras definidoras dadas por los informantes; por otro lado para obtener el valor M éste se calcula en base a los siguientes valores: para la jerarquía 1 se le da un valor de 10 puntos, la 2 vale 9, la 3 vale 8 y así sucesivamente hasta llegar a al 10 que vale 1 punto, una vez sustituidas las jerarquías por sus valores semánticos se calcula el valor M multiplicando la frecuencia de aparición (FA) por el valor semántico (VS); por ultimo para la obtención del valor SAM y el valor FMG, estos se consiguen a partir del valor de M (Valdez Medina, 1998).

El valor G, indica la cercanía que presentan los 10 valores M con los que se compone el conjunto SAM, en donde los valores G bajos indican una gran densidad semántica y valores G altos poca densidad, lo cual indica que existe distancia entre los conceptos que componen la red (López, 2002).

Una vez obtenidos estos datos, se construyen categorías semánticas, las cuales se obtienen de la sinonimia que presentan algunas palabras definidoras, teniendo como finalidad compactar la información que se obtiene, con la razón de no perder información que pueda ser significativa para la definición de la palabra estímulo (Valdez Medina, 1998).

### **6.3. Aplicación de la técnica**

Para la obtención de los datos que permitieron cumplir con lo planteado en los objetivos del estudio, se utilizaron como palabras estímulo: **casa, comida y bebida.**

Pues con la palabra comida, lo que interesaba saber es qué conceptos se relacionan y cómo se presenta la idea de la misma en las zonas rurales, rururbanas y en la ciudad, lo mismo se plantea con el uso de la palabra bebida, aunque también se esperaba que aparecieran bebidas o marcas urbanas y la casa se utilizó para ubicar cuál es la idea que se tiene sobre la misma y si existen diferencias sobre éstas en los tres casos.

Dicho instrumento, se aplicó a niños y niñas cuyas edades oscilaban entre los 8 y 12 años, pues el criterio de selección se llevó a cabo en función de los grados, cubriéndose una muestra que iba del cuarto al quinto año. Dichos niños habitan en algunas localidades rurales de Linares, en la cabecera municipal de Iturbide y en la zona urbana de Linares.

Se les dio un máximo de 5 minutos para que contestaran cada una de las palabras estímulo y 2 minutos para que jerarquizaran las palabras definidoras, esto se llevó a cabo en las escuelas de las localidades, además de que se les permitió que cambiaran de palabra estímulo en caso de que terminaran antes del tiempo establecido de llenar el instrumento, pero una vez llenada esa palabra estímulo no se les permitía regresarse o modificar lo puesto antes, pues de esta manera se obtenía la idea principal.

El número de individuos a los que se aplicó el instrumento varió dependiendo la zona y la accesibilidad a estos, pues en el caso de Linares rural se trabajó con niños que estudian en los centros de estudio del CONAFE (Consejo Nacional de Fomento a la Educación), pero como estos cuentan con baja población de alumnos sólo se pudieron obtener 18 casos, los cuales equivalen al 80 % aproximado de la matrícula de niños de esa edad en la Zona III del CONAFE, la cual es la que le brinda servicio a la región de Linares, Hualahuises y una pequeña parte de Montemorelos.

Para el caso de Linares urbano, se aplicó el instrumento a 50 individuos de una escuela ubicada en el primer cuadro de la ciudad y en el municipio de Iturbide se utilizó a una misma cantidad de niños, pero se tuvieron que eliminar dos casos, por que los niños escribieron pseudopalabras y por lo tanto no se podían procesar, el aplicarlo en éste

municipio se debió a que se trato de ubicar una zona que presentara características tanto rurales como urbanas.

Con relación al instrumentó, este se realizo en forma de cuadernillo en maquina, donde cada una de las hojas contaba con una de las palabras estimulo, además de que cada una de éstas se acomodaron en orden distinto, en el anexo se presentan uno de los instrumentos usado para el presente en el estudio.

#### **6.4. Modelo estadístico**

Con la finalidad de contextualizar el acceso a los medios de comunicación de masas en las localidades rurales de Nuevo León, se corrió en el programa SPSS 10.0® un análisis de varianza utilizando la prueba de Tukey ( $P= 0.05$ ) para cada uno de los grados de marginación por la cantidad de radios y televisores con las que cuenta cada una de estas, para ver si existe alguna diferencia entre tener acceso a estos medios de comunicación de masas y el grado de marginación de las localidades rurales de Nuevo León.

Para lo anterior se utilizaron los datos por localidad para Nuevo León del XII Censo de Población del INEGI, empleándose por algo practico el concepto de localidad rural dado por INEGI para determinarlas y se utilizó el grado de marginación por localidad dado por la CONAPO para el año 2000.

#### **6.5. Área de estudio**

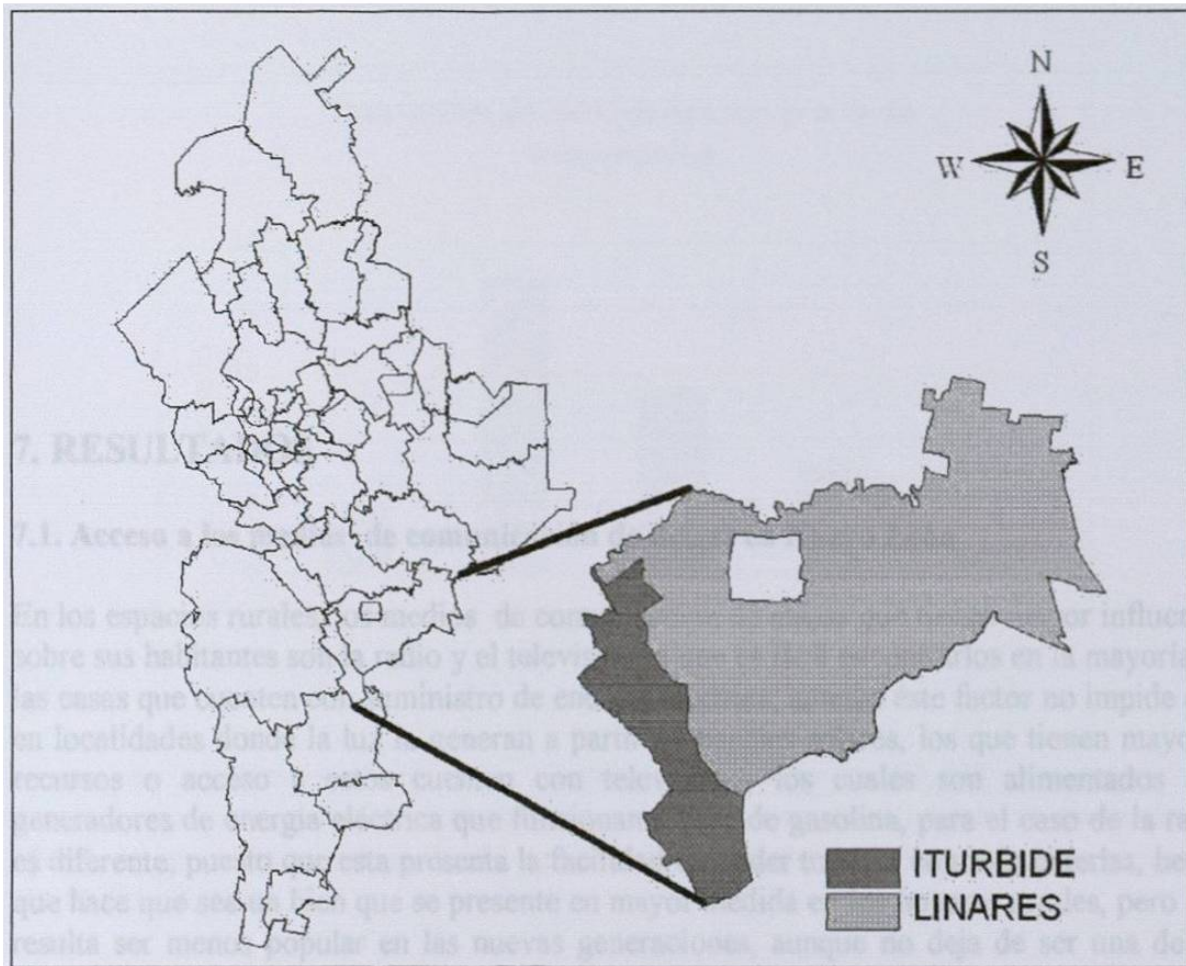
El área de estudio la comprenden los municipios de Linares e Iturbide, en el primer caso se divide en dos zonas que son Linares rural y Linares urbano.

Linares rural lo comprenden las localidades de: el Cerrito, la Laja, la Florida, los Sabinos y el Puerto.

En Linares urbano, el área de estudio se ubico en el primer cuadro de la ciudad visitándose la escuela primaria Francisco I. Madero, la cual es estatal.

En el municipio de Iturbide el instrumento se aplico al igual que en el caso de Linares urbano en la cabecera municipal, siendo la escuela primaria federal Miguel Hidalgo donde se llevo a cabo la aplicación del instrumento.

**Figura 2: Localización del área de estudio**





## **7. RESULTADOS**

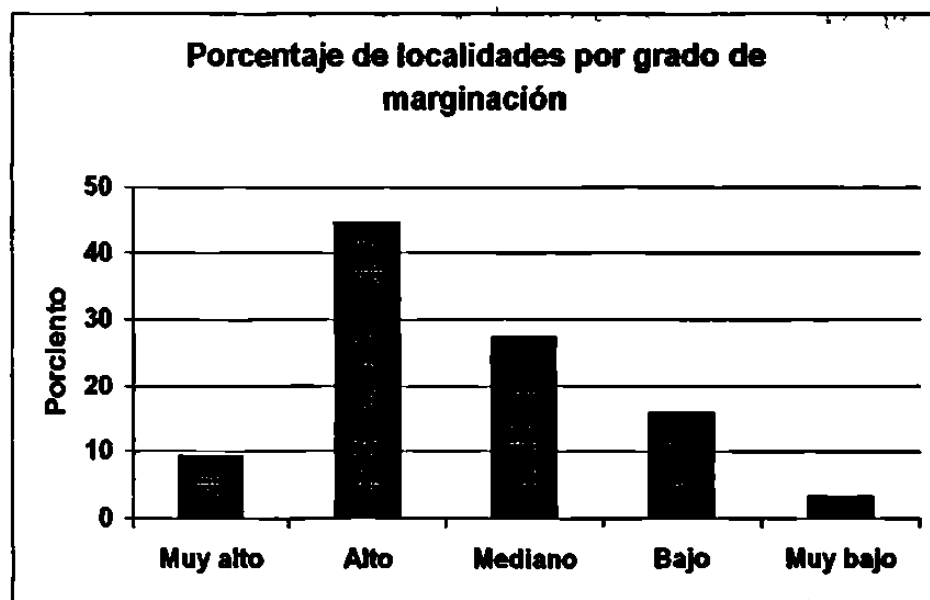
### **7.1. Acceso a los medios de comunicación de masas en Nuevo León**

En los espacios rurales, los medios de comunicación de masas que tienen mayor influencia sobre sus habitantes son la radio y el televisor, ya que es fácil encontrarlos en la mayoría de las casas que cuenten con suministro de energía eléctrica, aunque éste factor no impide que en localidades donde la luz la generan a partir de paneles solares, los que tienen mayores recursos o acceso a estos cuenten con televisores, los cuales son alimentados con generadores de energía eléctrica que funcionan a base de gasolina, para el caso de la radio es diferente, puesto que esta presenta la facilidad de poder trabajar con solo baterías, hecho que hace que sea un bien que se presente en mayor medida en los hogares rurales, pero que resulta ser menos popular en las nuevas generaciones, aunque no deja de ser una de las principales fuentes de información local al contrario de la televisión que es fuente de información global. Por lo cual se presenta el acceso que tienen a estos medios de comunicación de masas los habitantes de las zonas rurales.

#### **7.1.1. Contexto poblacional de las localidades rurales marginadas**

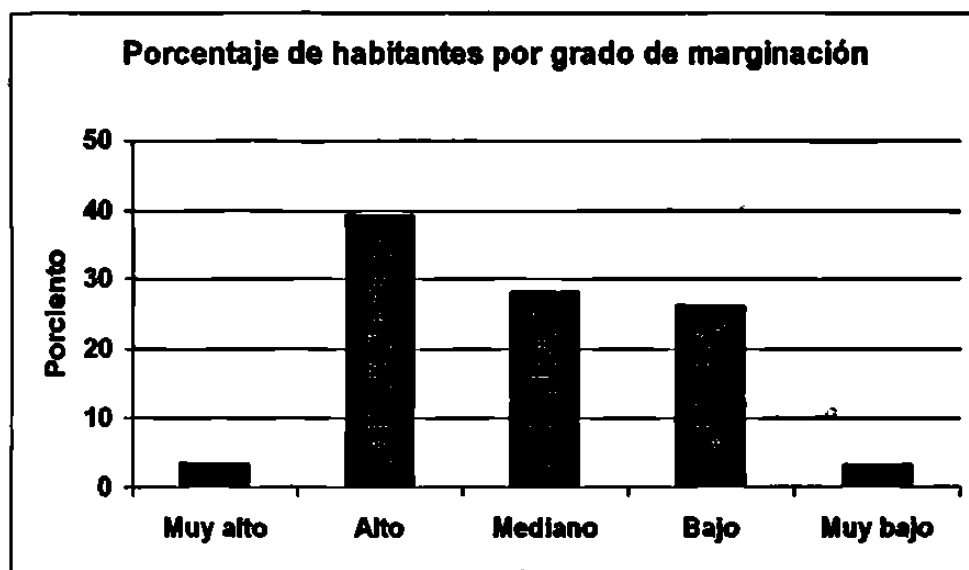
En Nuevo León existen 2,116 localidades rurales, de las cuales el 9.3% presentan un grado de marginación muy alto, el 44.6% se encuentran en un grado alto, el 27.2% están en un grado medio, el 15.8% son grados bajos y el 3.2% corresponden al grado muy bajo. (Grafica 1)

**Grafica 1: porcentaje de localidades rurales por su grado de marginación en el estado de Nuevo León**



El total de habitantes que hay en las localidades rurales es de 193,893, de estos el 3.3% viven en grados muy altos de marginación, el 39.3% se encuentran en un grado alto, el 28.1% en un grado medio, el 26.2% en grados bajos y el 3.13% se encuentran en grados muy bajos. (Grafica 2)

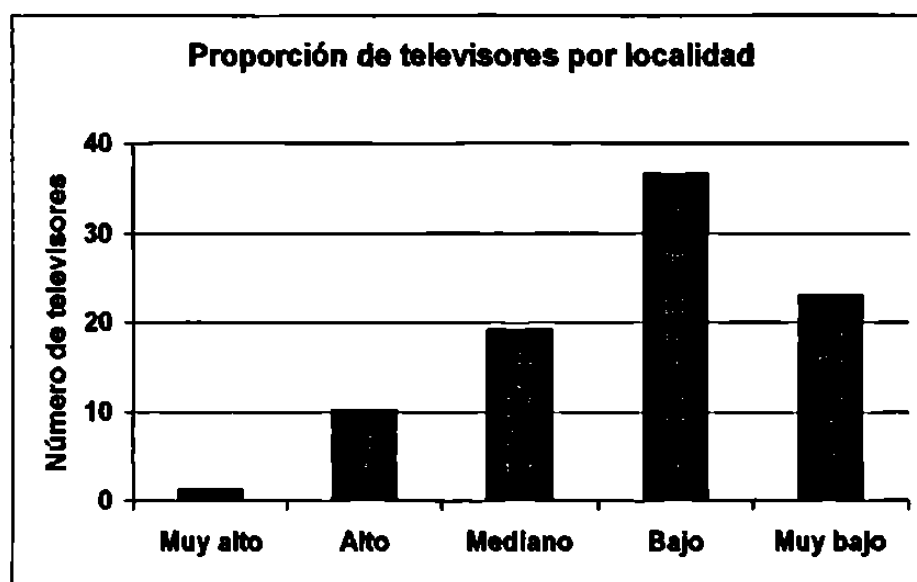
**Grafica 2: porcentaje de habitantes rurales por su grado de marginación en el estado de Nuevo León**



### 7.1.2. La televisión

En lo que corresponde a las zonas rurales de Nuevo León, la proporción de televisiones por el total de localidades es de 16, y en las localidades con grado muy alto de marginación es de 1.2 televisores, en grados altos es de 10.2, en el grado medio 19.1, el grado bajo 36.5 y el grado muy bajo 22.9 televisores. (Grafica 3)

**Grafica 3: proporción de televisiones por grado de marginación en Nuevo León**



El ANOVA indico diferencias significativas en relación al número de televisiones por localidad ( $F= 57.1$ ; G. L.= 4;  $P= 0.0001$ ).

**Tabla 1: Numero de televisiones por localidad respecto el grado de marginación**

Grado de marginación	de Localidades (n)	Televisión $\bar{x} \pm DS$	
Muy alto	196	$1.24 \pm 5.31$	a
Alto	943	$10.21 \pm 15.31$	b
Mediano	575	$19.1 \pm 29.49$	c
Muy bajo	67	$22.88 \pm 50.52$	c
Bajo	335	$36.54 \pm 32.94$	d

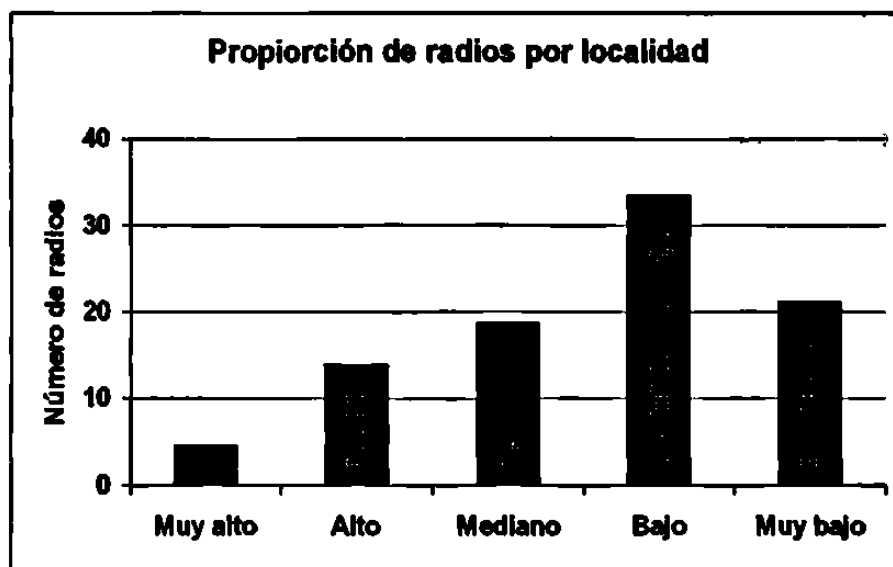
\*Letras iguales indican grado de significancia

En la tabla 1, se puede observar que existen diferencias entre las medias de la cantidad de televisores para el grado de marginación muy alto, alto y bajo, pero no existe diferencia entre las localidades que se encuentran en el grado medio y muy bajo a pesar de la diferencia en el número de localidades.

### 7.1.3. El radio

Con relación a su accesibilidad en las zonas rurales de Nuevo León, existe una proporción de 18 radios por localidad en general, para las localidades que presentan los grados más altos de marginación es de 4.5 radios, en las localidades con grado alto es de 13.8 radios, el grado medio 18.6 radios, el grado bajo 33.4 radios y el grado muy bajo presenta una proporción de 21 radios por localidad. (Grafica 4)

**Grafica 4: proporción de radios por grado de marginación en Nuevo León**



La prueba de ANOVA indicó diferencias significativas en relación al número de radios por localidad ( $F= 37.08$ ; G. L. = 4;  $P= 0.0001$ ).

**Tabla 2: Numero de radios por localidad respecto el grado de marginación**

Grado de marginación	de Localidades (n)	Televisión $\bar{x} \pm DS$	
Muy alto	196	$4.51 \pm 5.97$	a
Alto	943	$13.76 \pm 17.74$	b
Mediano	575	$18.65 \pm 26.94$	b
Muy bajo	67	$20.91 \pm 45.6$	b
Bajo	335	$33.38 \pm 55.38$	c

\*Letras iguales indican grado de significancia

En la tabla 2, se puede observar que existen diferencias en las medias de las localidades con grados muy altos de marginación y los de un grado bajo, mas no así en los otros grados, puesto que estos no presentan diferencias en sus medias entre sí según la prueba estadística.

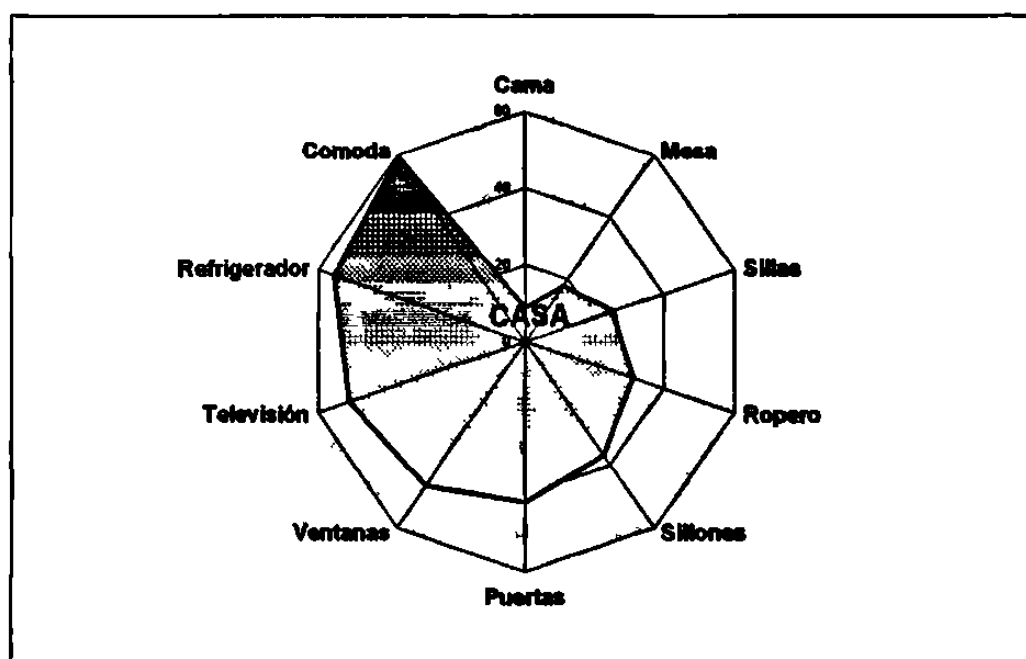
## 7.2. El habitar

El presente apartado está constituido con los resultados obtenidos con el instrumento que midió la red semántica de la palabra CASA, presentándose para cada una de las tres zonas en la cual fue aplicado el mismo.

### 7.2.1. Linares rural

En lo que respecta al habitar, en Linares rural se compuso principalmente por objetos que presentan una función determinada dentro de la casa donde no se encontró una denominación del espacio habitado, sino más bien solo los objetos que ocupan el mismo, no habiendo una especialización del espacio en las palabras que componen el conjunto SAM, donde la palabra cama ( $M = 69$ ) es la que define más el concepto de casa, mesa ( $M = 68$ ) es la que le sigue en cercanía semántica y en tercer lugar sillas ( $M = 60$ ), siendo estas palabras las que obtuvieron el mayor peso semántico de las 69 del valor J, siendo cómoda ( $M = 30$ ) la que presentó en menor valor de dicho conjunto y por consiguiente dentro de éstas es la que se relaciona más bajo con la casa. (Grafica 5)

**Grafica 5: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de casa en Linares rural**



En cuanto a la organización semántica de los conceptos se nota que cama, mesa y sillas son el grupo de palabras que definen casa con mayor fuerza semántica, aunque no hay una distancia considerable entre éstas con el resto de las palabras dadas por los niños, ya que el valor de G es de 1.6 el cual resulta bajo, y además el resto de las palabras forman un conjunto con poca distancia semántica, pues los valores de G oscilan entre 0.4 y 0.2, lo cual hace que sea un grupo con gran densidad. (Tabla 3)

**Tabla 3: conjunto SAM para el concepto casa en Linares rural (J = 52)**

	<b>SAM</b>	<b>M</b>	<b>FMG</b>	<b>G</b>
1.	Cama	69	100	0
2.	Mesa	68	98.5	0.1
3.	Sillas	60	87	0.8
4.	Ropero	44	63.7	1.6
5.	Sillones	40	58	0.4
6.	Puertas	40	58	0
7.	Ventanas	36	52.1	0.4
8.	Televisión	34	49.2	0.2
9.	Refrigerador	34	49.2	0
10.	Cómoda	30	43.4	0.4

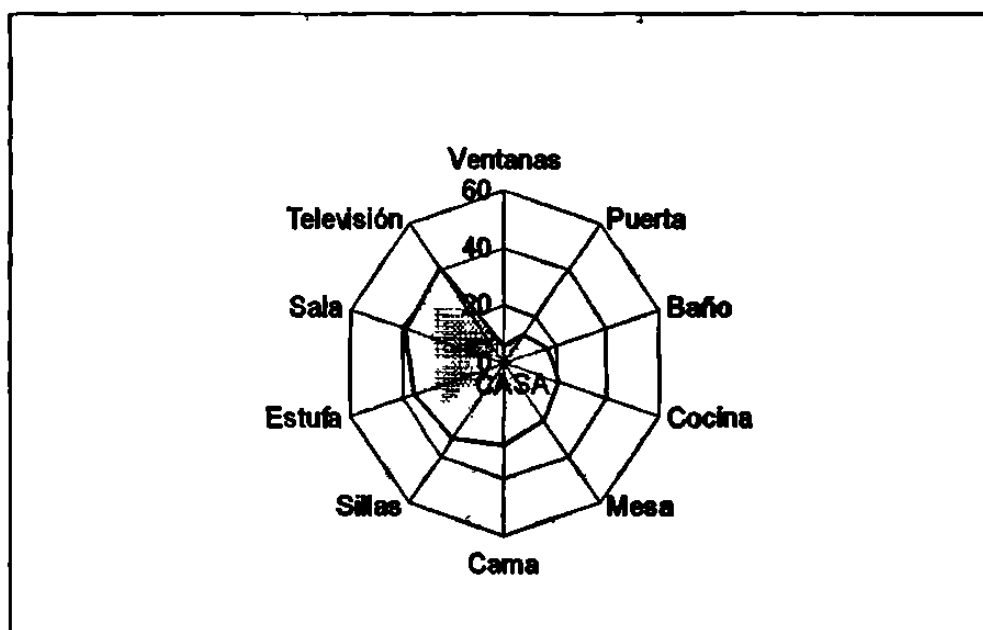
En lo que respecta a la dimensión semántica de los conceptos que constituyen el conjunto SAM, estos representan en la idea de los niños rurales objetos mas no lugares, pues en las palabras con las que definieron casa, predominaron los objetos de uso cotidiano, relacionados con el descansar (cama, sillas y sillones), el comer (mesa y refrigerador), el resguardo o protección (ropero, puertas, ventanas y cómoda) y el entretenimiento (televisión).

Cabe destacar que a pesar de ser comunidades marginadas, la televisión y el refrigerador figuran dentro de su red semántica para definir la casa, hecho importante dado que estos dos objetos pertenecen más a bienes urbano que a rurales, puesto que son elementos que se han ido integrando a las viviendas rurales en los últimos años, pero que son externos al sistema en el cual se encuentran inmersos.

### 7.2.2. Iturbide

En Iturbide el concepto que define más a la casa son las ventanas ( $M = 147$ ), seguido por puerta ( $M = 142$ ), el que aparece en el ultimo lugar del conjunto SAM es televisión ( $M = 68$ ), cabe destacar que aparecen las palabras sala y cocina dentro de los definidores, las cuales son elementos de denominación del espacio de la casa. (Grafica 6)

**Grafica 6: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de casa en Iturbide**



Respecto a la organización semántica de los conceptos, el primer grupo lo componen las ventanas y la puerta, debido a que presentan la mayor fuerza semántica, además de que su valor G es bajo, aunque al igual que en Linares rural, el conjunto de palabras que le son subsecuentes presentan una alta densidad en los conceptos, pues sus valores de G van desde 0.3 hasta 0.9. lo cual hace que la red semántica del concepto casa sea densa y compacta, separándose nada más el primer grupo antes mencionado. (Tabla 4)

**Tabla 4: conjunto SAM para el concepto casa en Iturbide (J = 132)**

	SAM	M	FMG	G
1.	Ventanas	147	100	0
2.	Puerta	142	96.6	0.5
3.	Baño	110	74.8	3.2
4.	Cocina	100	68	1
5.	Mesa	97	66	0.3
6.	Cama	88	60	0.9
7.	Sillas	87	59.2	0.9
8.	Estufa	78	53.1	0.9
9.	Sala	73	49.7	0.5
10.	Televisión	68	46.3	0.5

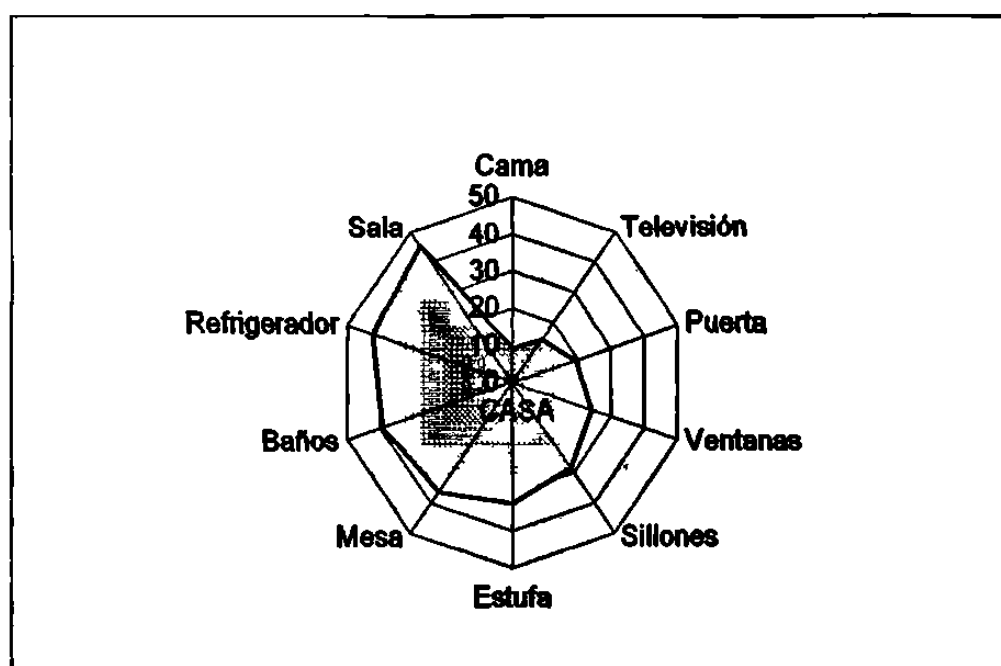
Se puede observar en los conceptos que construyen el conjunto SAM, que la idea que tienen los niños sobre la casa esta constituida por elementos de resguardo o protección (ventanas y puerta), objetos relacionados con el comer (mesa y estufa), con el descanso

(sillas), con el entretenimiento (televisión), además de aparecer dos elementos que constituyen una especialización del espacio que son sala, cocina y baño, pues se refieren al uso que le dan al espacio donde se localizan estos dentro de la vivienda y no a los objetos, pues dentro del universo de palabras dadas por los niños se encuentran sillones y estufa, los cuales son los objetos que ocupan dicho espacio.

### 7.2.3. Linares urbano

En Linares urbano, el concepto que define más la idea de casa es la cama ( $M = 237$ ), seguido por televisión ( $M = 128$ ) y en tercer lugar aparece el concepto de puerta ( $M = 212$ ); refrigerador ( $M = 76$ ) y sala ( $M = 73$ ) son los conceptos que dentro del conjunto SAM definen menos la casa. (Grafica 7)

**Grafica 7: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de casa en Linares urbano**



En lo referente a la densidad semántica de los conceptos, se puede observar que el concepto cama es el que se diferencia del demás grupo de conceptos, pues la televisión que es el concepto subsiguiente obtuvo un valor de  $G = 10.9$ , lo cual presenta una división entre este concepto y el resto, pues los demás conceptos presentan una alta densidad semántica, pues el concepto que presentó el segundo valor más alto de  $G$  fue baños con  $1.5$ , seguido por mesa con una  $G = 1.3$  y en tercer sitio sillones con  $G = 1.1$ , presentando los otros valores un rango de  $0.1$  a  $0.7$ . (Tabla 5)



**Tabla 5: conjunto SAM para el concepto casa en Linares urbano (J = 101)**

	<b>SAM</b>	<b>M</b>	<b>FMG</b>	<b>G</b>
1.	Cama	237	100	0
2.	Televisión	128	54	10.9
3.	Puerta	121	51.1	0.7
4.	Ventanas	119	50.2	0.2
5.	Sillones	108	45.6	1.1
6.	Estufa	107	45.1	0.1
7.	Mesa	94	39.7	1.3
8.	Baño	79	33.3	1.5
9.	Refrigerador	76	32.1	0.3
10.	Sala	73	30.8	0.3

En la idea que tienen los niños sobre casa, se puede notar que esta constituida por objetos de descanso (cama y sillones), resguardo o protección (puerta y ventanas), comer (estufa y refrigerador), entretenimiento (televisión) y también se presentaron elementos que constituyen una denominación de los usos del espacio de la vivienda que son sala y baños.

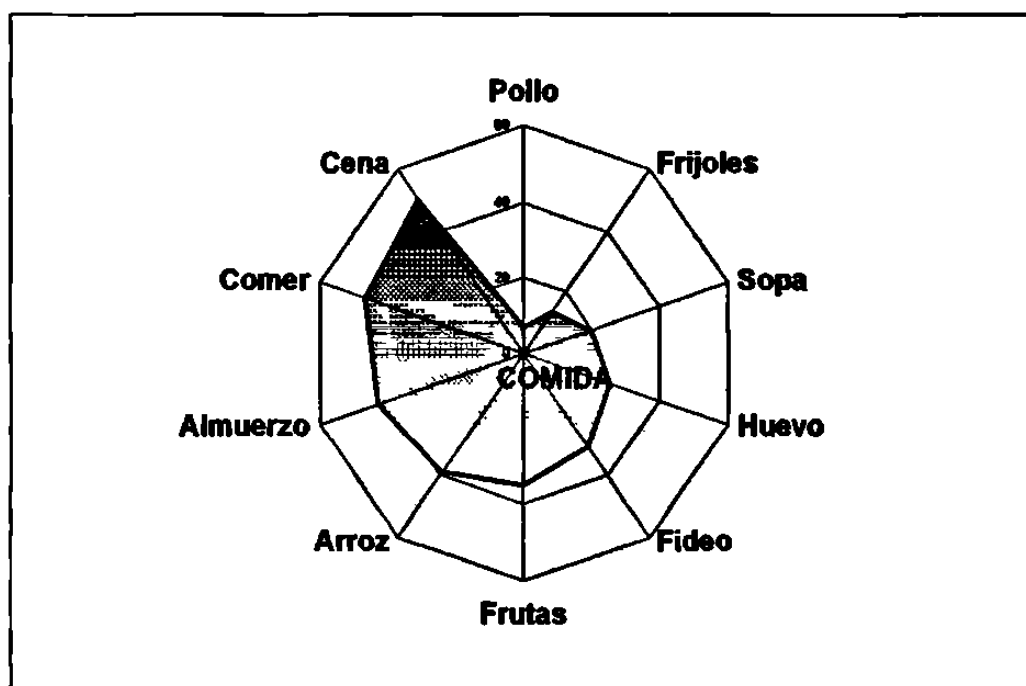
### **7.3. El comer**

El comer lo constituyen los resultados obtenidos del instrumento correspondiente a la palabra comida.

#### **7.3.1. Linares rural**

En Linares rural, el concepto que define más la idea de comida es pollo ( $M = 53$ ), seguido por frijoles ( $M = 48$ ) y sopa ( $M = 46$ ), siendo los conceptos de comer ( $M = 28$ ) y cena ( $M = 26$ ) los que aparecen en los lugares 9 y 10 del conjunto SAM, las cuales son palabras relacionadas con la acción de comer. (Grafica 8)

**Grafica 8: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de comida en Linares rural**



En cuanto a la densidad semántica, se encontró que es una red densa, pues los valores obtenidos de G fueron bajos, ya que presenta un rango de 0 a 0.5, pero si tomamos este ultimo valor que fue el más alto para delimitar conjuntos de conceptos dentro de la red, encontramos que el primero es un solo concepto y es pollo y como segundo corresponde a frijoles ( $G = 0.5$ ), sopa ( $G = 0.2$ ) y huevo ( $G = 0.4$ ). (Tabla 6)

**Tabla 6: conjunto SAM para el concepto comida en Linares rural ( $J = 54$ )**

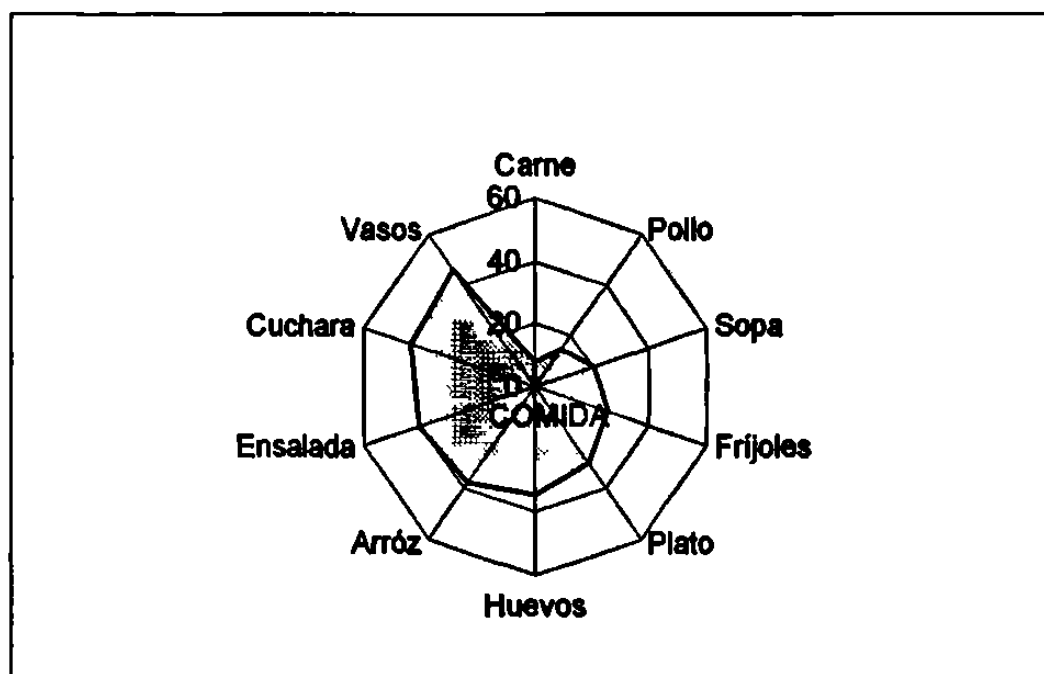
	SAM	M	FMG	G
1.	Pollo	53	100	0
2.	Frijoles	48	90.5	0.5
3.	Sopa	46	86.7	0.2
4.	Huevo	42	79.2	0.4
5.	Fideo	37	69.8	0.5
6.	Frutas	35	66	0.2
7.	Arroz	30	56.6	0.5
8.	Almuerzo	30	56.6	0
9.	Comer	28	52.8	0.2
10.	Cena	26	49	0.2

La idea que tienen los niños de Linares rural sobre la palabra comida, esta constituida por conceptos que refieren a los principales ingredientes que constituyen su alimentación (pollo, frijoles, huevo y frutas); también se encontraron conceptos ligados a platillos ya elaborados (sopa, fideo y arroz) y acciones ligadas al comer (almuerzo, comer y cena). Dentro de los conceptos obtenidos se puede observar que no aparecen marcas que definan un tipo de alimento, pero si ingredientes que no pertenecen al sistema rural en una obtención primaria de los mismos, sino que se obtienen de otras fuentes como las tiendas que alimentan de productos externos a estos sistemas, entre ellos se encuentra lo que es el fideo, arroz y sopa; los cuales constituyen los alimentos principales en la mayoría de los hogares.

### 7.3.2. Iturbide

En Iturbide, el concepto que define más a la comida es carne (189), seguido por pollo (164) y sopa (135), los conceptos que la definen menos son objetos relacionados con ella como son cuchara (71) y vasos (63), esto dentro del conjunto SAM.

**Grafica 9: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de comida en Iturbide**



Respecto a la densidad semántica que presenta el conjunto SAM para la palabra comida en Iturbide, se observa que un red de conceptos densa, pues los valores de G no son tan altos, donde se pueden observar cuatro conjuntos de conceptos, donde el primero es solo un concepto y es carne; el segundo lo constituye también un solo concepto que es pollo; el tercero son los conceptos de sopa, frijoles, plato y huevos; y el último conjunto lo constituyen arroz, ensalada, cuchara y vasos.

**Tabla 7: conjunto SAM para el concepto comida en Iturbide (J = 122)**

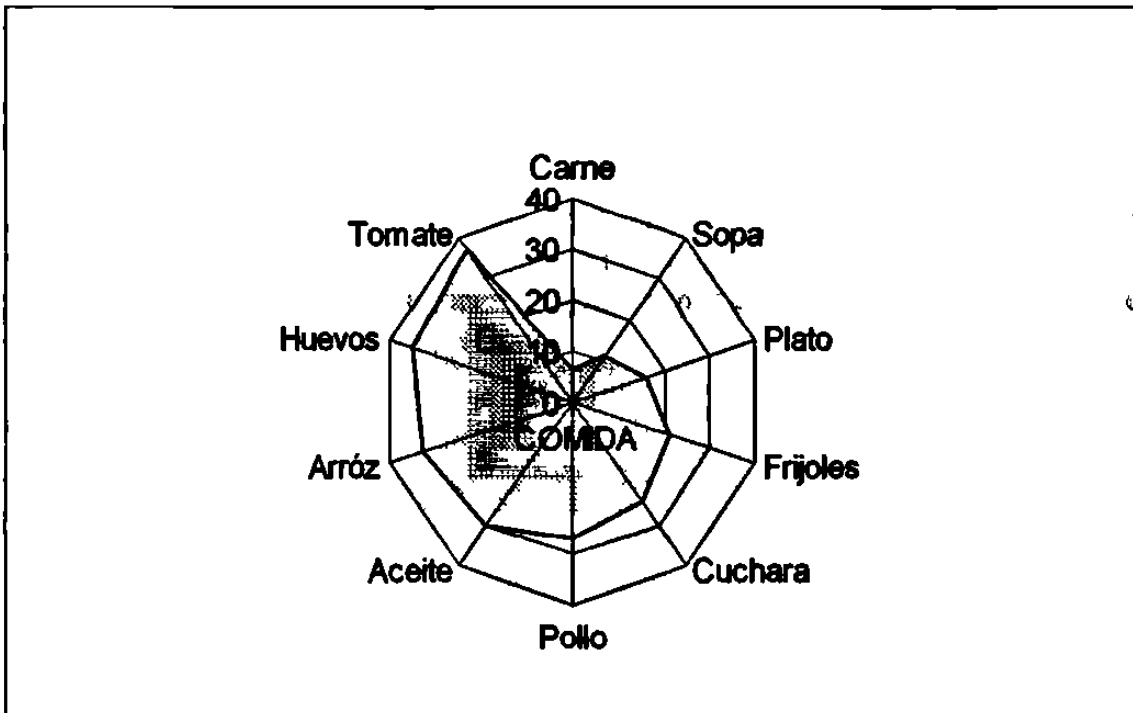
	<b>SAM</b>	<b>M</b>	<b>FMG</b>	<b>G</b>
1.	Carne	189	100	0
2.	Pollo	164	86.8	2.5
3.	Sopa	135	71.4	2.9
4.	Frijoles	131	69.3	0.4
5.	Plato	113	59.8	1.8
6.	Huevos	101	53.4	1.2
7.	Arroz	76	40.2	2.5
8.	Ensalada	75	39.7	0.1
9.	Cuchara	71	37.6	0.4
10.	Vasos	63	33.3	0.8

Con relación a la idea que se tienen sobre la palabra comida en Iturbide, ésta es constituida por conceptos relacionados con los ingredientes principales con los cuales se elaboran los paltillos, siendo carne, pollo, frijoles y huevos, también se encuentran objetos relacionados con la acción de comer como son platos, cuchara y vasos, y conceptos relacionados con platillos elaborados como sopa, arroz y ensalada.

### 7.3.3. Linares urbano

En Linares urbano, el concepto que define más la idea de comida dentro del conjunto SAM es la carne (M = 152), seguido por sopa (M = 116) y en tercer lugar plato (M = 115); siendo huevos (M = 56) y tomate (M = 55) los conceptos que definen menos la palabra comida. (Grafica 10)

**Grafica 10: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de comida en Linares urbano**



En cuanto al valor G, se puede observar que el conjunto SAM presenta tres conjuntos de conceptos que definen la palabra comida en Linares urbano, donde el primero es solo carne, el segundo conjunto lo constituyen los conceptos de sopa, plato y frijoles, siendo el tercer conjunto cuchara, pollo, aceite, arroz, huevos y tomate. En general la red que se presenta es densa pues los valores más altos de G son 3.6 y 2.6. (Tabla 8)

**Tabla 8: conjunto SAM para el concepto comida en Linares urbano (J = 131)**

	SAM	M	FMG	G
1.	Carne	152	100	0
2.	Sopa	116	76,3	3.6
3.	Plato	115	75,7	0.1
4.	Frijoles	106	69,7	0.9
5.	Cuchara	80	52,6	2.6
6.	Pollo	71	46,7	0.9
7.	Aceite	68	44,7	0.3
8.	Arroz	56	36,8	1.2
9.	Huevos	56	36,8	0
10.	Tomate	55	36,2	0.1

En cuanto a la idea que se tiene de comida en Linares rural, se constituye por elementos que se pueden agrupar en ingredientes o elementos principales de los platillos (carne, frijoles,

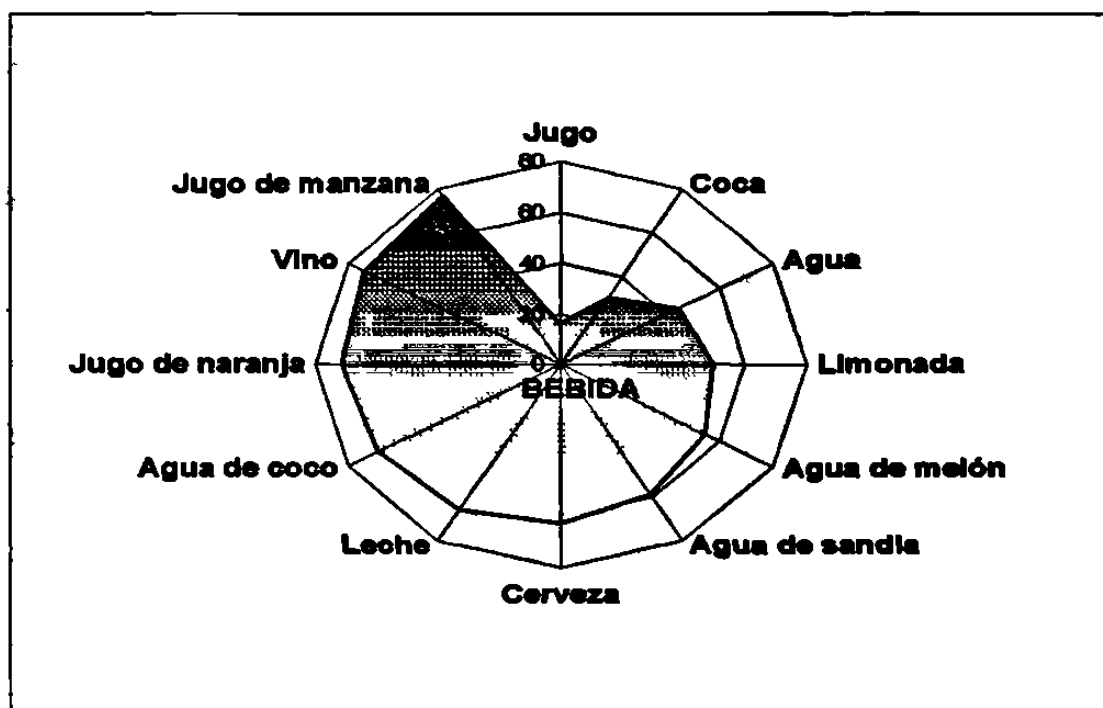
pollo, aceite, huevos y tomate), platillos (sopa y arroz) y objetos ligados al acto de comer (plato y cuchara).

#### **7.4. El beber**

##### **7.4.1. Linares rural**

Los conceptos que componen el conjunto SAM de la palabra bebida en Linares rural, donde la palabra jugo ( $M = 121$ ) es la que define dicha palabra, coca ( $M = 111$ ) es la que le sigue en cercanía semántica y en tercer lugar agua ( $M = 100$ ), siendo jugo de manzana ( $M = 20$ ) la que presenta el menor valor de dicho conjunto y por consiguiente dentro de éstas es la que más bajo se relaciona con bebida (Grafica 11)

**Grafica 11: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de bebida en Linares rural**



Con relación a la densidad semántica, se encontró que se presentan dos conjuntos de conceptos diferenciados, pero densos cada uno de ellos pues los valores que los componen son bajos, salvo limonada ( $G = 5.08$ ) que es la que permite diferenciar dichos conjuntos. Constituido el primero de los conjuntos con los conceptos de jugo, coca y agua, y el segundo conjunto lo constituyen limonada, agua de melón, agua de sandía, cerveza, leche, agua de coco, jugo de naranja, vino y jugo de manzana. (Tabla 9)

**Tabla 9: conjunto SAM para el concepto bebida en Linares rural (J = 36)**

	SAM	M	FMG	G
1.	Jugo	121	0	0
2.	Coca	111	91.7	0.08
3.	Agua	100	82.6	0.91
4.	Limonada	39	32.2	5.08
5.	Agua de melón	37	30.6	0.16
6.	Agua de sandía	28	23.1	0.75
7.	Cerveza	28	23.1	0
8.	Leche	25	20.6	0.25
9.	Agua de coco	23	19	0.16
10.	Jugo de naranja	20	16.5	0.25
11.	Vino	20	16.5	0
12.	Jugo de manzana	20	16.5	0

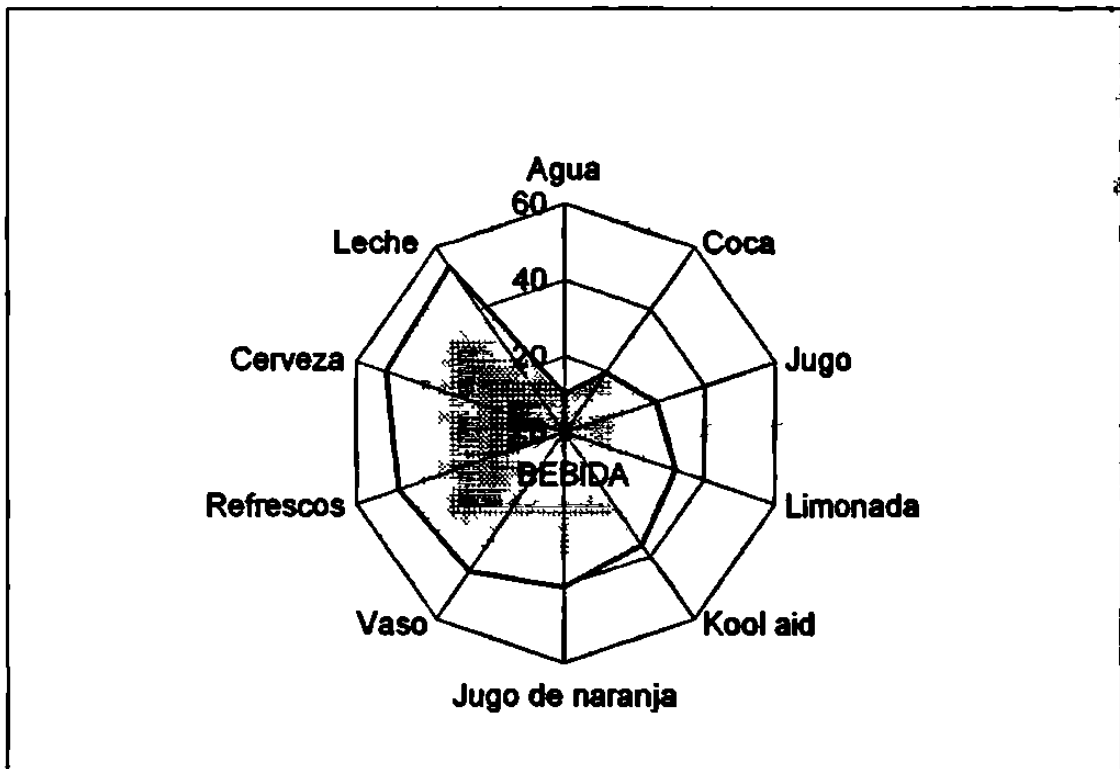
En la idea que se tiene de bebida en Linares rural, cabe resaltar que los elementos urbanos como son jugo y coca están por encima del agua, lo cual indica que se relacionan estos conceptos más como una bebida que la propia agua, entonces si se crean categorías de conceptos dados por los niños encontramos que para el caso de bebidas embotelladas no alcohólicas se encuentran los conceptos de jugo, coca, leche y jugo de manzana; en bebidas embotelladas alcohólicas se encuentra la cerveza y el vino y en bebidas de sabores naturales están agua de melón, agua de sandía, agua de coco y jugo de naranja y el agua es otra categoría aparte de bebida.

Es interesante observar cómo aparecen las bebidas alcohólicas dentro de la idea de bebida en los niños de zonas rurales, también el que las bebidas embotelladas de origen urbano presenten un lugar importante dentro de esta misma.

#### 7.4.2. Iturbide

En el municipio de Iturbide, el concepto que define más la idea de bebida es agua ( $M = 220$ ), siendo los conceptos de coca ( $M = 195$ ) y jugo los que le siguen ( $M = 152$ ), y en los últimos sitios se encuentran cerveza ( $M = 72$ ) y leche ( $M = 51$ ) respectivamente. (Grafica 12)

**Grafica 12: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de bebida en Iturbide**



No es muy densa semánticamente la palabra bebida en Iturbide, pues presenta cuatro conceptos con valores altos de G los cuales son coca ( $G = 2.5$ ), jugo ( $G = 4.3$ ), limonada ( $G$



= 3.7) y leche ( $G = 2.1$ ), habiendo tres con un valor por debajo de uno que son jugo de naranja ( $G = 0.5$ ), vaso ( $G = 0$ ) y cerveza ( $0.3$ ). Lo anterior indica que los conceptos que definen más a bebida presentan mayor fuerza dentro de la red, lo cual hace que ésta no se presente de una forma densa, pues los valores se encuentran sesgados en unos cuantos de estos. (Tabla 10)

**Tabla 10: conjunto SAM para el concepto bebida en Iturbide ( $J = 88$ )**

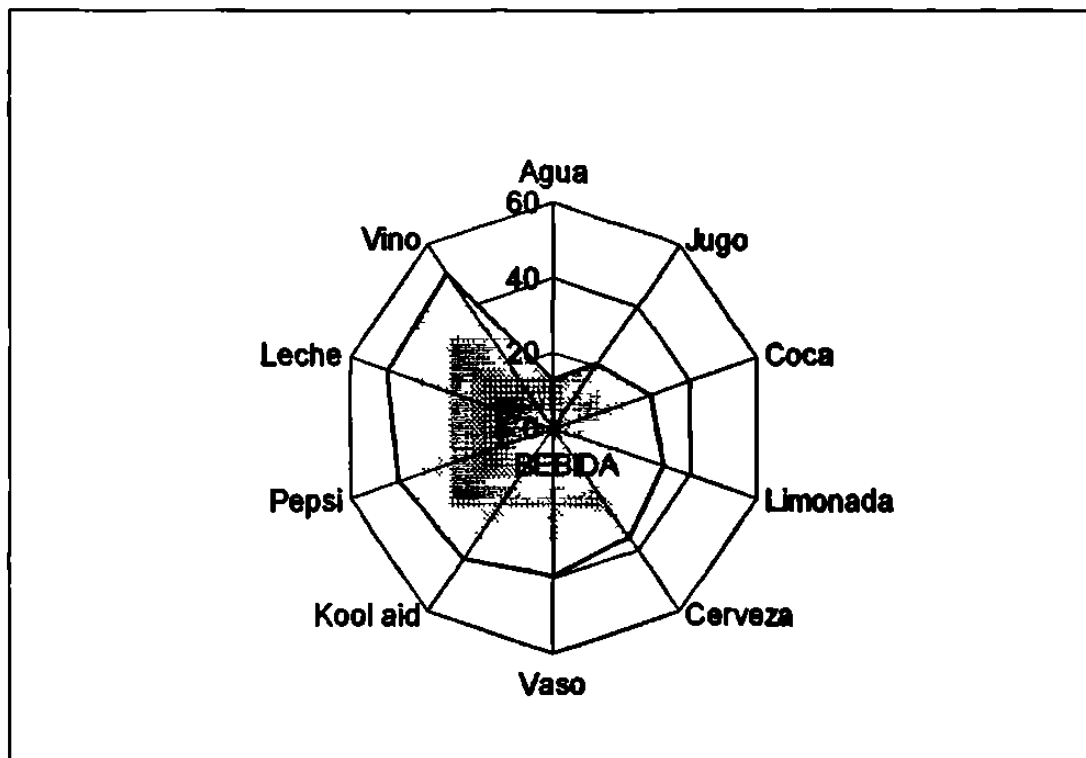
	SAM	M	FMG	G
1.	Agua	220	100	0
2.	Coca	195	88.6	2.5
3.	Jugo	152	69.1	4.3
4.	Limonada	115	52.3	3.7
5.	Kool aid	96	43.6	1.9
6.	Jugo de naranja	91	41.4	0.5
7.	Vaso	91	41.4	0
8.	Refrescos	75	34.1	1.6
9.	Cerveza	72	32.7	0.3
10.	Leche	51	23.2	2.1

Para los niños de Iturbide, la idea que tienen con respecto a la palabra bebida es como el agua en primer lugar pues éste concepto es el que más se relaciona con dicha palabra, encontrando coca, jugo, refrescos y leche dentro de la categorías de bebidas embotelladas no alcohólicas, la cerveza es el único elemento de bebida embotellada alcohólica, aparece el vaso que es un objeto ligado al beber, se encuentra también limonada y jugo de naranja dentro de las bebidas de sabor naturales y otro concepto que se presenta es el kool aid y entraría en la categoría de bebidas de sabor artificiales.

#### **7.4.3. Linares urbano**

En Linares urbano la palabra bebida esta definida en mayor medida por el concepto de agua ( $M = 237$ ), seguido por jugo ( $M = 128$ ) y en tercer lugar se encuentra coca ( $M = 212$ ) y los conceptos de leche ( $M = 76$ ) y vino ( $M = 73$ ) son los que definen menos a la palabra dentro del conjunto SAM. (Grafica 13)

**Grafica 13: Peso semántico de los conceptos del conjunto SAM de bebida en Linares urbano**



Respecto a la densidad semántica de los conceptos, existe una fuerte diferencia entre el primer concepto que es agua y el resto de los conceptos, pues el que lo precede es jugo y presenta un valor de  $G = 9.1$ , presentándose también valores altos en los siguientes pues coca ( $G = 3.8$ ) y limonada ( $G = 5.7$ ) cuentan con un valor alto de  $G$ , presentándose un conjunto denso de conceptos compuesto por cerveza, vaso, kool aid, pepsi, leche y vino cuyos valores oscilan entre 0.3 y 0.7. (Tabla 11)

**Tabla 11: conjunto SAM para el concepto comida en Linares urbano (J = 99)**

	SAM	M	FMG	G
1.	Agua	275	100	0
2.	Jugo	184	66,9	9.1
3.	Coca	146	53,1	3.8
4.	Limonada	89	32,4	5.7
5.	Cerveza	82	29,8	0.7
6.	Vaso	76	27,6	0.6
7.	Kool aid	71	25,8	0.5
8.	Pepsi	68	24,7	0.3
9.	Leche	61	22,2	0.7
10.	Vino	57	20,7	0.4

En Linares urbano, la idea que se tiene sobre ciudad se compone en primer lugar por el agua el cual marca una fuerte diferencia con los otros conceptos presentados, en cuanto a las categorías la de bebidas embotelladas no alcohólicas encontramos a jugo, coca, pepsi y leche, dentro de las bebidas embotelladas alcohólicas esta cerveza y vino, en objetos relacionados con la bebida está vaso, en bebidas de sabor artificiales el kool aid y por último la limonada es el único concepto de bebida de sabor natural.

## **8. DISCUSIÓN**

### **8.1. El habitar**

Como se pudo observar en los resultados, el habitar en los tres lugares presenta diferencias entre sí en la forma en que es vista la casa por parte de los niños, pues cada uno le da una significación distinta dependiendo el uso y la relación que tienen con el espacio de la vivienda, hecho que marca la diferencia entre la idea que se tiene de casa en el medio rural y el urbano, lo cual está relacionado con el diseño de las viviendas.

Pues para los niños netamente rurales como son los de Linares rural, que además presenta la característica que sus localidades son marginadas, la idea de la casa la constituyen las cosas que se relacionan con el espacio que ocupan dentro de la misma, siendo los objetos los elementos que componen principalmente la casa para ellos, pues en la relación que se guarda con el espacio no se presenta una denominación del espacio habitado, pues los usos que se les da son diferentes a los de la ciudad, ya que no hay lugares específicos para llevar a cabo ciertas actividades.

Como en el caso de la sociabilización ésta se puede dar en cualquier lugar del hogar, debido a que no existe un espacio exclusivo destinado para eso, esto dado la arquitectura que presentan las viviendas, pues la privacidad no es una característica de las mismas dado que el diseño de las viviendas no permite la privacidad por lo tanto no se presentan espacios físicos dentro de la casa para realizar tal o cual tarea, salvo sus excepciones como la cocina pero ésta se vuelve simplemente en la estufa, la mesa y las sillas en la idea de los niños, el dormitorio que es la cama, cómoda y ropero, además de elementos que se relacionan con protección como son las puertas y las ventanas los cuales dan la idea de un adentro y un afuera de la casa, pues traspasando la puerta se encuentra lo exterior es decir los elementos que no corresponden a la casa, hecho interesante ya que es probable que por esta razón el baño no aparezca dentro de las 10 palabras principales, pues éste por el tipo de diseño de las casas se encuentra al exterior de las mismas, por lo cual es un elemento externo,

Otra particularidad de estos conceptos de puerta y ventanas es que también se presentan como parte del componente de la fachada de la casa, pues aunque la puerta sea una cortina o una tabla que cubre el orificio por el cual se penetra a la casa estas dos cosas no dejan de

significar puerta para sus habitantes, lo mismo ocurre con la ventana que aunque no haya un elemento físico en la misma, ya sea un vidrio, un cartón o un pedazo de plástico, la función es clara al igual que con el caso de la puerta.

También dentro de la idea de casa por parte de los niños rurales, se presentan objetos relacionados con un sistema urbano como son el refrigerador y la televisión, siendo éste último primordial dentro de los hogares, pues es el que los mantiene comunicados con lo que ocurre fuera de su sistema, además de que por él se mantiene un contacto con los productos que inundan a la ciudad, pues pueden reconocer distintas marcas e identificar personajes famosos como deportistas o cantantes o enterarse de sucesos que ocurren en otras partes del mundo lo cual relativiza las distancias haciendo más pequeño aún su sistema en el cual se llevan a cabo sus relaciones cotidianas pues cada vez se presentan más distintos objetos de consumo urbano que da el primer acercamiento a partir de las imágenes de la televisión y después ya entran de forma física en las tiendas o los reconocen cuando van a surtir a la ciudad mas cercana.

Lo anterior se manifiesta de otra forma en los niños que son de una zona rururbana como los que pertenecen a Iturbide, pues ahí ya se nota una especialización de los espacios que componen la casa dentro de la idea de estos, pues ya aparecen los conceptos de cocina y sala, los cuales son espacios con una función específica y están determinados por la forma en la cual esta diseñada la casa, pues ya se planea para que tengan esa función.

Dado que los niños de esta zona pertenecen a la cabecera municipal que a pesar de ser considerados un municipio rural, en su zona urbana la cual la constituye la cabecera se presentan elementos rurales mezclados con una configuración de las casas muy parecidas a las de las zonas urbanas pero en barrios viejos, algo que cabe resaltar es que la configuración de la cabecera corresponde a un acomodo de círculos concéntricos donde las casas de block y cemento en su mayoría se encuentran cercanas a la plaza principal y éstas son las que presentan una mayor forma urbana, pero conforme se aleja de ésta se van presentando cada vez más casas con una fisonomía rural, pues los materiales también cambian a adobe y techo de lámina y con una forma más parecida a las que se encuentran en las zonas rurales de la región.

Un elemento importante que aparece dentro de la especialización del espacio de la vivienda es el baño, puesto que el concepto si es un elemento que constituye la misma para estos niños, pues ya esta integrado dentro en la casa, ya no se ubica como un elemento externo, dado que es incorporado formando parte del todo de la casa y por lo tanto se vuelve significativo para ellos.

Al igual que los niños de la zona rural de Linares, las puertas y ventanas forman parte fundamental de la palabra casa, pues resulta imposible imaginar una casa sin una puerta y una ventana, pues como se menciono antes marca la diferencia entre el estar en ella y no, por otro lado para estos niños la idea también se relaciona con la función de protección que presentan estos elementos en la misma.

En cuanto a los objetos que se presentan en la idea de casa por los niños de Iturbide, tienen una función pragmática dentro la misma pues son elementos con usos específicos como la

mesa, las sillas y la estufa, los cuales se relacionan con la cocina, también se encuentra la cama, donde cabe destacar con este elemento que no se presenta en la zona un concepto que indique la especialización del espacio relacionada con el descansar o pernoctar pues no aparece la palabra recámara o cuarto en la zona, conceptos con los cuales están ligados la palabra cama, al igual que la privacidad que proveen estas denominaciones del uso del espacio.

Otro objeto que se presenta también es el televisor, que al igual que en el otro caso, es un elemento esencial dentro de una casa, pues ya forma parte del equipamiento básico que deben de tener estas, pues es lo que les permite estar informados y les brinda el entretenimiento en los hogares.

Los niños de Linares urbano en su idea de casa presentan dos conceptos relacionados con la denominación que se le da al espacio por el uso del mismo y el diseño que lo permite, estos son la sala la cual es el lugar donde se da la sociabilización al interior de la misma y el baño que se presenta también aquí como un elemento de la casa, pues se encuentra incorporado a la misma. Al igual que en los casos anteriores se presentan los conceptos de puerta y ventanas.

En relación a los objetos que se presentan en la idea de casa, esto lo constituyen los sillones que son representativos del espacio denominado como sala, no se encuentra el concepto de cocina pero si la estufa, la mesa y el refrigerador, que son elementos fundamentales de ese lugar en un hogar urbano, pues éste último concepto no se presenta en los otros casos.

Otros conceptos que se encontraron son la cama de forma aislada pues no hay otro elemento que se vincule con ésta, aunque en el total de palabras dadas por los niños si aparecen los conceptos de cuartos y recamaras, pero no alcanzaron un peso semántico significativo para que pudieran integrar parte del la idea de casa en la zona, otro concepto que aparece y que también es un elemento importante en los bienes con los que cuenta una casa urbana es la televisión.

Se puede observar que los conceptos que se presentan en los tres casos son las puertas, ventanas, cama, mesas y televisión; lo cual puede indicar que estos elementos en los tres sistemas estudiados son comunes dentro de la idea que se tienen sobre casa, resulta interesante observar como en el caso de la puerta y las ventanas estos constituyen el exterior de la casa, pues se ubican desde una mirada desde afuera de la misma, lo cual indica que un primer acercamiento lo dan los elementos visibles y tangibles, pues resultaría extraño imaginar una casa sin puertas y ventanas.

Respecto a las mesas y camas que se presentan, son objetos que tienen una función muy pragmática dentro de la casa ya que se relacionan con el acto de comer y descansar, siendo estos usos los que le dan la importancia de la misma, debido a que es parte de lo que representa la casa porque ésta es un lugar de seguridad y refugio, donde los habitantes llevan a cabo sus necesidades básicas como son el alimentarse y el dormir, es por esta razón que los conceptos se vuelven primordiales en la idea que se tiene sobre la casa, no importando donde se ubique ésta siempre será el lugar de refugio.

Por último, el concepto que se presentó en los tres casos y que resultó también primordial dentro de la idea de casa y que no tiene ninguna relación con una función específica o que sea un indicio de que todas éstas deben de presentar esos elementos para poder adquirir el significado de casa o que se relacione con alguna necesidad básica del ser humano, fue la televisión, ya que esta sí presenta una clara función comunicativa y además de que de todos los medios de comunicación de masas a los cuales tiene acceso el grueso de la población es el más agresivo por que combina las imágenes con los sonidos, aunado a que hace relativas las distancias donde ocurren los sucesos, siendo por estas características que es un elemento importante dentro de las casas, además de que en zonas de bajos recursos económicos o que están alejadas de los centros urbanos como el caso de las zonas rurales y por lo tanto se dificulta el acceso a éstos aparatos marque un estatus dentro del sistema y los diferencie del resto de los habitantes, pues aunque se carezca de luz se utilizan generadores de gasolina para ver las novelas en la noche como entretenimiento de las familias con mayores recursos.

## **8.2. El comer**

La idea de comida que tienen los niños que habitan en las zonas rurales de Linares la constituyen principalmente productos que se pueden producir al interior del sistema rural, como son el pollo, las frutas, los frijoles y el huevo, siendo estos últimos dos los que constituyen la dieta básica en estas zonas, cabe resaltar en este sentido que las tortillas que también son básicas dentro del cuadro de alimentos, sí aparece dentro de las palabras dadas por niños pero no tuvieron la suficiente fuerza semántica dentro de la idea de comida.

También dentro de los conceptos dados se encuentran productos que forman parte de su dieta básica, pero que son externos al sistema, pues no pueden ser producidos por ellos, sino que los tienen que comprar en la tienda de la comunidad o en la ciudad o pueblo más cercano, lo cuales son sopa, fideo y arroz, hecho que se presente una modificación en la alimentación de las zonas rurales, pues la entrada de estos productos a su dieta se debe al posicionamiento que tienen las zonas urbanas, pues el consumir los mismos ya implica un costo el cual se tiene que solventar con dinero en efectivo, para lo cual rentan su mano de obra o venden parte de la cosecha, pues anteriormente solo se compraban productos básicos que no se podían producir como el azúcar o la sal e inclusive el arroz, pero en la actualidad hasta las tortillas se compran en la tienda al igual que otros productos como las frituras, jamón o las sopas instantáneas las cuales aparecen dentro del universo de palabras dadas por los niños, lo cual crea que su sistema de necesidades se modifique, por la introducción de dichos productos a su sistema, pues ya es necesaria una monetarización que permita adquirirlos.

Por último otro grupo de conceptos que se presentó representa la acción de comer en tiempos específicos, pues se habla del almuerzo, comer y cena, lo cual indica una idea de relacionar la comida con llevar a cabo el acto, este punto resulta interesante puesto que sólo en éste grupo de niños fue donde se presentaron dichos conceptos.

En cuanto a los niños de Iturbide, la idea que se tiene de comida no dista mucho de la dada por los de Linares rural, aunque aparece la carne la palabra que relacionan principalmente

con comida, lo cual es un indicador de mayor acceso a este producto, pues se consigue de forma más fácil en las carniceras del poblado.

Siendo otro concepto interesante encontrado el de ensalada pues indica que hay una diferenciación alimenticia dentro de los platillos, ya que resulta ser un complemento dentro de las comidas.

Cabe resaltar que resulta interesante que dentro de la idea de comida que presentan los niños de esta zona aparecen objetos ligados con el acto de comer, lo cual puede indicar el contacto que se tiene con las zonas urbanas, pues éstos productos provienen de la ciudad y por lo tanto de ahí la relación con la misma, ya que aparece un elemento que es muy significativo del comer en la ciudad y es la cuchara, pues en las zonas rurales es poco común el uso de cubiertos para comer, salvo que el alimento así lo requiera como un caldo o una sopa aguada, pero por lo regular los alimentos son más secos y pueden ser consumidos con ayuda de la tortilla la cual juega el papel del cubierto.

En los niños de la zona urbana de Linares, fueron muy similares los conceptos dados por los otros casos apareciendo solo como diferentes el aceite y los tomates, pero fuera de ahí son similares, la diferencia radica en que no aparecen las acciones ligadas al comer en el caso de Linares rural.

En los tres lugares se pudo observar que resultan muy similares los tipos de alimentos que se relacionan a la idea de comida, pues no se presentan grandes diferencias, salvo en los objetos que se relacionan con el comer como son el caso de los platos y cucharas que se presentaron en los dos últimos casos, pero en el primero no, pues de todo el universo de palabras dado por los niños rurales estos no parecen para ellos comida, son ingredientes productos y acciones, no objetos, tal vez el que no haya una diferencia fuerte en los conceptos dados se deba a la cercanía que existe entre las zonas, pues los tres casos podría decirse que pertenecen a la misma zona geográfica, salvo Iturbide que es región serrana pero no dista mucho culturalmente de las otras y más en la cuestión gastronómica.

El hecho de que no aparecieran grandes diferencias dentro de los conceptos con mayor peso semántico dadas por los niños en los tres casos no quiere decir que en el universo de las palabras dadas no las haya, pues en el caso de los niños urbanos aparecen conceptos relacionados con alimentos procesados como son las pizzas, hamburguesas o hot dog, los cuales aparecen de forma marginal en los niños de Iturbide y en los niños rurales no fueron encontrados, también la diversidad de sopas pues en los dos últimos casos aparecen distintos tipos de sopas que van desde el spaghetti hasta la sopa de letras.

Un elemento importante que se localizó en las zonas rurales que tiene fuerte connotación urbana son las sopas instantáneas presentándose dos marcas en específico que son maruchan y nissin dentro del universo de palabras dadas por los niños, siendo estas marcas encontradas también en los otros casos, con mayor frecuencia en las zona urbanas pues es de ahí el origen de estas y por ende la frecuencia de aparición.



Al igual que con las sopas se presentaron también dentro de la idea de comida las frituras, hecho importante pues al aparecer como concepto se les relaciona con una función alimenticia, lo cual presenta mayor impacto dentro de las zonas rurales pues para tener acceso a éstas es mayor el esfuerzo que se tiene que hacer, pues el costo implica un desequilibrio dentro del gasto de los hogares, ya que los ingresos son para cubrir las necesidades básicas de su sistema y estos tipos de elementos son factores externos que causan cambios en los modelos establecidos que permiten el mantenimientos del mismo.

### **8.3. El beber**

En la idea de bebida fue donde se presentaron la mayor cantidad de elementos urbanos dentro de las zonas rurales, pues en su mayoría los conceptos dados por los niños de Linares rural pertenecen a alguna marca que se relaciona con algún tipo de bebida, pues se encontraron marcas como jumex o del valle en el universo de palabras.

Resulta interesante, que para los niños de ésta zona el jugo y la coca se relacionan más fuertemente con la idea de bebida que la misma agua, siendo la coca el concepto más agresivo de todos pues es el diminutivo que se utiliza para referirse a la coca cola la cual es una marca reconocida de refresco que está incorporada dentro del lenguaje cotidiano de estos niños, pues tuvo una fuerte importancia dentro de su red semántica, dado que aparece incluso por encima de bebidas que serían más frecuentes en sus sistema como lo es la limonada, las aguas de frutas y el jugo de naranja, además de que al referirse a ésta se habla sobre un concepto abstracto pues es una marca, lo concreto sería el líquido, aunque también hay veces que se utiliza como un nombre genérico para referirse a distintos tipos de refrescos pero dentro del universo de conceptos aparecieron con menor peso semántico las marcas pepsi y barrilito, además de la palabra soda, por lo cual se puede decir que sí se tiene claro de lo que se trata cuando se habla de coca.

Otros conceptos que aparecen y que son ajenos al sistema en el cual viven es la leche, que en primera instancia se podría pensar que sí pertenece a estas zonas, pero como tienen la característica de ser zonas marginadas y que son localidades que se encuentran en sistemas ecológicos que no soportan un tipo de ganado mayor, resulta ser por estas razones que sea poco probable que se cuente con ganado vacuno que les provea de leche, salvo que a la leche que se refieran sea de cabra, pero es poco consumida en la región, por lo cual el consumo de ésta es vía la compra de la misma en las tiendas, es por eso que se menciona que sea externo a dicho sistema,

Lo anterior ocurre también con el agua de coco, pues en ésta región no es productora de dichos frutos por lo cual estos provienen de fuera de la zona. Como punto importante cabe destacar que dentro de los conceptos dados se presentan dos relacionados a las bebidas embriagantes siendo la cerveza y el vino.

Para el caso de los niños de Iturbide, el agua aparece como el concepto más fuerte para definir bebida, pero lo sigue con un valor igual de alto dentro de la red semántica la coca y el jugo, además de que aparece también el concepto refresco el cual engloba a las diferentes bebidas gaseosas, sin embargo como en el caso anterior en el universo de palabras también se encontraron varias marcas de refrescos como pepsi, barrilito y joya.

Otro elemento que aparece de índole urbano y que también es una marca es el kool aid para el cual dentro del universo de palabras hay diversos elementos que se pueden ligar a la preparación del mismo como son el azúcar y los hielos.

Al igual que en la comida, en estos niños se presentan objetos dentro de la idea de bebida, pues aparece dentro de su red los vasos y en el universo de palabras se encuentran conceptos como popotes, tazas y jarra, cosa que no se presenta en el primer caso.

La leche se presenta en el mismo caso del anterior y se refiere a la leche envasada, pues al igual que en Linares rural ésta no es una zona donde se produzca leche de vaca. Por otro lado también apareció la cerveza en la red de los niños.

En los niños urbanos de Linares, la red semántica presentada es muy similar a la de los de Iturbide, la única variante es que aparece como segundo lugar el jugo y en tercer la coca, pero también aparece la pepsi dentro de ésta y al igual que en los tres casos anteriores las bebidas alcohólicas están presentes pues se encuentra en el vino y la cerveza y dentro del universo de palabras aparecen otras como el tequila.

En los tres casos resulta interesante observar el papel fundamental que presenta la coca dentro de la idea que se tienen de bebida en los niños, pues es una marca y como tal es un elemento abstracto cargado de significación, pues lo concreto sería el líquido o el envase pero la marca no, pero al aparecer en la etapa del pensamiento concreto de los niños, la marca se presenta como algo concreto para ellos, debido a que es ubicada como un nombre de un líquido gaseoso que después es dado a los demás refrescos que presenten las mismas características por lo regular, aunque en el caso de los niños urbanos ahí si se presentó la pepsi, pero aquí lo que interesa a los fines de la investigación es que se presentó muy fuerte en los niños rurales, lo cual indica que están relacionados con símbolos urbanos como en éste caso la coca cola, pues ocupó un valor por encima del agua.

En cuanto a los jugos, se refieren a los que son embotellados y comercializados, pues dentro de los universos de los conceptos en los tres casos se encuentran marcas de distintos tipos de jugos, además de sabores que serían difíciles de hacer, hecho importante en los niños rurales porque al igual que la coca, el jugo se posiciono arriba que el agua e inclusive que de esta misma.

En relación a las bebidas naturales no procesadas, en los niños rurales fue donde se presentó una mayor diversidad de las mismas, como el caso del agua de melón y el agua de sandía, pues son frutas que se producen en las labores de la zona y que sustituyen el consumo de la coca y los jugos, pero como son frutas de temporada no se encuentran todo el año, lo mismo ocurre con el jugo de naranja, hecho que hace que no adquieran tanta fuerza dentro de la red semántica, la única bebida de éste tipo que se presentó en los tres casos fue la limonada, siendo los niños de Linares urbano los que dieron menos diversidad de bebidas naturales no procesadas, pues la mayoría fueron embotelladas.

Para finalizar, cabe destacar que en los tres casos las bebidas alcohólicas se presentaron dentro de la red, siendo la cerveza la que se encontró en todos los lugares, lo cual puede indicar que hay un contacto de los niños con este tipo de bebidas dentro de su mundo cotidiano, pues ya sea que vean el consumo de las mismas por parte de sus familiares y vecinos o también que las identifiquen por los bombardeos publicitarios que se ven en radio, televisión y carteles en las tiendas o panorámicos, pues la cultura de la cerveza está muy arraigada a la región, por lo cual no es de extrañarse que en los niños rurales se encuentre más presente que el mezcal.

## **9. CONCLUSIÓN**

Se puede plantear como una conclusión general, que uno de los símbolos urbanos que se están manifestando en las zonas rurales son las marcas de los productos de consumo y es en las bebidas donde se encuentra más marcado esto, pues la coca aparece como un referente principal de bebida para los niños rurales, inclusive por encima del agua, lo cual resulta muy interesante puesto que las marcas se vuelven elementos concretos dentro del lenguaje de los niños, por lo tanto al referirse a una bebida uno de los primeros elementos que surgen en su mente es la imagen de la coca cola, que por esta razones ya se ubica como un elemento dentro de su sistema, como si no proviniera de una fuente externa, sino como un bien al interior del mismo el cual satisface necesidades específicas creadas por estos productos.

Lo anterior no es de extrañar, pues en los últimos años las zonas rurales han sufrido cambios, que se han acrecentado por la entrada de servicios básicos e infraestructura urbana como los caminos, hecho que permite que ya no sean las antiguas zonas aisladas donde la comunicación solamente fluía del interior del sistema o si provenía del exterior era por parte de la gente del mismo lugar que salía de éste para conseguir productos que no se podían producir o en busca de trabajo, que al regresar enriquecían con la información que observaban u obtenían del exterior.

Pero esta entrada de servicios e infraestructura urbana permitió la entrada de aparatos eléctricos que favorecieron la comunicación, que en primera instancia fueron las radiograbadoras, las cuales permitían y permiten como en algunas zonas rurales de la actualidad que haya una comunicación con distintas áreas, además de mantenerlos informados de sucesos que ocurren en otras partes de su región o del país, siendo la principal fuente comunicación para enterarse de sucesos que pueden impactar sobre su comunidad, pues ahí se informan de brigadas medicas organizadas por el gobierno o por medio de los programas radiofónicos se comunican con familiares o conocidos de otras comunidades de la zona, además les brinda cierto entretenimiento -ya un poco en desuso en la actualidad- por medio de las radionovelas o transmisiones de eventos deportivos.

La radio que era anteriormente la principal fuente de comunicación con el exterior del sistema, sucumbió ante el poder avasallador del televisor, el cual entró con los servicios de tipo urbano, pues con la entrada de la luz a éstas zonas se posibilitó en mayor medida acceder a éste bien, aunque la carencia de dicho servicio no impide el tenerlo pues con un generador de electricidad de gasolina se puede mantener encendida la televisión por un par de horas.

Lo anterior se sustenta en el hecho de que para los niños rurales, en su idea de casa aparece la televisión dentro de su red semántica, la radio aparece de forma marginal dentro del universo de palabras por lo cual no obtuvo el peso semántico necesario.

Pero, por qué la televisión presenta un impacto comunicativo dentro de los sistemas rurales, pues como ya se menciona éste se debe a que combina la imagen con el sonido lo cual resulta más agresivo para el receptor dentro del acto comunicativo, pues los procesos comunicativos se pueden llevar a cabo entre dos, tres o más personas, en espacialidad cercana o lejana y temporalidades distintas o en tiempo real y, cada una de estas características presentan diferencias con las otras, pues como Charaudeau (2003: 135) menciona “todo acto comunicativo se realiza en un determinado entorno físico que, a su vez, cumple la función de condicionar su realización.”

Siendo en este entorno en el que cumplen su función los dispositivos, debido a que como menciona este mismo autor, “a cada situación de comunicación contractual le corresponde un dispositivo particular que constituye a la vez las condiciones materiales *ad hoc* para que se realice el contrato, en relación con sus otros componentes, y un marco de condicionamientos” (Charaudeau, 2003: 135).

Siendo por consiguiente para Charaudeau (2003: 135) el dispositivo: “una manera de pensar la articulación entre varios elementos que forman un conjunto estructurado en virtud de la solidaridad combinatoria que los vincula.” Además de que: “todo dispositivo “informa” el mensaje y, al hacerlo, contribuye a darle sentido”; siendo así, “un componente del contrato de comunicación, sin el cual no existe interpretación posible del mensaje” (*Ibid.*: 136), por lo tanto para poder llevar a cabo esta interpretación el dispositivo requiere de tres componentes principales los cuales son: materiales (el cual es la materia en la cual toma forma de manera codificada el significante), soporte (es el canal de transmisión) y la tecnología (es el conjunto de maquinaria que regula la relación entre materiales y soporte).

Es debido a las características mencionadas anteriormente, que la televisión es el dispositivo con mayor impacto en el contrato comunicativo para que sea posible la interpretación del mensaje, esto por la característica de presentar el mensaje de una forma visual y auditiva, ya que “la televisión consiste en la imagen y la palabra, la palabra y la imagen” (*Ibid.*: 140).

Esta característica permite que el impacto sobre el receptor (en este caso el habitante rural) sea mayor que el ocasionado por otros medios de comunicación de masas en la actualidad, dado que la imagen juega con la representación de lo sensible y la palabra conceptualiza el mensaje.

Puesto que se combinan la imagen y la palabra, y la imagen produce tres tipos de efectos - un efecto de *realidad*, un efecto de *ficción* y un efecto de *verdad*-, es posible crear realidades subjetivas que se convierten en fenómenos culturales.

Es por éstas razones que la televisión influye con mayor fuerza en el horizonte cognitivo de los habitantes de las zonas rurales, modificándolo de tal forma que hace que su concepción del espacio se transforme en zonas que a nivel mental son limitadas, pero a nivel físico se presenten características urbanas que crean una ambigüedad en su vida cotidiana, ya que a nivel de consumo cada vez más se parecen a las ciudades, pero a nivel de recursos éstos se encuentran en forma limitada, ya sea en forma de bienes o financieros.

Además de que su idea del espacio se transforma, porque se vuelve relativo el mismo, pues antes éste era nada más su casa, comunidad, ejido y cabecera municipal, algunas ocasiones la capital del Estado, pero en la actualidad con solo un click observan sucesos que ocurren al otro lado del mundo, como las guerras.

También, no solo se presentan ante ellos sucesos coyunturales a nivel global, sino además modelos de consumo ajenos a su sistema, los cuales aparecen ante ellos por medio de los comerciales o los programas de televisión como las telenovelas, siendo éstas últimas los programas que más consumen, pues son la principal fuente de entretenimiento de las familias de dichas zonas, pero éstas presentan modelos muy por encima de los recursos con los que se cuenta su sistema.

Por otro lado, este acceso a la información, hace que la idea de aldea global sí se pueda ver manifiesta en las zonas rurales, puesto que con el hecho de que se presente la coca cola dentro de sus horizontes cognitivos y la ubiquen como parte de su sistema, indica que ya están inmersos dentro de la llamada globalización, puesto que sus modelos de consumo cada vez se parecen más a los de los sistemas urbanos, debido a que ya no les resulta rara la idea de encontrar varias marcas de refrescos en la tienda, pues su primer punto de contacto con estas es por la televisión y se concretiza con la entrada de los distribuidores de los mismos, por la mejora de los caminos que los comunican con el exterior.

Respecto a la mejora de caminos Adolfo Narváez (2005) menciona que con el mejoramiento de las mismas los materiales de construcción de las casas van modificándose imitando cada vez más a las construcciones urbanas, pues debido a esto se va construyendo con block en lugar de adobes, pues ser facilita más el conseguirlos.

Pero esta mejora del camino no sólo permite la entrada de materiales, pues también se facilita que los proveedores de distintas marcas, ya sean de refrescos, frituras o dulces, invadan el pequeño nicho de mercado que presentan las zonas rurales, trayendo consigo que los modelos de consumo se vean modificados, sobre todo en el mercado infantil, pues aunque no tengan una fuente de ingreso son los principales consumidores potenciales de dichos productos, lo cual se refleja en el universo de palabras que fueron dadas por ellos, ya que se pueden distinguir diferentes marcas tanto en los alimentos como en las bebidas.

Todo esto crea, que la vieja idea de que las zonas rurales se comportan como sistemas cerrados se rompa, con todos los cambios que están pasando, pero lo propuesto por Foster de que se presenten bienes limitados no se modifica, pues sus insumos siguen siendo los mismos, salvo que obtengan ingresos de otras fuentes como las remesas que reciben los que tengan algún familiar que haya emigrado, pues lo que ocasiona es que se acelere la monetarización de la economía campesina la cual presentaba modelos precapitalistas, que modifica los fondos con los que manejaban sus recursos, pues ya existen mayores ingresos para algunos de los habitantes y debido a esto modifican sus hábitos de consumo, pues ya pueden adquirir productos que provengan del exterior del sistema.

Otra fuente de ingreso aunque marginal pero al final de cuentas apoya la monetarización de las zonas rurales son los apoyos que reciben por parte de programas gubernamentales, como el caso de Oportunidades en la actualidad, pues éste es una subvención económica para familias bajo situación de pobreza, lo que ocasiona que éste ingreso modifique en cierta medida algunos hábitos de consumo, como el incluir la coca en su dieta, pues ya cuentan con un pequeño ingreso para poder adquirirla.

Debido a esto se puede plantear como conclusión final, que en los tres conceptos estudiados se encontraron elementos urbanos en las zonas rurales, pero fue en el municipio de Iturbide el cual es considerado como un municipio rural, donde se presentaron mayores similitudes en cuanto a las redes semánticas con respecto a las de los niños urbanos de Linares, lo cual indica que ya existe un fuerte grado de influencia de la ciudad hacia este tipo de zonas que presentan un poco más de nivel de desarrollo, pues se localizan en la cabecera municipal, lo cual permite mayor acceso a distintos bienes, pero que no dejan de ser limitados y más en el caso de éste lugar pues las características fisiográficas son muy accidentadas ya que se localiza en la Sierra Madre Occidental, junto a la carretera que comunica el sur del estado de Nuevo León con la capital del mismo.

Pero en general en donde se presentaron la mayor cantidad de símbolos urbanos, en los casos de Linares rural e Iturbide fue en la idea de bebida que tienen estos niños, pues es aquí donde se pueden encontrar una considerable cantidad de marcas distintas relacionadas a productos de consumo urbano, como vendrían siendo coca, pepsi, gatorade, jumex, entre otros.

Por lo tanto ésta influencia de la ciudad en cuanto a modelos de consumo, sí permite pensar que todas estas marcas van creando nuevas necesidades en los habitantes rurales, pues la limonada, el agua de sandía e inclusive la misma agua, se han visto desplazadas por lo menos a nivel de idea por los jugos y la coca, lo cual cambia la idea también del satisfactor de cierta necesidad, pues si antes se comía acompañado con agua de frutas, ahora se necesita de un refresco para sentir satisfecha esa necesidad creada por ejemplificar algo.

Entonces, todas estas modificaciones en las ideas de sus necesidades básicas hacen que se vayan urbanizando estas mismas, pues ya no basta con reproducir los patrones que se han venido dando por generaciones, debido a que en la actualidad se pueden observar otros modelos distintos dictados por la televisión a través de sus programas, lo cual trae importantes cambios en las zonas rurales que tienen que ser estudiados desde distintos enfoques para de ésta manera armar el complicado rompecabezas de dichos cambios.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Amin, S. (2003). Pobreza Mundial, Pauperización y Acumulación de Capital. *Revista Mensual de Economía, Sociedad y Cultura "Globalización"*, mes de octubre. <http://rcci.net/globalizacion/2003.fq377.htm>
- Baños, O. (2002). El Imaginario y las Luces de la Ciudad en la Niñez Rural Mexicana. *Nueva Antropología*, septiembre, Vol. XVIII, número 61, México.
- Bauman, Z. (2003). Trabajo, Consumismo y Nuevos Pobres. Editorial Gedisa, España.
- Berman, M. (1985). Brindis por la Modernidad. *Revista Nexos*, Num. 89, México.
- Boltvinik, J. (2003). Necesidades de Pobladores Rurales en: Economía Moral. *Periódico la Jornada*, viernes 22 de agosto de 2003, México D. F.
- \_\_\_\_\_ (2001). Opciones Metodológicas para Medir la Pobreza en México. *Comercio Exterior*, Vol. 51, num. 10, México.
- \_\_\_\_\_ & Hernández-Laos E. (2000). Pobreza y Distribución del Ingreso en México. Siglo Veintiuno Editores, México.
- Bonefeld, W. (1998). Las Políticas de la Globalización, Ideología y Crítica. *Revista Mensual de Economía, Sociedad y Cultura "Globalización"*, mes de julio. <http://rcci.net/globalizacion/fq041.htm>
- Borsdorf, A. (2003a). Cómo Modelar el Desarrollo y la Dinámica de la Ciudad Latinoamericana. *EURE*, 29(86), Santiago de Chile.
- \_\_\_\_\_ (2003b). Hacia la Ciudad Fragmentada. Tempranas estructuras segregadas en la ciudad latinoamericana. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 1 de agosto de 2003, Vol. VII, núm. 146(122). Universidad de Barcelona, España. [http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(122\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(122).htm) (consultada en junio del 2004)
- CEPAL (1999). Definiciones de Población Urbana y Rural Utilizadas en los Censos de los Países Latinoamericanos a Partir de 1960. En: América Latina proyecciones de poblaciones urbano-rural 1970-2025. *Boletín Demográfico* No. 63, de enero de 1999, CEPAL. <http://www.eclac.cl/Celade/publica/bol63/BD63def00e.html> (consultado en Febrero del 2004)
- Colle, R. (2002). Teoría Cognitiva Sistémica de la Comunicación. Editorial San Pablo, Chile.
- Charaudeau, P. (2003). El Discurso de la Información. Editorial Gedisa, España.



- De Fleur, M. L. (1976). *Teorías de la Comunicación Masiva*. Paidós, Argentina.
- \_\_\_\_\_ & Ball-Rokeach, S. (2001). *Teorías de la Comunicación de Masas*. Paidós, México.
- De Mattos, C. (2003). *Redes, Nodos y Ciudades: Transformación de la Metrópoli Latinoamericana. Regiones y Desarrollo Sustentable*, Año II julio-diciembre, Colegio de Tlaxcala, México.
- Desai, M. (2003). *Pobreza y Capacidades: hacia una medición empíricamente aplicable. Comercio Exterior*, Vol. 53, num. 5, México.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1990). *El Mundo de los Bienes "hacia una antropología del consumo"*. CONACULTA, Grijalbo, México.
- Elorza, H. (1999). *Estadísticas para las Ciencias Sociales y del Comportamiento*. Oxford University Press, México.
- Figueroa, J., E. González & V. Solís (1981). *Una Aproximación al Problema del Significado: las redes semánticas. Revista Latinoamericana de Psicología*, Vol. 13, Num. 3.
- Foster, G. (1980). *Las Culturas Tradicionales y los Cambios Técnicos*. Fondo de Cultura Económica, México.
- \_\_\_\_\_ (1972). *Tzintzuntzan "los campesinos mexicanos en un mundo en cambio"*. Fondo de Cultura Económica, México
- Français, A.; (2000). *El Crepúsculo del Estado-Nación "una interpretación histórica en el contexto de la globalización. Documentos de debate No. 47, UNESCO. Gestión de las Transformaciones Sociales-MOST*.
- Fromm, E. & Maccoby, M. (1973). *Sociopsicoanálisis del Campesino Mexicano*. Fondo de Cultura Económica, México.
- García-García, A. (2004). *La Casa Campesina y el Lugar de lo Sagrado*. UANL, México.
- \_\_\_\_\_ (2005). *Los Procesos Comunitarios de Rechazo-Aceptación a la Transferencia Tecnológica para la Producción Campesina en Nuevo León. HUMANITAS, Anuario del Centro de Estudios Humanísticos, UANL, México*.
- García, F. (2001). *Anthony Giddens y la Globalización en la Tercera Vía. Revista Mensual de Economía, Sociedad y Cultura "Globalización"*, mes de enero. <http://rcci.net/globalizacion/2000/fq148.htm>
- Gardner, H. (2001). *Estructuras de la Mente: la teoría de las inteligencias múltiples*. Fondo de Cultura Económica, México

- Geertz, C. (1997). *La Interpretación de las Culturas*. Editorial Gedisa, España.
- Gracia, F. (1972). *Teoría de la Información*. En: presentación del lenguaje. Taurus, España.
- Guzmán, V. (1991). *El Medio Rural y la Habitación*. En: vivienda rural y producción, Vicente Guzmán coordinador. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco, México.
- Hernández, M. & V. Ortiz (1995). *El Poder de la Tradición y el Temor a la Autoridad, Representaciones Psicosociales sobre la Familia, la Escuela y la Guerra en el Niño Zamorano*. En: Estudios Michoacanos VI, Víctor Muro coordinador. El Colegio de Michoacán, México.
- Hernández, M. & J. L. Valdez Medina (2002). *Significado Psicológico de Vida y Muerte en Jóvenes*. *Ciencia Ergo Sum*, julio, Vol. 9, número dos, UAEM, México.
- Hubinger, V.; (1997). *Antropología y Modernidad*. *International Social Science Journal*, Diciembre, No. 154. UNESCO.
- Katz, E. (1974). *La Difusión de las Nuevas Ideas y Prácticas*. En: la ciencia de la comunicación humana, Wilbur Schramm compilador. Editorial Roble, México.
- Klein, N. (2001). *No Logo: el poder de las marcas*. Paidós Plural, España.
- Lazarsfeld, P. & Menzel, H. (1974). *Medios de Comunicación e Influencia Personal*. En: la ciencia de la comunicación humana, Wilbur Schramm compilador. Editorial Roble, México.
- López, E. O. (2002). *El Enfoque Cognitivo de la Memoria Humana “técnicas de investigación”*. Trillas, México.
- Luhmann, N. (2000). *La Realidad de los Medios de Masas*. Anthropos/UIA, Barcelona.
- \_\_\_\_\_ (1997). *Observaciones de la Modernidad*. Paidós Studio, España
- \_\_\_\_\_ (1995). *Poder*. Universidad Iberoamericana, Anthropos, México.
- Lyon, D. (2000). *Postmodernidad*. Segunda edición. Alianza Editorial, España.
- McLuhan, M. (1985). *La Galaxia de Gutenberg*. Origen/Planeta, México.
- McQuail, D. (2001). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. 3era Edición. Paidós, México.

- Moreno, A. (1999). *El Significado Psicológico de Conceptos Relativos a la Educación Ambiental*. CREFAL, México.  
[www.crefal.edu.mx/biblioteca\\_digital/CEDEAL/acervo\\_digital/coleccion\\_crefal/rieda/a1999\\_123/signific.pdf](http://www.crefal.edu.mx/biblioteca_digital/CEDEAL/acervo_digital/coleccion_crefal/rieda/a1999_123/signific.pdf)
- Naef, W. (1946). *La Idea del Estado en la Edad Moderna*. Ediciones Nueva Época, Madrid.
- Narváez, A. (2005). *El Papel del Camino en la Construcción de la Ecología Humana en el Ámbito de los Espacios Rurales en Procesos de Incorporación a la Ciudad. Memorias en Extenso del II Coloquio Internacional Sobre Políticas Sectoriales: Estado, Ciudadanía y Participación*. Ciudad Universitaria, UANL, México.
- \_\_\_\_\_ (2004). *Teoría de la Arquitectura “aproximación a una antropología de la arquitectura y la ciudad”*. Trillas, México.
- \_\_\_\_\_ (2003a). *La Pauperización del Empleo de los Arquitectos en el Escenario de la Globalización. AEDIFICARE, Anuario de Investigación de la Facultad de Arquitectura, UANL, México.*
- \_\_\_\_\_ (2003b). *El Papel del Camino en la Configuración del Espacio Habitado en lo Rural. ASINEA, noviembre, México.*
- Osorio, F. (2002). *Propuesta para una Antropología de los Mass Media. Revista Electrónica Cinta de Moebio*, Marzo, No. 13, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, Chile. <http://www.moebio.uchile.cl/13/frames09.htm>
- Piaget, J. (1985). *Seis Estudios de psicología*. Origen/Planeta, México.
- Pintos, J. (1998). *Apuntes para una Teoría: los medios, la realidad y la alternativa local*. Universidad de Santiago Compostela, España. <http://web.usc.es/~jpintos/articulos/index.html>
- Pradilla, E. (2002). *Campo y Ciudad en el Capitalismo Actual. Revista Ciudades num. 54, Red Nacional de Investigación Urbana, México.*
- Procuraría Agraria (1999). *Legislación Agraria*. Procuraduría Agraria, México.
- Reboratti, C. (1990). *Fronteras Agrarias en América Latina. Revista GEO CRITICA, Cuadernos Críticos de Geografía Humana, num. 87, mayo de 1990. Universidad de Barcelona, España.*
- Ricoeur, P. (2002). *Freud: una interpretación de la cultura. Siglo XXI, México.*
- Salas, H. (2000). *Antropología y Estudios Rurales. En: aprender-comprender la antropología. CECSA, México.*

- Sen, A & Foster, J. (2003). Espacio, Capacidad y Desigualdad. *Comercio Exterior*, Vol. 53, num. 5, México.
- Sen, A. (2003). Pobre en Términos Relativos. *Comercio Exterior*, Vol. 53, num. 5, México.
- Thompson, J. B. (2002). Ideología y Cultura Moderna. Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Valdez Medina, J. (1998). Las Redes Semánticas Naturales, Usos y Aplicaciones en Psicología Social. UAEM, México.
- Van Dijk, T. (2001). Estructuras y Funciones del Discurso. Siglo XXI, México.
- Wallerstein, I. (2003). Las Ambigüedades del Libre Comercio. *Revista Mensual de Economía, Sociedad y Cultura "Globalización"*, mes de diciembre. <http://rcci.net/globalizacion/2003/fq393.htm>
- Wolf, E. (1971). Los Campesinos. Editorial Labor S. A., México.

**Anexo 1: Ejemplo del instrumento empleado**

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**Instrucciones**

- 1) Tienes cinco minutos para escribir por lo menos diez palabras que creas que definan la palabra que aparece en la parte superior.
- 2) Una vez terminado lo anterior, tienes tres minutos para darle un valor de uno al diez a las palabras escritas, donde el uno se le va a poner a la palabra que creas se acerca más a la palabra de arriba.

**Ejemplo:****CARRO**

Llantas	2
Ventanas	5
Puertas	7
Gasolina	1
Distancia	9
Defensa	3
Antena	6
Transporte	4
Rojo	8
Ruido	10





**Anexo 2: Conceptos dados para casa por los niños de Linares rural**

<b>Cama</b>	<b>Cobijas</b>	<b>Gabinetes</b>
<b>Mesa</b>	<b>Cortinas</b>	<b>Árboles</b>
<b>Sillas</b>	<b>Cemento</b>	<b>Modular</b>
<b>Ropero</b>	<b>Colchones</b>	<b>Pisos</b>
<b>Sillones</b>	<b>Bloques</b>	<b>Carro</b>
<b>Puertas</b>	<b>Agua</b>	<b>Animales</b>
<b>Ventanas</b>	<b>Vitrina</b>	<b>Lomas</b>
<b>Televisión</b>	<b>Almohadas</b>	<b>Floreros</b>
<b>Refrigerador</b>	<b>Trastes</b>	<b>Lavadora</b>
<b>Cómoda</b>	<b>Dulces</b>	<b>Vidrios</b>
<b>Ropa</b>	<b>Radio</b>	<b>Casa de madera</b>
<b>Estufa</b>	<b>Espejos</b>	<b>Llaves</b>
<b>Juguetes</b>	<b>Focos</b>	<b>Escobas</b>
<b>Zacate</b>	<b>Fotos</b>	<b>Luz</b>
<b>Abanico</b>	<b>Muebles</b>	<b>Cocina</b>
<b>Cuadros</b>	<b>Peinadores</b>	<b>Cuarto de baño</b>
<b>Plantas</b>	<b>Vasijas</b>	
<b>Comida</b>	<b>Tinas</b>	



### Anexo 3: Conceptos dados para casa por los niños de Iturbide

Ventanas	Casa de manta	Reducida
Puerta	Luz	Sabanas
Baño	Reglas	Vecinos
Cocina	Ropa	Cuadros
Mesa	Tablas	Fea
Cama	Blanco	Lavadero
Sillas	Casa de mentiras	Regaños
Estufa	Casa de un piso	Sólida
Sala	Casare	Tijeras
Televisión	Cepillo	Almohadas
Techo	Cosas	Bancas
Comida	Gente	Botes
Niños	Hermanos	Casa de árbol
Cuartos	Laminas	Chimenea
Personas	Luciente	Juguetes
Refrigerador	Protección	Lejana
Ropero	Ruido	Piso
Muebles	Salero	Recoger
Hogar	Segundo piso	Señora
Cochera	Vivienda	Cara
Sillones	Zapatos	Departamento
Jardín	Acogedor	Entretenimiento
Patio	Bonita	Juegos
Cómodas	Casamiento	Jugueteros
Trastes	Clavos	Libros
Vasos	Molcajete	Radio
Familia	Pequeña	Soda
Foco	Teléfono	Trastero
Grande	Alberca	Vitrina
Perros	Alegre	Bicicletas
Platos	Casa de fantasmas	Cabaña
Edificio	Casa hogar	Flores
Sartenes	Cucharas	Lápiz
Recamaras	Escaleras	Lavabo
Llaves	Iluminada	Porche
Espejos	Silencio	Rica
Comedor	Tareas	Casa de juguete
Regadera	Árboles	Cercana
Agua	Cajonera	Diversión
Animales	Cuchillos	Estereo
Cobijas	Lámparas	Herramienta
Adultos	Libertad	Huerto
Amable	Medicinas	Material
Carro	Micro	Música

#### **Anexo 4: Conceptos dados para casa por los niños de Linares urbano**

<b>Cama</b>	<b>Radio</b>	<b>Corredor</b>
<b>Televisión</b>	<b>Espejo</b>	<b>Fea</b>
<b>Puerta</b>	<b>Lámpara</b>	<b>Micro</b>
<b>Ventanas</b>	<b>Trastes</b>	<b>Tocador</b>
<b>Sillones</b>	<b>Zapatos</b>	<b>Un lugar para vivir</b>
<b>Estufa</b>	<b>Cortinas</b>	<b>Animales</b>
<b>Mesa</b>	<b>Blocks</b>	<b>Cómoda</b>
<b>Baños</b>	<b>Drenaje</b>	<b>Número de la casa</b>
<b>Refrigerador</b>	<b>Juguetes</b>	<b>Perro</b>
<b>Sala</b>	<b>Pelota</b>	<b>Escoba</b>
<b>Cocina</b>	<b>Respeto</b>	<b>Grande</b>
<b>Agua</b>	<b>Aire acondicionado</b>	<b>Teléfono</b>
<b>Comida</b>	<b>Botes</b>	<b>Vidrios</b>
<b>Ropa</b>	<b>Camisa</b>	<b>Nintendo</b>
<b>Sillas</b>	<b>Escalones</b>	<b>Objetos</b>
<b>Recamaras</b>	<b>Limpieza</b>	<b>Pantalones</b>
<b>Ropero</b>	<b>Llaves</b>	<b>Plantas</b>
<b>Patio</b>	<b>Mecedoras</b>	<b>Secadora</b>
<b>Abanico</b>	<b>Niños</b>	<b>Cerámica</b>
<b>Muebles</b>	<b>Un lugar para dormir</b>	<b>Closet</b>
<b>Comedor</b>	<b>Adultos</b>	<b>Escaleras</b>
<b>Habitantes</b>	<b>Carro</b>	<b>Gorras</b>
<b>Piso</b>	<b>Colchón</b>	<b>Luz</b>
<b>Paredes</b>	<b>Peinador</b>	<b>Portarretratos</b>
<b>Cuartos</b>	<b>Responsabilidad</b>	<b>Video</b>
<b>Techo</b>	<b>Vecinos</b>	<b>Vitrina</b>
<b>Electricidad</b>	<b>Bonita</b>	<b>Cementos</b>
<b>Familia</b>	<b>Cariño</b>	<b>Floreros</b>
<b>Focos</b>	<b>Chimenea</b>	<b>Juguetero</b>
<b>Cobijas</b>	<b>Locker</b>	<b>Mascotas</b>
<b>Lavadora</b>	<b>Muñecas</b>	<b>Pañuelos</b>
<b>Vivienda</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Sábanas</b>
<b>Cochera</b>	<b>Sabor</b>	<b>Tuberías</b>
<b>Estereo</b>	<b>Trapeador</b>	

**Anexo 5: Conceptos dados para comida por los niños de Linares rural**

Pollo	Mole	Cilantro
Frijoles	Tacos	Sandia
Sopa	Repollo	Pastel
Huevo	Barbacoa	Caldo
Fideo	Chorizo	Aguacate
Frutas	Alimentos	Masita
Arroz	Leche	Maíz
Almuerzo	Fuerza	Bebida
Comer	Cenar	Chile
Cena	Queso	Miguitas
Salchicha	Tortas	Chicharrones
Tomate	Calabaza	Limón
Nutrición	Lentejas	Garbanzo
Tortillas	Sal	Ensalada
Cebolla	Sopa instantánea	Verduras
Alimentación	Marrano	Pescado
Papas	Jamón	
Carne	Zanahoria	
Harina	Memoria	

## Anexo 6: Conceptos dados para comida por los niños de Iturbide

Carne	Alitas	Restaurante	Trastero
Pollo	Barbacoa	Salada	Amarga
Sopa	Sal	Sandía	Cabruto
Frijoles	Salchicha	Consomé	Cereal
Plato	Flautas	Ensalada de pollo	Condimentos
Huevos	Hambre	Leche	Garra
Arroz	Hamburguesas	Lechuga	Miguitas
Ensalada	Chicharrones	Mucha	Pavo
Cuchara	Hot dog	Picante	Pizza
Vasos	Chorizo	Rica	Poca
Tortillas	Nuguets	Bandeja	Pollo con arroz
Tenedor	Refrescos	Calabacita	Puré de papa
Fideo	Queso	Cebolla	Tostadas
Papas	Tomate	Fría	Albóndigas
Mesa	Zanahoria	Mantel	Carne seca
Mole	Asado	Mexicana	Chayote
Espagueti	Nopalitos	Pan	Dulce
Aceite	Pulpa	Preparación	Entomatadas
Tacos	Alimentos	Salsa	Galletas
Pescado	Comer	Servilletas	Manos
Caldo	Fuego	Agria	Res
Agua	Repollo	Camarón	Sazonadores
Enchiladas	Aguacate	Chile	Cocina
Sartén	Cubiertos	Harina	Cocinero
Verduras	Desayunar	Hot cakes	Limonas
Sillas	Pasta	Lentejas	Macarrones
Pastel	Sabrosa	Lonches	Manchas
Caliente	Comedor	Sabritas	Plátano
Frutas	Deliciosa	Tamales	Revuelta
Ingredientes	Frijoles a la charra	Betabel	
Cuchillo	Postre	Manzana	

**Anexo 7: Conceptos dados para comida por los niños de Linares urbano**

Carne	Frutas	Calabaza	Lentejas
Sopa	Sartén	Escabeche	Mamá
Plato	Ensalada de pollo	Instrucciones	Papitas
Frijoles	Estufa	Nachos	Saborizante
Cuchara	Sabor	Nopales	Arroz con pollo
Pollo	Salchichas	Olor	Conchas
Aceite	Jamón	Restaurante	Empanadas
Arroz	Tostadas	Saborear	Leguminosas
Huevos	Manzana	Tamales	Líquidos
Tomate	Repollo	Vivir más	Masa
Hambre	Sabrosa	Zanahoria	Pasta
Tortillas	Boca	Bolillos	Queso
Mesa	Cena	Chicharrones	Barbacoa
Mole	Coditos	Cocido	Consomé
Caldo	Elote	Cuchillo	Ensalada de verduras
Verduras	Hot dog	Lácteos	Flautas
Ingredientes	Salsa	Lonches	Limón
Cebolla	Alimento	Muerde	Mecha
Papas	Refresco	Nutrición	Mexicana
Fideo	Aguacate	Se come	Mojada
Chiles rellenos	Cuadro de pollo	Servilletas	Plátano
Tenedor	Ensalada	Chorizo	Atún
Comer	Filete	Deshidratada	Caldosa
Espagueti	Nos proporciona vida	Embarra	Pastel
Consomate	Sopa instantánea	Enchiladas	Sazonador
Sal	Sopes	Estomago	Trastes
Lechuga	Alimentarme	Letreros	Vasija
Tacos	Pescado	Preparación	Camarones
Masticar	Pizza	Sano	Color
Chiles	Rico	Aceitosa	Hígado encebollado
Fuego	Salchichas con huevo	Agua	Macarrón
Hamburguesas	Tragar	Desayuno	Sabritas
Vitaminas	Asado	Dientes	

**Anexo 8: Conceptos dados para bebida por los niños de Linares rural**

Jugo	Gatorade
Coca	Jarabe
Agua	Café
Limonada	Tequila
Agua de melón	Kool Aid
Agua de sandia	Atole de masa
Cerveza	Refrescos
Leche	Miel
Agua de coco	Agua de mango
Jugo de naranja	Soda
Vino	Ponches
Jugo de manzana	Chocolate
Pepsi	Whisky
Jugo de pomela	Agua de mandarina
Yogurt	Champán
Agua de coco	Jugo de uva
Barrilito	Agua de piña
Agua de plátano	Licuado

**Anexo 9: Conceptos dados para bebida por los niños de Iturbide**

Agua	Jugo de mango	Copas	Beber
Coca	Tomar	Envase	Atole
Jugo	Agua de tamarindo	Frizz	Picosa
Limonada	Pepsi	Sed	Sangría
Kool aid	Jugo de manzana	Te	Vampiro
Jugo de naranja	Horchata	Agua de fresa	Agria
Vaso	Fresca	Color	Endulzar
Refrescos	Jugo de uva	Gatorade	Fresquibon
Cerveza	Tang	Jugo de durazno	Jarra
Leche	Joya	Jugo de guayaba	Piña colada
Popote	Kazz	Jumex	Agua purificada
Yogurt	Boca	Saborizante	Rica
Botella	Fria	Tapas	Sprite
Agua de sandía	Café	Zuco	Alcohólica
Jugo de toronja	Champaña	Amarga	Labios
Vino	Deliciosa	Lata	Lleno
Hielos	Agua de melón	Licuado	Pau pau
Sabor	Agua de coco	Miel	Taza
Agua de jamaica	Caliente	Sello rojo	Empanzonado
Liquido	Agua de papaya	Chocolate	Especial
Agua de piña	Dulce	Ponche	Lengua
Azúcar	Big cola	Aguas frescas	Mirinda

**Anexo 10: Conceptos dados para bebida por los niños de Linares urbano**

Agua	Licuado	Envase	Agua de jamaica
Jugo	Barrilito	Olor	Bollos
Coca	Beber	Tienda	Borracho
Limonada	Tomar	Jarritos	Botellas
Cerveza	Atole	Jugo de manzana	Rompopo
Vaso	Recipiente	Llena estomago	Agua de fresa
Kool aid	Agua de sandía	Maizena	Agua de frutas
Pepsi	Saborizante	Manzanita sol	Frio
Leche	Rica	V8	Jugo de mango
Vino	Champaña	Whisky	Jugo natural
Hielo	Joya	Yuki	Mirinda
Yogurt	Fierce	Agua de melón	Moja
Refresco	Ingredientes	Dulce	Muelas
Chocolate	Jugo jumex	Labios	7 up
Sabor	Mangonadas	Nutrición	Agua de sabores
Azúcar	Ponche	Power ponch	Gusto
Café	Taza	Agua de papaya	Jugo del valle
Popote	Tragar	Amarga	Mojado
Gatorade	Agua mineral	Colorante	Rayitas
Sed	Caliente	Gelatina	Vampiro
Tampico	Licor	Agua de tamarindo	Vino presidente
Te	Sabrosa	Jugo de verduras	Jocoque
Jugo de naranja	Vidrio	Rusas	Jugo de guayaba
Líquido	Agua de pepino	Salada	Tapa
Copa	Boca	Sobrecito	





DONATIVO

