

UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE INICIATIVAS CULTURALES JUVENILES EN LA REGIÓN
METROPOLITANA

Proyecto de Título de la Carrera de Diseño Gráfico
CARLOS ULISES BARBOZA BASCUÑÁN
Profesor Guía: Eduardo Hamuy.

INDICE Y TABLA DE CONTENIDOS

I. RESUMEN.

II. INTRODUCCION.

2.1. Planteamiento del Problema.

2.2. Objetivos.

2.2.1. Objetivo General.

2.2.2. Objetivos Específicos.

2.3. Hipótesis.

III. MARCO TEORICO.

3.1. Definición del Grupo Objetivo.

3.1.2. Clasificación por Niveles Socioeconómicos según el Informe de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales.

3.1.3. Otras clasificaciones de los jóvenes propuestas por el PNUD.

3.2. La juventud en el contexto social.

3.2.1 Ciudadanía y exclusión social.

3.2.2. Individuo y sociedad.

3.3. Discursos negativos en torno a la juventud y su participación social.

3.3.2. La identidad como meta y ausencia, visión estática e invisibilizadora.

3.3.3. La identidad como integración al mercado .

3.3.4. La identidad como peligro social, la visión normativa.

3.4. Sociedad juvenil.

3.4.1. La esfera cultural y la construcción de identidades.

3.4.2. Identidad colectiva y grupal.

3.4.3. Motivaciones de los jóvenes para agruparse.

3.5. Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Juveniles.

3.5.1. Agentes Culturales.

3.5.2. Respecto de los distintos tipos de oferta según el Informe de Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes.

- 3.5.2.1. Oferta pública.
- 3.5.2.2. Oferta social.
- 3.5.2.3. Oferta comercial.
- 3.5.3. Difusión Cultural.
- 3.6. Conclusiones del Marco Teórico.

IV. MARCO METODOLOGICO.

- 4.1. Marco metodológico para el estudio de iniciativas culturales juveniles (ICJ).
 - 4.1.1. Objetivo general del análisis de ICJ.
 - 4.1.2. Estrategia metodológica a implementar.
 - 4.1.3. Universo y marco muestral del estudio de ICJ.
 - 4.1.4.2. Clasificación de las ICJ, ganadoras del concurso del INJUV, según la división en 7 categorías establecidas por el MINEDUC.
 - 4.1.4.3. Totales de iniciativas culturales juveniles.
- 4.2. Caso N°1: Entrevista semi estructurada al director del Circo Ambulante de Puente Alto, Marco Velásquez.

V. CONCLUSIONES.

VI. PROYECTO DE DISEÑO: E-ZINE “PROYECTO LOCAL”.

- 6.1. E-Zine.
 - 6.1.1. Referentes conceptuales de redes culturales en internet.
- 6.2. Proyecto Local.
- 6.3. Referentes Visuales y Diseño.
- 6.4. Contenidos.
 - 6.4.1. Portada: Iniciativa Cultural Juvenil Destacada.
 - 6.4.2. Circuito Local.
 - 6.4.3. Directorio de Iniciativas Culturales Juveniles.
 - 6.4.4. Editorial.
- 6.5. Implementación.
- 6.6. Estrategia de Difusión.

VII. PIEZAS DE DISEÑO

VIII. CONCLUSIONES DEL PROUECTO

IX. GLOSARIO.

X. BIBLIOGRAFIA.

INDICE DE CUADROS E IMAGENES

Cuadro N°1: Categorías y subcategorías de tipos de oferentes culturales clasificados según la Cartografía Cultural.

Cuadro N° 2. Categorías y subcategorías.

Cuadro N° 3. Ganadores Segundo Concurso de Iniciativas Culturales Juveniles Región Metropolitana (INJUV, 2003).

Cuadro N°4. Clasificación de ICJ según Categorías.

Cuadro N 5. Totales de iniciativas culturales juveniles.

Cuadro N°6: Estructura del Directorio de Actores Culturales.

Imagen n°1: Aspecto General de la e zine.

Imagen n°2: Despliegue del contenido de la entrevista a la ICJ destacada del mes.

Imagen n°3: Areas.

Imagen n°4: Despliegue de noticias secundarias en pop up.

Imagen n°5: Botonera en el sector izquierdo.

Imagen n°6: Detalles de las Páginas Interiores de Circuito Local; Música, Artes Visuales, Artes Escénicas.

Imagens n°7: Imagen general del Directorio Cultural Juvenil y el formulario de registro.

I. RESUMEN

El objetivo principal del proyecto es difundir y promover las nuevas propuestas culturales desarrolladas por los jóvenes (19 a 29 años), de la Región Metropolitana en el marco de la “autogestión”.

El procedimiento utilizado se centró en un estudio bibliográfico acerca de los jóvenes en Chile, estilos y formas de vida, recursos, acceso y desarrollo cultural, prejuicios en torno a ellos, referentes culturales, etc. Se consideró su baja inclusión en el desarrollo cultural chileno, especialmente de jóvenes de estratos medios y bajos, y los motivos que generan esta marginación. Posteriormente se determinaron las áreas de mayor participación cultural juvenil por medio del concurso “Iniciativas Culturales Juveniles, Región Metropolitana, 2004” (INJUV), que basado en la “Cartografía Cultural de Chile”, desarrollada por el MINEDUC, establece 7 categorías de áreas culturales.

El resultado determina que las categorías de mayor participación juvenil son: Artes Escénicas, Artes Visuales y Música. Iniciativas que surgen en su mayoría mediante la autogestión, que cuentan con bajos recursos y tienen escasa difusión mediática, lo que impide el reconocimiento de un circuito cultural alternativo y de la existencia de nuevos actores culturales. A partir de esto, se proyecta la creación y diseño de una e zine denominada “Proyecto Local”, cuya ejecución se sostiene en la síntesis de referentes culturales visuales, encontrados principalmente en la música (interés compartido por la gran mayoría de este segmento), que contempla un directorio de actores culturales jóvenes y la difusión de este circuito cultural. En definitiva, una vitrina donde se exhibirán las diversas formas de participación y del que hacer cultural juvenil chileno, en la Región Metropolitana, que se encuentra en proceso de evaluación e implementación.

II. INTRODUCCION

El replanteamiento de la cultura como campo de reflexión en las políticas públicas, que viene a completar lo que se está realizando en salud o educación, nos lleva a reflexionar en torno a los grupos que debido a diferentes factores quedan marginados del desarrollo cultural o bien no son validados. Entre estos tenemos a los jóvenes, que representan una cuarta parte de la población y debido a la aplicación de políticas o conceptos herrados en torno a ellos, son marginados en muchos ámbitos de la vida social.

Este proyecto plantea la necesidad de dejar de ver a la juventud como una etapa de transición o un grupo homogéneo en base a estereotipos provenientes del mundo adulto. Se caracteriza a los jóvenes, con su gran diversidad cultural y estilos, como un ser socialmente válido y no como un individuo en proceso para llegar a ser alguien. Desde esta perspectiva, se detecta que en general las políticas de apoyo hacia las iniciativas culturales juveniles son paternalistas o intervencionistas y no recogen las verdaderas necesidades, aspiraciones y capacidades de este segmento.

El proyecto surge de la convicción de que la cultura está en constante transformación, y se deben reconocer todos los sectores haciendo un esfuerzo por incluirlos en el contexto social. Por otro lado, un estado democrático debe garantizar el libre acceso a la cultura, en especial, apoyando a los sectores más débiles.

Se estima que las iniciativas culturales juveniles pueden significar un gran aporte al desarrollo cultural del país, además de conformar un circuito alternativo, un espacio de expresión de las necesidades e inquietudes artísticas de los jóvenes que no siempre pueden acceder a las instituciones tradicionales. Por otro lado, este circuito alternativo, abre una nueva oferta cultural más accesible para los mismos jóvenes marginados por la oferta cultural privada.

Es necesario un medio que promueva y difunda dichas iniciativas para informar a la sociedad de la existencia de esta nueva oferta cultural favoreciendo su crecimiento. Además de constituir por este medio, una Directorio Cultural Juvenil de la Región Metropolitana, es decir, un registro de iniciativas que los haga visibles para la comunidad y genere lazos entre ellos mismos y las instituciones que deseen apoyarlos.

2.1. Planteamiento del Problema.

De acuerdo a la investigación realizada por el Programa de las Naciones Unidas (PNUD, 2003), los jóvenes de 19 a 29 años, de estratos socioeconómicos bajos y medios, no disponen de una oferta cultural segmentada debido a que son las instituciones públicas y sociales que deben encargarse de esta, y son pocos los recursos con que cuentan para satisfacer la gran demanda de los sectores medios y bajos en general.

También son escasos los recursos disponibles para apoyar el desarrollo de iniciativas culturales juveniles, sin embargo, el mayor problema es el acceso a la información referida a fondos, becas, etc.

Entonces, los jóvenes de estos estratos medios y bajos, no pueden acceder a la oferta cultural privada y se hace difícil llevar a cabo iniciativas culturales propias, todo debido a una falta de recursos; económicos, de infraestructura, profesionales y de difusión. Por lo tanto, las iniciativas culturales de este segmento no tienen impacto social, no son rescatadas ni validadas y actores culturales deben permanecer en la marginalidad o renunciar a la participación.

Sin embargo, nuevos antecedentes aportados por el INJUV, demuestran que se está desarrollando una conciencia a nivel de las instituciones públicas con respecto a los intereses de carácter cultural de los jóvenes, generándose varios fondos concursables, tales como “Micro medios Juveniles” o “Iniciativas Culturales Juveniles” que se desarrolla desde el año 2002. Lo cual abre una gran cantidad de posibilidades de desarrollo cultural para los jóvenes de 19 a 29 años de edad, de todos los estratos socioeconómicos y son, en especial, una oportunidad para jóvenes de bajos recursos, y a su vez, logra definir un amplio abanico de actividades y circuitos alternativos culturales, distintos de la oferta privada.

En el concurso “Iniciativas Culturales Juveniles” antes mencionado, encontramos más de 90 proyectos realizados por y/o para los jóvenes, lo que viene a demostrar el gran interés de estos en desarrollarse a través de expresiones artísticas, y son ejemplos concretos de los logros obtenidos por medio de la autogestión.

Sin embargo, sigue pendiente el tema de la difusión en los presupuestos que estas iniciativas manejan, lo que impide un mayor crecimiento y las hace invisibles para la sociedad

en general. El difundir y destacar estas iniciativas generaría un mayor respaldo a nivel social, y otros jóvenes con las mismas expectativas podrán seguir sus pasos.

2.2. Objetivos.

2.2.1. Objetivo General.

Promover y difundir las Iniciativas Culturales realizadas por y para los jóvenes (19 a 29 años de edad), desarrolladas en la Región Metropolitana.

2.2.2. Objetivos Específicos

Comunicar las actividades realizadas en el marco de las Iniciativas Culturales Juveniles, favoreciendo un mayor impacto social de estas.

Estimular el desarrollo de un Circuito Cultural Alternativo, distinto del circuito cultural privado, realizado por y/o para los jóvenes.

Generar un Directorio de Actores Culturales Juveniles, en 3 de las 7 categorías derivadas de la Cartografía Cultural (MINEDUC), como son: artes escénicas, artes visuales y música.

Destacar la capacidad de autogestión de los jóvenes para llevar a cabo proyectos propios, generando mayor confianza en otros jóvenes para realizar sus propios proyectos.

2.3. Hipótesis.

En todo proceso de desarrollo social, existen miembros que por diversos factores van quedando marginados del desarrollo cultural por diferentes factores que tienen que ver con su desarrollo histórico personal y colectivo. En el caso chileno, entre los múltiples sectores marginados se encuentran los jóvenes, cuya problemática estriba en que no se reconoce socialmente al joven como un ciudadano activo y presente en el desarrollo social del hoy. La validación de los jóvenes depende en gran medida de los logros que puedan tener mientras llegan a la edad adulta, y de este modo, los jóvenes no son ahora, sino que han de ser en un difuso mañana. Esto es un punto relevante al pensar los factores que propician la marginación e incluso la automarginación de los jóvenes del contexto social. La juventud no debiera ser

entendida como una etapa de tránsito haciendo de las expectativas, intereses, organizaciones y modos de ser de los jóvenes características, casi biológicas, de un grupo homogéneo que pasarán con la edad. Solo entendiendo que, si la posición y formas de ser de los jóvenes es el resultado de un complejo proceso histórico individual y colectivo, nos encontraremos con un grupo extremadamente heterogéneo, con un caudal de información y conocimientos que deberían ser aceptados por la sociedad como un aporte enriquecedor a la cultura. Sin embargo, apreciando la dificultad de que el sector privado asuma la tarea de facilitar espacios de desarrollo social y cultural de las juventudes de estratos medios y bajos (que son en definitiva quienes sufren con mayor fuerza la marginación), grupos no rentables, se vuelve aparentemente, una tarea de un gobierno democrático el garantizar un acceso igualitario a las oportunidades, o por lo menos, generar políticas que promuevan su desarrollo.

Uno de las grandes debilidades de la juventud es carecer de los medios de producción, lo que los pone en desventaja y los hace vulnerables frente al mundo adulto. Sin embargo, esto no se produce por incapacidad o antipatía de parte de los jóvenes, es más bien, el resultado de la forma en como se construye la sociedad históricamente, entonces, si los jóvenes no poseen los medios es por que nunca han estado en sus manos, y es el punto que deben considerar las políticas de desarrollo cultural en el país. Confiar en la capacidad de los jóvenes, otorgarles oportunidades y hacerlos partícipes en la creación de dichas políticas es un hecho clave en el reconocimiento del joven como ciudadano válido en el presente.

Por lo tanto, esta hipótesis sostiene que:

Promover y difundir Iniciativas Culturales Juveniles producto de la autogestión, es un reconocimiento del valor y aporte de los jóvenes a la sociedad en su conjunto, y como consecuencia, haría conciente a muchos otros jóvenes de su propio potencial y nuevas formas de integración.

III. MARCO TEORICO

3.1. Definición del Grupo Objetivo.

Basado en la investigación realizada por el PNUD (Ibíd.), este proyecto se centra en el segmento jóvenes, de 19 a 29 años de edad. Definido de acuerdo a las diferencias establecidas en el periodo desde la niñez a la adultez plena, demarcando los horizontes entre la completa dependencia de los padres u otras instituciones, hacia la total autonomía, momento en el cual un individuo puede en teoría, valerse por si mismo.

Según la investigación antes mencionada, los 18 o 19 años determinan el final de la adolescencia al finalizar los estudios medios y enfrentarse al mundo adulto desde la perspectiva del trabajo o estudios superiores, es la edad en que se comienzan a tomar decisiones que marcarán al individuo de por vida; formar una familia, estudiar una carrera, trabajar, etc. Y en definitiva, se adquieren legalmente derechos y deberes, tales como obtener licencia de conducir, independencia para salir del país, casarse, realizar el servicio militar, votar, etc.

Los 30 años demarcan un nuevo horizonte, la entrada definitiva al mundo adulto, y comienzan a apreciarse grandes diferencias con este tramo en cuanto a intereses, expectativas y percepciones de la realidad y mundos posibles. Se identifica esta edad como el punto en que ha dejado de experimentarse o elaborar planes con respecto a lo que debería ser la vida, es decir, muchos se dedican plenamente a trabajar, han conseguido finalizar una carrera, poseen una familia, cónyuge, hijos, etc.

Dentro del segmento escogido (jóvenes 19 a 29 años), se establecen subgrupos etarios, en consideración a sus expectativas y responsabilidades:

Jóvenes de 18 a 21 años, en general, tienen pocas responsabilidades, viven con sus padres y pueden alargar esta dependencia ingresando a universidades o institutos. Generalmente no tienen hijos. Rasgos que, como se verá más adelante, los hace tener más fe en su futuro y la sociedad.

Desde este tramo, se aprecia un incremento en dichas responsabilidades hasta llegar al segmento de 26 a 29 años, que es el grupo con la mayor carga de responsabilidades. La mayoría trabaja, tiene hijos o vive en pareja. Este segmento representa el proceso hacia la

individuación, es decir, la total autonomía. Estas clasificaciones sirven para aproximarnos ligeramente a la problemática juvenil, sin embargo, existen otros factores determinantes en las conductas de este grupo como el nivel socioeconómico, educación, ubicación geográfica, y en definitiva las historias particulares insertas en el devenir social.

3.1.2. Clasificación por Niveles Socioeconómicos según el Informe de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales (Ibíd.).

Aun cuando en general las clasificaciones en cuanto al nivel socio económico no parecen relevantes para los jóvenes que confían en que su proyecto de vida lo pueden construir ellos mismos, y a pesar de que en la actualidad muchas de estas clasificaciones no alcanzan a dimensionar el enorme cruce de estratos sociales, nos pueden entregar antecedentes de los recursos que cada uno de ellos posee a la hora de poner en marcha efectivamente sus planes y los circuitos culturales a los que pueden acceder o quedar marginados.

Jóvenes de nivel socio económico alto:

Se consideró como jóvenes de nivel socio económico altos, a los integrantes de 15 a 29 años de los hogares, que en investigación de mercado (para el caso NSE, se utilizó la nomenclatura utilizada por el INJUV en su Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes, 1999), son clasificados como hogares tipo ABC1. Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo A, corresponden a los jóvenes que integran los hogares que perciben las rentas mas altas del país, es decir, los hogares que habitan sectores exclusivos de la ciudad (La Dehesa, Lo Barnechea, Vitacura, Las Condes, p. e.); que poseen mansiones con jardines y parques, piscinas, canchas de tenis, etc.; que poseen amoblado fino y de estilo, varios automóviles nuevos y lujosos; cuyas familias son o que provienen de familias propietarias de grandes empresas o industrias; que no tienen restricciones de servicio doméstico (mozos, choferes, empleadas, jardineros); que poseen líneas de teléfono privado, etc.

Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo B, corresponden a los jóvenes que integran los hogares que perciben rentas altas y generalmente habitan en los mejores sectores de la ciudad (Las Condes, La Reina, Providencia, p.e.); poseen áreas verdes bien cuidadas; poseen un

chalet aislado de excelente construcción y muy bien equipado; que generalmente poseen más de un automóvil de buenas marcas y de modelos recientes (Mercedes Benz, BMW, p.e.); que son profesionales de varios años de trayectoria (altos ejecutivos, industriales, agricultores); que tienen más de una empleada, etc. También poseen líneas de teléfono privado.

Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo C1, corresponden a los jóvenes que integran los hogares que, debido a sus altas rentas, viven sin problemas y con algunas comodidades y algunos lujos. Generalmente son hogares que viven en barrios homogéneos del sector alto (Providencia, Ñuñoa, p.e.); que tienen buena casa y bien equipada (todos los electrodomésticos, y algunos de los más sofisticados); poseen un automóvil de modelo reciente o dos de modelos más económicos o de modelo menos reciente (Subaru, Peugeot, p.e.); son profesionales jóvenes, empleados de categoría, medianos industriales y agricultores, comerciantes y algunos técnicos de nivel de instrucción alto o medio alto. Generalmente cuentan con personal de servicio doméstico.

Jóvenes de nivel socio económico medio:

Se consideró como jóvenes de nivel socio económico medio a los jóvenes que integran los hogares que en investigación de mercado son clasificados como hogares tipo C2 y C3.

Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo C2, corresponden a los jóvenes que integran los hogares (como jefes de hogar o no) que tienen rentas necesarias para cubrir sus necesidades básicas y sólo algunas comodidades. Viven en conjuntos habitacionales de bloques de departamentos en sectores tradicionales de la ciudad (Santiago, La Florida, San Miguel, p.e.); poseen preocupación por el ornato de calles, veredas y plazas; habitan en casas o departamentos medianos que generalmente tienen living y comedor junto y que en caso de ser viviendas nuevas están ubicadas a gran distancia del centro de la ciudad. Por lo general, tienen muebles de calidad regular y electrodomésticos de uso corriente. Tienen un automóvil mediano o pequeño o con varios años de uso. Son profesionales y técnicos de nivel medio, obreros especializados o comerciantes. Cuentan con telefonía móvil y fija.

Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo C3, corresponden los jóvenes que integran los hogares (como jefes de hogar o no) que tienen ingresos sólo para cubrir sus necesidades y muy pocas comodidades. Viven en poblaciones modestas o bloques de departamentos económicos

en sectores antiguos de la ciudad. Si son construcciones nuevas están ubicadas a gran distancia del centro de la ciudad. Si están ubicados en sectores modestos, son los hogares de mayor progreso del sector, por el contrario, si están ubicados en sectores NSE C2 corresponden a los hogares de menor progreso. Generalmente no tienen vehículo o es antiguo. Son empleados públicos y privados de bajo nivel, obreros semi-especializados, pequeños comerciantes. Generalmente cuentan con telefonía fija o móvil y fija. En la actualidad, muchos optan solo por la telefonía móvil.

Jóvenes de nivel socio económico bajo:

Se consideró como jóvenes de nivel socio económico bajo a los jóvenes que integran los hogares que en investigación de mercado son clasificados como hogares tipo D y E. Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo D, corresponden a los jóvenes que integran los hogares (como jefes de hogar o no) que disponen de un ingreso fijo y estable aunque reducido. Viven con mucha estrechez. Generalmente habitan viviendas económicas en grandes sectores o en poblaciones que no cuentan con urbanización completa (Pudahuel, Cerro Navia, p.e.). También habitan en sectores centrales de la ciudad (comuna de Santiago, p.e.), o viven con varias familias en una casa o cité (familia extendida.). Tienen equipamiento mínimo (el cual a veces incluye teléfono fijo y teléfono celular). No tienen automóvil. Generalmente son obreros, trabajadores manuales o vendedores ambulantes.

Los jóvenes pertenecientes al NSE tipo E, corresponden a los jóvenes que integran hogares (como jefes de hogar o no) que no poseen ingreso fijo, viven generalmente en poblaciones de emergencia, las viviendas son conventillos o están improvisadas con material liviano. Prácticamente no cuentan con muebles o son improvisados. Son trabajadores ocasionales.

A este estrato pertenecen los jóvenes que viven con mayor crudeza la marginación social y cultural.

3.1.3. Otras clasificaciones de los jóvenes propuestas por el PNUD (Ibíd).

Aparte de las tradicionales formulas de segmentación de los diferentes grupos sociales, existen otras que analizan con mayor agudeza el comportamiento de los jóvenes, investigando la cuestión de la diversidad al interior del tramo etario que va de los 18 a los 29 años, donde es

común afirmar que el concepto de “jóvenes” o “juventud” corresponde a un segmento etario de la sociedad que no se comporta necesariamente de forma homogénea. Dicho esto, se definen diferentes categorías tales como las relaciones de los jóvenes con los medios tecnológicos, uso del computador y manejo de inglés, por ejemplo. Al contrastar estos datos, solo un 7% posee todas las herramientas mientras que un 58% no, relacionado directamente con su nivel socio económico. Lo que produce dificultades en la integración de muchos jóvenes en una sociedad globalizada.

Por otro lado, al interior de la juventud chilena se distinguen 3 autoimágenes de logro respecto del sistema económico:

Perdedor abrumado:

Este primer grupo corresponde al 28% de quienes tienen entre 18 y 29 años. Se compone fundamentalmente de sujetos que se definen de clase media y media baja, que han tratado de incorporarse a la sociedad a través del estudio o del trabajo, pero no les ha ido del todo bien en este camino. Por esto, la mayoría de estos jóvenes se siente perdedor frente al desarrollo económico del país. Seguramente han vivido con perplejidad los cambios económicos del último tiempo, ya que ninguno de ellos cree que dentro de 5 años su situación vaya a ser mejor que la actual. Parte de esta mirada agobiada del futuro se debe a que en este grupo se encuentran los sujetos con niveles de educación más bajos y, por lo tanto, sus posibilidades de inserción laboral no son muy promisorias. Súmese a esto que casi la mitad de estos jóvenes tiene un hijo, lo que no sólo representa una mayor necesidad de dinero en el presente sino que también define un horizonte con mayores exigencias.

Perdedor esperanzado:

Este segundo grupo equivale al 36% de la población joven. Un primer aspecto que llama la atención es que aquí se encuentran los sujetos de mayor edad. Se trata de jóvenes que se definen más bien de clase media y que preferentemente se sienten perdedores frente al desarrollo económico del Chile actual. No obstante, presentan una gran diferencia con el grupo anterior: una mayor esperanza en el futuro. Pues este grupo se caracteriza por indicar que dentro de 5 años la situación económica de su entorno familiar será mejor que la actual. ¿Cómo se explica esta diferencia? Cuando estos jóvenes miran el pasado se dan cuenta de que su estándar de vida ha venido mejorando o ha permanecido igual, lo que se traduce en una seguridad que permite una proyección positiva del futuro.

Ganador entusiasta:

El tercer grupo es igual de grande que el anterior, pero aquí se encuentran los más jóvenes de la muestra y, por lo tanto, se trata de un grupo que (todavía) no suele tener hijos. Además, la mayoría se define de clase media y media alta. La conjunción de estos rasgos – menor edad, ausencia de hijos y nivel socioeconómico medio alto– hace que este grupo demuestre una visión doblemente positiva frente al sistema económico: sentimiento de ganador y esperanza en el futuro.

De acuerdo a sus formas de sociabilizar, se distinguen los siguientes grupos:

Integrado amistoso:

El 24% de los jóvenes chilenos se clasifica en este grupo. Aquí se encuentran los sujetos de menor edad de la muestra, que no tienen hijos y que preferentemente son de nivel socioeconómico medio y medio alto.

Integrado familiar:

Esta agrupación es prácticamente del mismo tamaño que la anterior, pero compuesto mayoritariamente por mujeres, y a diferencia del anterior la integración se realiza por medio de la familia (constitución de una familia propia y vida en pareja).

Privatista retraído:

Es el grupo más grande de todos, pues aquí se encuentra el 38% de los jóvenes. La mayoría tiene más edad que los integrados amistosos, pero a diferencia de estos últimos la distribución según sexo es igualitaria. Se caracteriza por tener pocos amigos y escasas actividades familiares. La tensión que experimenta no es menor. Por una parte se decide tomar cierta distancia del mundo familiar para seguir un rumbo propio, pero por otra es justamente en la familia donde se encuentra un espacio que otorga un sentido compartido a la vida cotidiana.

Privatista asocial:

Este último grupo presenta formas precarias de sociabilidad y cubre a un 13% de la muestra. Una característica inicial de este grupo es la ausencia de redes de apoyo. La soledad de estos jóvenes está marcada por la ausencia de amistades y la insignificancia de la familia. La retracción es absoluta, ya que no se cuenta con otros con quienes compartir. De hecho, más del 60% de los privatistas asociales señala que en el último tiempo lo ha pasado bien haciendo cosas solo. Asimismo, dado el carácter solitario de los sujetos que forman parte

de este grupo, no parece curioso que la situación que más les cueste es pedir ayuda a otras personas.

Estas y otras variables que podríamos seguir analizando, como el gran impacto de los medios de comunicación, la música o las posturas políticas, confirman la gran complejidad y riqueza en estilos de vida existentes en la sociedad joven chilena

3.2. La juventud en el contexto social.

3.2.1 Ciudadanía y exclusión social.

Según el estudio “Generación de un Índice para Inversión y Focalización en Jóvenes”, realizado por Consultora el Agua. S. A, para el Instituto Nacional de la Juventud, “el concepto de ciudadanía introduce en la conceptualización de la realidad de los jóvenes una visión integral y potencializadora de las dimensiones que comporta el proceso juvenil. A partir de este ideal coyuntural de lo que "debe ser" (descritos desde el pto. 3.3), se define un conjunto de ausencias de logros, limitaciones de accesos, falta de oportunidades o dificultades en torno a los ideales de ciudadanía, los que engloban procesos de exclusión social que indican una pérdida de atribuciones o posiciones por debajo del status de "ciudadano" que, desde la mirada de la política social, constituyen déficits sociales que deben ser corregidos o superados mediante iniciativas programáticas atingentes (oferta).”

En este plano, es la inversión pública el medio disponible para romper las limitaciones estructurales que obstaculizan la integración de este grupo social al proceso de desarrollo. Se deben diseñar políticas de inversión pública segmentada, que logren un impacto redistributivo en un marco de eficiencia y concordancia con la política económica. De hecho, como lo demuestra el “Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes” (PNUD, 2003), una de las grandes falencias de las políticas culturales implementadas es la escasa segmentación en la distribución de los recursos dispuestos por las instituciones públicas, que deben cubrir grandes espectros sociales.

Para el estudio “Generación de un Índice para Inversión y Focalización en Jóvenes” (Consultora el Agua. S. A, 1999), la edad entre los 15 a 29 años es un espacio particularmente sensible de la vida social, que comprende procesos de formación y construcción de la personalidad adulta, involucrando cambios psicológicos, afectivos, biológicos y culturales y

etapas de formación y aprendizaje de habilidades y competencias para la incorporación plena al mercado laboral y en la vida adulta. En tal contexto, “la vulnerabilidad de los jóvenes se fundamenta en la condición de exclusión asociada a la insuficiencia de mecanismos de generación de oportunidades sociales de calidad y su acceso por parte de los jóvenes, repercutiendo en procesos negativos de adaptación social que son evidentes, sobre todo en los jóvenes pobres” (Ibíd.).

Además, es en este periodo donde se generan los vínculos y compromisos, como se dijo anteriormente, se toman decisiones y se asumen posturas en el ámbito laboral, político y social. En definitiva, se estructura el proceso de integración, se asumen derechos y deberes que incorporan al individuo a la sociedad y se le reconoce como ciudadano. Pero para que esta integración se realice es necesario promover la igualdad de oportunidades en busca de equidad social y generación de espacios públicos de calidad que rescaten y promuevan los objetivos juveniles y su conciencia ciudadana

Los derechos se refieren “al derecho de acceso a las oportunidades necesarias para adquirir la condición de sujeto social, económico y cultural que subyacen en la ciudadanía. Los deberes, estrechamente condicionados al nivel y sentido de las oportunidades, se refieren a acciones individuales -conductas y respuestas- al nivel de las expectativas, percepciones e interpretaciones individuales que, como respuestas objetivas de los jóvenes, surgen de su participación como actores sociales y ciudadanos. En este plano, la no ciudadanía se expresa en la recurrencia de acciones anémicas de desintegración social, tanto en lo cultural como en lo político, que a la vez derivan de restricciones a nivel de los derechos -ciudadanía de las oportunidades” (Ibíd.).

Se plantea entonces, la educación como el medio para lograr las competencias básicas de integración social, que facilitarán el acceso a las diferentes oportunidades, en este caso, culturales. Y al estado como el ente mediador entre los jóvenes y dichas oportunidades. Se debe promover la seguridad en los jóvenes como actores sociales válidos que puedan obtener autonomía y seguridad en la vida, para que sean capaces de modificar su entorno y concretizar proyectos.

Este proceso de reconocer a los jóvenes como actores culturales válidos implica el reconocimiento de sus derechos y en definitiva, el derecho a tener derechos, un paso importante en la integración social y participación ciudadana. Pero para esto se debe

reconocer que las personas que sufren de falta de acceso a recursos productivos tienen intereses y necesidades diferentes y la formulación de políticas sociales apropiadas y eficaces depende de este conocimiento.

3.2.2. Individuo y sociedad.

Aunque es cierto que cada vez más la sociedad chilena tiende hacia la individualización, esa inclinación es particularmente fuerte en el mundo juvenil. Los jóvenes, al sentir que la identidad personal se define mediante la selección de imágenes y modelos, hacen suyo el principio de autorrealización. Para ellos, categorías sociales como la clase social o el género tienen menos importancia que para las generaciones anteriores al momento de definirse, puesto que asumen que la vida es una construcción que se mueve más allá de los atributos de origen. El mundo de hoy exige que sea uno mismo quien organice su biografía.

Si se analiza lo que sucede al interior del mundo juvenil, es fácil, según el PNUD, distinguir que aquellos que tienen entre 18 y 21 años son quienes más asumen el principio de la individualización: ellos se ponen metas para el futuro, opinan que el rumbo de sus vidas se debe a decisiones personales, e incluso optan por analizar su vida para luego tomar decisiones. Los jóvenes que tienen entre 26 y 29 años también presentan individualización, pero en un grado un poco menor. Asimismo, los datos demuestran que la tenencia o ausencia de un hijo impacta en el nivel de individualización de los jóvenes. Pero pareciera que es otra variable la que más influye: el nivel socioeconómico. Los sujetos de estrato BC1 exhiben niveles de individualización mucho mayores que el resto de la población juvenil. Por lo tanto, la autonomía personal y la capacidad de autodeterminación de los jóvenes están fuertemente influidas por el poder adquisitivo. Contar con dinero permite acceder a recursos culturales y materiales que abren una serie de oportunidades de individualización; ésta no se consigue sólo por decisiones personales. Es decir, la sociedad no estaría otorgando a la juventud los elementos necesarios para desarrollarse como persona. “Así, se detecta un problema del Chile actual en relación con los jóvenes: ellos tienen interés en individualizarse, pero a muchos la obtención de los recursos que lo permiten les resulta sumamente difícil. Quizás así se allana el camino para la emergencia de animosidades y rencores entre los mundos juveniles” (Consultora el Agua. S. A, 1999).

3.3. Discursos negativos en torno a la juventud y su participación social.

Es habitual en hablar acerca de los jóvenes en tanto grupo etario de algún modo clasificable, homogéneo, cuyas actitudes, aspiraciones y sueños corresponden solo a una etapa biológica de la vida al margen de una ontología del ser, es decir, descontextualizados del devenir histórico de la sociedad y sus grupos. De esta manera se van creando imágenes y estereotipos que no dan cuenta de lo que significa ser jóvenes.

En “Participación Comunitaria Juvenil” de Klaudio Duarte (1997), se hace un análisis de ciertos discursos sociales que de algún modo han ido perjudicando a los jóvenes, marginándolos de los procesos sociales y democráticos por medio de afirmaciones carentes de un estudio profundo y encierran, finalmente, más prejuicios que entendimiento acerca del segmento en cuestión. Haciendo de la juventud una etapa donde la identidad y la participación en la sociedad ha de alcanzarse en el futuro.

3.3.2. La identidad como meta y ausencia, visión estática e invisibilizadora.

Históricamente existen diferentes discursos sociales que han dificultado el acercamiento de los jóvenes a los diferentes procesos de desarrollo social, fomentando prejuicios. En primer lugar nos encontramos con una visión meramente biológica de la juventud, que tiene que ver con un desarrollo hormonal que pronto pasará. Pero las diferentes características que asumen los grupos juveniles no pueden ser explicados desde esta perspectiva, pues “ser joven es una construcción socio histórica”, en este sentido, “las influencias históricas y culturales del ser joven, permiten comprender mejor a los mundos juveniles y superar esta naturalización que el discurso referido promueve” (Klaudio Duarte, 1997).

Desde la perspectiva de la psicología desarrollista, surge un segundo discurso que enfatiza el carácter lineal que tendría el desarrollo humano, viendo la juventud como una etapa entre ser niño y ser adulto. Se hace una separación tiempo histórico entre pasado, presente y futuro, donde estas etapas se ven desconectadas y no se reconstruyen una a otra. Sin embargo, las bases de esta teoría, siendo planteadas en Europa, se descontextualizan en nuevos ambientes como Chile, siendo necesario repensarlas. Finalmente, en atención a nuestro tema, “vemos que es posible vivir en el despliegue del ciclo vital actitudes de infancia, juventud, adultez y ancianidad en un movimiento simultáneo e integrador” (Ibíd.)

La juventud como estado de moratoria, según la teoría psicológica, sería un “periodo de demora que la sociedad otorga a quienes están en preparación para cumplir roles adultos, y por lo tanto tiene la posibilidad de desarrollar travesuras provocativas mientras se alista” (Ibíd.). Esta es la más clara influencia de la psicología o la sociología en la percepción de los jóvenes en sociedades como la nuestra, donde cabe preguntarnos, cuántos son los jóvenes que pueden disfrutar de dicha moratoria. Si como se puede apreciar, tan solo en el análisis de niveles socio económico, muchos jóvenes deben trabajar a muy temprana edad, siendo los sectores medios y bajos mucho más amplios que los sectores altos.

Que “los jóvenes son el futuro de Chile”, frase tantas veces oída desde la institución, enfatiza la no existencia actual de la juventud como grupo socialmente válido, siendo un discurso invisibilizador y excluyente. Los jóvenes no existen hoy, existirán al ser adultos y ciudadanos.

Otro discurso negativo con respecto a la juventud, es apreciarla como un periodo de “crisis de identidad”. “El caos, como expresión de desorden social, es el principal sinónimo atribuido desde este discurso a las y los jóvenes” (Ibíd.).

Respecto de las expectativas del mundo adulto de cómo se espera que actúen los jóvenes, definiendo los roles que estos deberían asumir se declara a todos los jóvenes como irresponsables, cuando no se cumplen dichas expectativas, definidas desde una posición de poder. Entonces, las decisiones de los jóvenes con respecto a su propia vida se escapan de su control, de la misma manera en que se les escapan las decisiones en sus comunidades o país, generando esta no participación social juvenil en los ámbitos que el mundo adulto espera.

Según Klaudio Duarte, “estos discursos corresponden a una primera noción de la identidad como una meta, como un logro que se encuentra al final de un camino y en el cual el signo “de entregar las llaves de la casa” viene a coronar como exitoso. La identidad no sería en esta noción un proceso históricamente producido, sino una determinación metafísica, que es más fuerte que nosotros y respecto de la cual no se puede hacer nada, que aparece como premio al desarrollo de ciertos parámetros definidos socialmente. Esta visión enfatiza el carácter estático de la identidad como un traje con el cual vestirse y que se vuelve inmodificable para el resto de la vida.”

“Esta manera de concebir la identidad produce una forma de invisibilización social de las y los jóvenes. No se les considera presente, no se toman en cuenta sus aportes, se les discrimina por ser jóvenes” (Ibíd.).

3.3.3. La identidad como integración al mercado.

Existen otros discursos vinculados a la consecución de la identidad cumpliendo las expectativas económicas que la sociedad tiene de los jóvenes. Sin embargo, como se ha dicho anteriormente, existe una gran dificultad, sobretodo en los sectores medios y bajos de consumir con la opulencia y producir con la eficacia requerida, pensando en que los jóvenes no son quienes disponen de los medios de producción y desarrollo. Por otro lado, al ver a los jóvenes como “aquellos que están a la moda” o “aquellos que son emprendedores”, se invierte el sentido que algunas situaciones tienen, diciéndose que si los jóvenes no encuentran un trabajo bien remunerado o están cesantes, “es culpa suya, ya que no estarían aprovechando las condiciones que el mercado les ofrece y que están ahí, para ser tomadas por quienes están interesados. De esta forma lo que se hace es que se transforma a la víctima en su propio victimario; a quien sufre las consecuencias de una organización injusta de la sociedad, se le transforma en quien las promueve por su incapacidad” (Ibíd.).

3.3.4. La identidad como peligro social, la visión normativa.

Muchas veces se enfatiza el carácter negativo de la organización juvenil, sobre todo en medios de comunicación que hacen de ciertos grupos una especie de satanización, cuando vemos en diarios titulares como “jóvenes raperos asesinaron a...”, catalogando a todo un grupo como peligrosos y potenciales asesinos, o el hincapié de los noticieros en mostrar los desordenes y el enfrentamiento con las fuerzas públicas en manifestaciones estudiantiles, dejando claro a la comunidad que; jóvenes políticamente organizados es sinónimo de terror social.

Este tipo de discurso social frente a la juventud, catalogándolos como rebeldes, inconscientes o idealistas, por un lado, los hace ver como una masa compacta y homogénea, visión muy lejana a la realidad, y por otro lado, enfatiza la identidad juvenil como “algo que está siempre al límite de la norma social” (Ibíd.), que se espera los jóvenes cumplan. La preocupación para el mundo adulto es que los jóvenes tienden a no cumplir dichas normas y muchas veces más bien las cuestionan. De esta

manera, la identidad que se promueve está referida al peligro social que representan sus agrupaciones, tanto en sus formas políticas de ser como en sus expresiones culturales.

En resumen, siguiendo a Klaudio Duarte, con todos estos signos de exclusión y prejuicios, estaríamos frente a una sociedad adultocéntrica, que pondría en un estatus de superioridad a unas personas sobre otras por el solo hecho de ser mayores de 29 y menores de 65, cumpliendo roles sociales como trabajar, estar casados, participar en elecciones, etc. Se establece una sociedad donde un hombre, blanco, adulto y rico, tiene más oportunidades que otros grupos socialmente marginados, como la mujer, los ancianos o los mapuches.

Sería necesario que los jóvenes enfrentaran esta actitud arraigada en la sociedad chilena, generando diálogos intergeneracionales que acerquen los distintos mundos culturales que componen nuestra sociedad. Esto consiste en potenciar las identidades juveniles desde los aportes que los mismos jóvenes pueden generar, y como se dijo en el punto ciudadanía y exclusión social, es la inversión pública el medio disponible para romper las limitaciones estructurales que obstaculizan la integración de este grupo social al proceso de desarrollo

3.4. Sociedad juvenil.

3.4.1. La esfera cultural y la construcción de identidades.

Ante el creciente vaciamiento de una identidad nacional, el joven parece recurrir a la esfera cultural para construir su sentido de pertenencia colectivo y su biografía o identidad personal, siendo los jóvenes quienes presentan un mayor índice de consumo cultural.

Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, de acuerdo al informe Transformaciones Culturales e Identidad Juvenil (PNUD, 2003), los jóvenes no se comportan como un grupo homogéneo en relación con el consumo cultural. De hecho, quienes tienen menor edad son los que más se preocupan de comprar o conseguir música y de asistir a conciertos. La música que se escucha va de la mano con un cierto estilo de vida: la música punk, rap o latina no sólo conlleva diversas formas de vestirse, también implica una forma particular de relacionarse en sociedad. Visto así, el consumo cultural es un mecanismo que permite desarrollarse individualmente, pero a la vez es un importante sustento para la integración social. Dicho de otro modo, las experiencias culturales representan un lugar privilegiado para la experimentación de sociedad. A partir de ellas la juventud arma, sus “tribus

urbanas”, las que otorgan un sentido de pertenencia al individuo, y destacan la diversidad de intereses. Ante la debilidad de una imagen de sociedad fuerte, los jóvenes construyen sus propios horizontes colectivos; se trata de refugios de la subjetividad ante una sociedad que por lo pronto no logra definir un sentido compartido en relación con los cambios.

Pero la heterogeneidad de los jóvenes frente al consumo cultural no sólo se debe a sus intereses y motivaciones; también son determinantes sus dificultades para acceder al desarrollo cultural. No toda la juventud cuenta con las mismas oportunidades de acceso a este, encontrando 4 variables bastante influyentes en este sentido:

Nivel socioeconómico.

Edad.

Tenencia de hijos.

Ubicación geográfica.

“Al interior de la juventud los mayores índices de consumo cultural se encuentran en los santiaguinos, de nivel socioeconómico medio alto, menores de 26 años y que no tienen hijos” (Ibíd.).

La importancia de este asunto no es menor. Si bien la sociedad en su conjunto tiene un acceso diferenciado a la cultura, en el caso de los jóvenes esa inequidad tiene implicaciones particulares. La desigual distribución de recursos culturales se traduce en un diferencial de recursos para definir y realizar sus proyectos de vida. Basta pensar en la apropiación material y simbólica que los jóvenes hacen de las manifestaciones culturales. Conversaciones sobre cine, asistencia a conciertos y sentimientos vividos en exposiciones son experiencias que no sólo permiten una interacción con otros sino que propician una confirmación del sentido de pertenencia.

Estas circunstancias, van generando determinados espacios de encuentros sociales donde diferentes individuos se cruzan en sus circuitos, donde apreciamos variadas agrupaciones juveniles, organizadas o no, formales o informales si se quiere.

El análisis de las diferentes circunstancias sociales que generan encuentros, abre una gama inmensa de nuevas categorías para describir la juventud, ya no como una masa homogénea, sino variada, en estilos de vida, intereses, recursos, posturas políticas, etc. Que puede llegar a

definirse en cuanto a sus relaciones sociales, en la percepción de sus mundos, en su auto imagen de logro, inclinaciones culturales, etc.

3.4.2. Identidad colectiva y grupal.

Lo más llamativo de los grupos juveniles, es cierta tendencia a situarse al margen de la rutina social, y oponerse fuertemente a uno de los paradigmas de la modernidad: el paradigma individualista. "Son grupos que hacen proclamación expresa del sentido colectivo y grupal por sobre el individual. Así, se exagera –en cierto sentido- el concepto de participación, al no ser sólo una participación en la toma de decisiones del grupo desde la individual, en el desarrollo de acciones o proyectos, sino en la conformación de una identidad colectiva y grupal por sobre lo estrictamente individual" (Decio Mettifogo Guerrero, 2000?)

En el caso chileno, es posible distinguir incluso territorialmente diversas manifestaciones. En el Norte las fiestas y bailes religiosos concentran en forma natural muchos jóvenes de ambos sexos que peregrinan y participan activamente en una actividad cercana a sus realidades; también en el Norte Chico, específicamente en los Valles de San Pedro de Atacama y en Valle del Elqui se pueden encontrar grupos de jóvenes asociados en comunidades místicas y ecologistas que han decidido reflexionar y rechazar los actuales ritmos y estilos de vida modernos.

Situación parecida a ocurrido con la migración de profesionales jóvenes a zonas del Sur (Temuco, Chiloé) donde han decidido desarrollar un proyecto de vida más armónico e integral en contacto con la naturaleza y su gente.

Ciertamente, el tema Ecológico y medioambiental cobra mayor fuerza hoy en día en el discurso que los jóvenes construyen y en las variadas acciones de rechazo al sistema en que se desarrollan.

Otros ámbitos de participación social activa de la juventud son el Deporte y la Cultura. Conocidas son las "Barras Bravas", en las cuales se concentran expresiones y disipan tensiones. "Más que un elemento que potencie la expresión de la violencia, éstas se constituyen en un elemento fundamental en la construcción de identidad de los jóvenes que en ellas participan, respondiendo a una necesidad de pertenencia muy fuerte. Existe también en ellas un

reconocimiento de valores comunes que fortalece la identidad grupal” (Ibíd.).

También son expresiones potentes de la juventud chilena en sus diferentes orientaciones, el arte, la música y el teatro. Ciertamente, punks, artesas, new wave, nerds, comunistas, ecologistas, facistas, pacifistas, hippies, trash, dark, lolypop, raperos, cumbiancheros, etc., al margen de estas denominaciones son parte integral de las manifestaciones culturales no solo juveniles, sino, de todo Chile.

La diversidad de voces juveniles, de orientaciones culturales, no parece una "debilidad del sujeto juvenil", sino “posibilidades de contribución a la permanente construcción del orden social, como aquello que da sentido a la democratización. Otra cosa son las acciones institucionales que permitan la valoración social de tales orientaciones culturales reconocibles en las acciones juveniles, que organicen los espacios para validar el cuestionamiento y diálogo en el que se construya un orden social democrático” (Ibíd.).

3.4.3. Motivaciones de los jóvenes para agruparse.

En primer lugar, se define la agrupación juvenil como un “espacio para el reconocimiento social” (Klaudio Duarte, 1997), lo que no involucra el ser aceptado por otros sectores sociales, sino en el sentido de ser valorado y respetado en lo que cada grupo decide hacer. Se inserta en la lógica de ganar estatus en la sociedad, ser reconocido.

Otra motivación es la de pasarlo bien. Esto que parece tan simple, “juega un rol vital en la vida juvenil” (Ibíd.), El grupo facilita un espacio para la disposición permanente de los jóvenes a gozar los momentos y produce identidad.

Es vital en el grupo, el aprendizaje, que tiene gran influencia en los modos de ser y de pensar de los jóvenes. Este aprendizaje se produce “a través del traspaso de experiencias y de las “evaluaciones” que se realizan en dichas situaciones”. “Reconocer que en el grupo se pueden aprender “cosas”, se transforma en una motivación para pertenecer entre las y los jóvenes” (Ibíd.),

Otro factor definidor de las motivaciones de los jóvenes para agruparse es “la generación de lazos afectivos” (Ibíd.), Las razones para agruparse son históricas y tienen que ver con el devenir de cada individuo por los diferentes ámbitos culturales en el día a día. Existe una

necesidad de afectos, de amistades profundas, como un elemento vital para la formación de la identidad juvenil. Esto fortalece el sentido de pertenencia respecto del grupo.

“El grupo posibilita también la construcción de prácticas y discursos que se confronten con la cultura dominante” (Ibíd.). Desarrollada en algunos grupos como una forma de manifestar su descontento frente a los sistemas dominantes por medio de canciones, graffitis, formas de vestir, de cortarse el pelo, de bailar, de actuar o de crear, en definitiva. Se propone, buscar las formas de realizar críticas agudas que se acompañen de propuestas colectivas e individuales para superar los que se está cuestionando.

En definitiva, la agrupación es la demanda de la juventud por una comunidad donde desarrollase a gusto con otros en una esfera común, traducida en una búsqueda de sentido compartido que podría encontrarse en alguna colectividad (grupos de música, barras bravas, etc.) o bien en alguna forma de solidaridad social (por ejemplo en los trabajos voluntarios).

3.5. Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Juveniles.

3.5.1. Agentes Culturales.

Otro aspecto a considerar para la definición del segmento es su capacidad de acceder a las Iniciativas Culturales, basado Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes (PNUD. 2003), en el que encontramos tres categorías de Agentes Culturales (que generan instancias de producción y difusión cultural), que son;

Oferta Privada: Constituida por la oferta del circuito comercial y con fines de lucro. Esta oferta, generalmente se destina a jóvenes de estratos socioeconómicos altos y medio altos.

Oferta Pública: Generada por el estado, por medio de municipalidades, casas de la cultura, becas, etc.

Oferta Social: Realizada por ONGs, embajadas, tratados de cooperación mutua con otras naciones, etc.

Estas últimas, son en general, sin fines de lucro, por lo que potencian el acceso a la oferta cultural de jóvenes de niveles socioeconómicos medios y bajos.

La investigación antes mencionada (PNUD. 2003) demuestra que las políticas culturales implementadas por los organismos públicos son escasamente segmentadas, dirigidas a amplios grupos sociales, niños, jóvenes, adultos y adultos mayores debido a la necesidad de aprovechar al máximo los recursos dispuestos por el estado para dichos efectos. Por lo tanto es difícil encontrar, en la oferta pública, instancias destinadas exclusivamente al segmento joven, situación que se hace más compleja aun al considerar, como se ha visto, la gran variedad de sub grupos y estilos de vida, dependiendo de los niveles socioeconómicos, educación, referentes, tramo etario, etc.

Cabe destacar que aun así, las instituciones públicas realizan actividades destinadas especialmente a los jóvenes, pero estas en general surgen por demanda espontánea de los propios jóvenes. Lo que se traduce en políticas improvisadas que “amparan a sujetos considerados vulnerables, “más que como sujetos potenciales de obtener recursos de financiamiento destinados a demostrar lo artístico-cultural propio (criterio que contribuye a obstaculizar el desarrollo de una política pública que genere una estructura institucional consolidada que desarrolle políticas juveniles amplias y de carácter estratégico)” (Ibíd.).

La investigación (PNUD. 2003) pone de manifiesto que la segmentación socioeconómica además de la clasificación etaria, ayuda a canalizar de manera más eficiente los recursos disponibles debido a que se comprueba que son los sectores medios y bajos los que tienen mayores dificultades a la hora de acceder a instancias culturales, definidos de acuerdo a las clasificaciones socioeconómicas de mercado como C2, C3 y D. Esto por que la oferta cultural privada satisface las necesidades de los sectores socioeconómicos altos y por lo tanto, posee un mayor nivel de segmentación. Entonces, queda en manos del sector público y social el facilitar el desarrollo cultural de los grupos que quedan marginados, que no son rentables comercialmente para el sector privado.

3.5.2. Respecto de los distintos tipos de oferta según el Informe de Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes.

3.5.2.1. Oferta pública.

Por lo general, la oferta pública incluye iniciativas culturales juveniles, no obstante no tener muchas veces programación cultural exclusiva para el mundo juvenil. Las actividades que oferta se realizan con bastante frecuencia aunque de manera no permanente; tiene un tipo de acceso gratuito; y utiliza medios de cobertura media y costos medios.

Los criterios de edad y sexo para el acceso son irrelevantes, salvo contadas excepciones como actividades dirigidas especialmente a la mujer. Respecto del estrato socioeconómico de los espectadores, predominantemente son de sectores sociales bajos y medios. Respecto del nivel educacional de éstos, poseen mayoritariamente educación media, criterio que muchas veces también es irrelevante (las actividades o iniciativas están dirigidas a todo público). Un ejemplo de esto son las Fiestas de la Cultura realizadas en el Parque Forestal.

3.5.2.2. Oferta social.

La oferta social, no obstante no tener necesaria y permanentemente programación cultural exclusiva para el mundo juvenil, incluye una buena cantidad de iniciativas culturales para jóvenes; tiene objetivos de carácter estratégico (en el sentido de que están orientados a la recuperación de identidades sociales particulares); desarrolla actividades centradas en la recreación, la prevención y la formación social complementaria a los ámbitos formales; realiza sus actividades con baja frecuencia y con un tipo de acceso mixto (casi siempre son actividades o iniciativas de tipo cofinanciado); y utiliza medios de difusión de bajo costo, de baja cobertura, y de mayor número que en el tipo de oferta pública. Respecto de la edad de los espectadores, el criterio de edad tiene una mayor relevancia que en el sistema de oferta pública, no así con respecto al sexo de éstos, donde también es irrelevante. Respecto del estrato socioeconómico de los espectadores, éstos son predominantemente de sectores sociales bajos, y no hay distinción de niveles educacionales para el acceso, en el sentido de que los contenidos desarrollados son procesables por todo tipo de público (contenidos de complejidad cognitiva menor). Ejemplo de esto son los Festivales de Dramaturgia del Goethe Institute, o los eventos y talleres desarrollados por el Centro Cultural de España.

3.5.2.3. Oferta comercial.

Por último, la oferta comercial incluye normalmente iniciativas culturales juveniles; sus objetivos tienen fines de transferencia simbólica de cultura envasada de carácter internacional; las actividades que desarrolla tienen un carácter marcadamente recreativo y de elite; la frecuencia de realización es de manera permanente (respecto del mercado de consumo de modas estéticas); el acceso a las actividades obviamente es pagado; dispone de medios de difusión de alta cobertura y efectividad y obviamente de mayor costo.

Respecto del criterio edad de los clientes, éste es de gran utilidad para segmentar productos y servicios determinados, no así respecto del criterio sexo, donde es irrelevante. Respecto del estrato socioeconómico, las actividades ofertadas están dirigidas a sectores sociales medios, mientras que respecto del nivel educacional de los clientes, se puede señalar que los productos ofertados van dirigidos normalmente a personas con enseñanza media y/o superior.

3.5.3. Difusión Cultural.

Uno de los aspectos centrales de la creación cultural es el modo en que ésta se difunde, es decir, cómo llega a la gente y cómo se recrea en los distintos espacios que la cobijan. Inevitablemente ligada a ella, se halla la cuestión de los recursos disponibles para producir eventos y actividades culturales. Dichos recursos, habitualmente reducidos, significan para las instancias públicas oferentes, circunscribir las posibilidades de comunicación a diferentes ámbitos del espacio, sea éste local, regional o nacional.

En cuanto a los medios de difusión utilizados por la oferta pública para jóvenes, se puede concluir que ésta utiliza medios que si bien tienen una amplia difusión, no alcanzan las dimensiones de un medio masivo como la TV, remitiéndose a las radios locales, medios de difusión escritos como revistas, periódicos, folletos y volantes, algunos medios más directos como invitaciones personales; mientras que el acceso a la televisión alcanza sólo a un pequeño porcentaje de ellos. Así, la relación entre la cultura y los medios por los cuáles ésta se difunde, nos indica la importancia de diferenciar el alcance de la comunicación cara a cara y de aquella comunicación que se produce a través de los medios masivos. Las instancias de difusión “cara a cara” se recrean en el espacio cotidiano, allí donde las actividades culturales alcanzan ámbitos localistas e identitarios, permitiendo de este modo, una mejor llegada a los consumidores locales. En el ámbito social, de bajo costo, de baja cobertura, y de mayor

número, mientras que en el ámbito comercial, son de mayor cobertura, de mayor efectividad y de mayor costo.

3.6. Conclusiones del Marco Teórico.

Como ya se ha dicho, la juventud chilena no posee una sola identidad, pues existen muchísimos estilos de vida, expectativas, intereses, recursos, etc. Que van determinando la esfera cultural en la que logran insertarse. Y al interior de toda clasificación que queramos hacer existirán grupos marginados, ya sea por razones económicas (que como se ha visto es una de las más relevantes), educacionales, políticas, etc. Sin embargo, existen factores comunes a todos en el sentido del deseo de integración y participación social canalizado a través de sus grupos (imprescindibles para su desarrollo social), ya sean de amigos, musicales, deportivos, organizados o no, que corroboran la falsedad de la “antipatía social de los jóvenes”, promovida por el mundo adulto. También se confirma la gran cantidad de prejuicios sociales con respecto a la participación juvenil, que genera dificultades en su integración. Por esto, se hace necesario, y de hecho las instituciones con el tiempo han ido tomando conciencia de esto, de hacer partícipes a todos los jóvenes en el desarrollo social y facilitarles los medios necesarios para ello, tomando en cuenta sus propias experiencias y capacidades. Otorgarles a los jóvenes el estatus de ciudadanos, involucra confiar en su capacidad creadora e innovadora, en respetar sus formas de hacer cultura.

Es una obligación del estado y la sociedad en general, el garantizar el desarrollo cultural, generando oportunidades para todos, en especial, confiando en las capacidades de los jóvenes. Lo que no significa simplemente entregar recursos o realizar eventos gratuitos, implica además garantizar la libertad de expresión, la tolerancia y crear climas donde los proyectos culturales alternativos puedan desarrollarse sin trabas.

De este modo, considero pertinente difundir estas nuevas visiones culturales, que en resumen son parte de la cultura chilena, de una forma integradora, aun de aquellos que muchas veces no han logrado consolidarse profesionalmente en alguna actividad y, a pesar de ello, desean participar activamente en la esfera cultural chilena, aportando a su comunidad. Deben generarse diálogos intergeneracionales que logren paulatinamente terminar con los prejuicios.

IV. MARCO METODOLOGICO

En este apartado se definen tanto los objetivos generales y específicos del estudio, su estrategia metodológica, la definición de su universo y muestra, los instrumentos de producción de información construidos, como las técnicas de análisis desplegadas y el trabajo de campo a realizar.

4.1. Marco metodológico para el estudio de iniciativas culturales juveniles (ICJ).

4.1.1. Objetivo general del análisis de ICJ.

El objetivo general del análisis de ICJ es caracterizar los nuevos actores culturales pertenecientes a circuitos alternativos.

Objetivos específicos del análisis de oferta de ICJ.

Por otro lado, los objetivos específicos del análisis de oferta de ICJ, son:

1. Caracterizar las ICJ existente en la Región Metropolitana, perteneciente a circuitos alternativos o amparados por el sector público o social.
2. Caracterizar los recursos de que disponen las ICJ y sus carencias.
3. Definir la magnitud e impacto social de las ICJ, en cuanto a sus propósitos, cantidad de participantes, difusión y alcance de metas.

4.1.2. Estrategia metodológica a implementar.

La estrategia metodológica a implementar consiste en una estrategia de abordaje mixta, en la que se combinaran procedimientos y técnicas tanto cuantitativas como cualitativas de investigación. Esta estrategia mixta permitirá combinar lo mejor de ambos enfoques, alcanzando la flexibilidad y masividad requerida para lograr el objetivo de esta fase del estudio.

En términos específicos, utilizar técnicas cualitativas de producción de información como son las entrevistas, nos asegura disponer de instrumentos capaces de adaptarse a todas las situaciones posibles y obtener información pertinente de cada entrevistado, mientras que la técnica de análisis de contenido cuantitativo nos permite manejar y presentar sintéticamente un

importante volumen de información, requerido para caracterizar las iniciativas culturales juveniles de entre 19 y 29 años en la R.M.

Con el objetivo de comenzar el abordaje del tema, se accedió principalmente a 2 fuentes de información, por un lado el INJUV, que es el organismo encargado de detectar las necesidades de la juventud del país y el Departamento de Documentación del MINEDUC, que ha realizado desde 1998 el proyecto Cartografía Cultural, que recoge y caracteriza el total de las Iniciativas Culturales existentes en Chile para confeccionar un Directorio de Actores Culturales a nivel nacional.

4.1.3. Universo y marco muestral del estudio de ICJ.

El universo de esta parte del estudio estará constituido por el conjunto de iniciativas culturales juveniles, donde participan actores culturales de entre 19 y 29 años de la R.M, definido por el rango de edad de los participantes en el concurso Iniciativas Culturales Juveniles organizado por el INJUV.

Desde este punto de vista, la unidad de estudio estará constituida por cada iniciativa cultural juvenil, con participantes de entre 19 y 29 años en la R.M. Que sean productores o interpretes individuales o grupales.

Se dispondrá de un documento actualizado que definirá en detalle el conjunto de iniciativas culturales juveniles, cual es la Cartografía Cultural de Chile, elaborada por el MINEDUC.

Esta cartografía se utilizará como marco estructural del estudio, ya que en él se registran las actividades, productos y servicios culturales, indicando las comunas y localidades en que se producen o realizan estos eventos o iniciativas culturales, su orientación, alcance o cobertura, ubicación (dirección, FAX y teléfono). Las categorías (áreas) y las subcategorías (tipos de oferentes) que incorpora la Cartografía Cultural, son las siguientes.

Cuadro N°1: Categorías y subcategorías de tipos de oferentes culturales clasificados según la Cartografía Cultural.

Categorías	Sub categorías
Instancias de gestión y difusión vinculadas a la cultura.	Bibliotecas; Canales de TV; Corporaciones, fondos y fundaciones; Encuentros culturales estables; Institutos culturales bilaterales; Librerías; Medios de prensa escritos – periódico; Medios de prensa escritos- revistas; Organizaciones culturales, Productores culturales; Radios (comunales); Salas y espacios para muestras culturales; Universidades.
Música.	Escuelas de música; Música docta (agrupaciones, compositores, directores, interpretes); Música Folclórica (compiladores, y de raíz folklórica (agrupaciones, cantores, cantautoras); Música popular de raíz folclórica (cantores, cantautores, compositores); Música popular internacional (agrupaciones, cantautores, compositores, interpretes)
Artes visuales.	Artesanía (agrupaciones, artesanos, ferias artesanales, talleres); Audiovisualistas; Escultura (escuelas y talleres, escultores); Fotografía artística (fotógrafos, talleres); Galerías de arte; Gráfica (dibujantes, escuelas de dibujo, grabadores, talleres de gravado, escuelas y talleres); Pintura (Escuelas y talleres, Pintores); Salas de exposiciones audiovisual.
Patrimonio natural y humano.	Archivos públicos o patrimonios y centros de documentación; Monumentos conmemorativos; Monumentos nacionales; Museos; Patrimonio local.
Manifestaciones colectivas.	Bailes religiosos; Carnavales; Festividades locales y religiosas; Sociedad de bailes religiosos.

Artes escénicas.	Circo; Danza (bailarines, compañías, coreógrafos, escuelas, escenarios, maestros, malabarismo); Teatro (Compañías, directores, dramaturgos, escuelas y talleres, salas); Titiriteros (marionetas – compañías y marionetas-manipuladores).
Literatura oral y escrita	Declamadores y payadores; Escritores (agrupaciones, ensayistas / novelistas / cuentistas / otros talleres literarios).

A partir de este registro general, se procedió a identificar aquellas categorías y subcategorías que presentan mayor probabilidad de incluir iniciativas culturales gestadas por los propios jóvenes.

Para esto, me basaré en una entrevista semi-estructurada realizada por el Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales para Jóvenes del NJUV, a una experta en la Cartografía Cultural, lo que permitió dejar fuera a aquellas subcategorías o iniciativas vinculadas a prácticas que no están dirigidas a jóvenes de entre 19 y 29 años. De este modo se podrán identificar los espacios en que se desarrollan o podrían desarrollarse las ICJ.

Las categorías y subcategorías seleccionadas después de este “filtro” fueron las siguientes:
Cuadro N° 2. Categorías y subcategorías.

Categorías	Subcategorías
1. Instancias de gestión y difusión vinculadas a la cultura.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bibliotecas. 2. Canales de TV. 3. Corporaciones, fondos y fundaciones. 4. Encuentros culturales estables. 5. Institutos culturales bilaterales. 6. Librerías. 7. Periódicos. 8. Revistas. 9. Organizaciones culturales. 10. Radios. 11. Salas y espacios para muestras culturales. 12. Centros de extensión universitaria. 13. Instancias municipales (Casas de la cultura, OMJ,

	Colegios artísticos)
2. Música.	14. Escuelas de música. 15. Grupos de música popular internacional. 16. Grupos de música folclor.
3. Artes visuales.	17. Audiovisualistas. 18. Galerías de arte. 19. Escuelas de pintura. 20. Salas de exposiciones audiovisual
4. Patrimonio natural y humano.	21. Museos.
5. Manifestaciones colectivas.	22. Carnavales y fiestas religiosas. 23. Festividades locales
6. Artes escénicas.	24. Compañías de danza. 25. Escuelas de danza. 26. Compañía de teatro. 27. Escuelas y talleres de teatro. 28. Salas de teatro.
7. Literatura oral y escrita	29. Talleres literarios.

A continuación, se hace necesario diferenciar los espacios públicos y sociales que integren o amparen ICJ, como una forma de acceder a dichas iniciativas directamente y conformar un “banco de datos” de estos actores culturales.

4.1.4. Técnicas de recopilación de antecedentes para cumplir el objetivo específico N° 1 (Caracterizar las ICJ existente en la Región Metropolitana, perteneciente a circuitos alternativos o amparados por el sector público o social).

Para cumplir con los objetivos específico del informe, se procederá a realizar un primer análisis destinado a catalogar los actores culturales jóvenes, basados en las categorías establecidas por la cartografía cultural. Cuales son las más desarrolladas y cuales se vincularían más directamente con el diseño gráfico.

Un segundo tipo de análisis, constituido por entrevistas no estructuradas y análisis de bibliografías pertinentes, que determinará: tipos de objetivos de las iniciativas culturales juveniles, tipos de actividades de dichas iniciativas, frecuencia de su realización y medios de difusión utilizados por la oferta cultural juvenil (puntos desarrollados en el marco teórico).

El tercer análisis corresponde a catalogar tipologías de estilos gráficos identitarios de las distintas categorías artísticas y de los actores culturales definidas en sus medios de difusión.

4.1.4.1. Iniciativas Culturales Ganadoras del 2do Concurso de Iniciativas Culturales Juveniles del INJUV

Para establecer una muestra válida por profesionales en el área artística y cultural de Iniciativas Culturales Juveniles, esta investigación se centrará en las ICJ ganadoras del segundo concurso organizado por el INJUV, que se desarrollarán durante el segundo semestre del año 2004, en la Región Metropolitana.

Cuadro N° 3. Ganadores Segundo Concurso de Iniciativas Culturales Juveniles Región Metropolitana (INJUV, 2003)

	COMUNA	POSTULANTE	PROYECTO	MONTO ASIGNADO
1	Cerrillos	Centro Cultural y Comunitario Telescopio	1ª Jornada de eventos culturales para niños y niñas de la comuna de Cerrillos	\$ 1.500.000

2	Renca	Centro Juvenil cultural Risa nocturna	Ferias itinerantes para el desarrollo cultural juvenil en Renca Nuevo	\$ 1.498.997
3	San Bernardo	Centro Juvenil juventud en movimiento San Bernardo	Movimiento de organizaciones culturales de San Bernardo	\$ 1.418.692
4	Lo Espejo	Centro Juvenil juventud 24-D	Míftines culturales juveniles en las poblaciones de Santa Adriana, Clara estrella y Santa Olga de la comuna de Lo Espejo	\$ 1.500.000
5	La Florida	Agrupación de adulto joven social, cultural, deportiva y recreativa "Espacios"	La fotografía, la cultura y mi comuna	\$ 1.463.600
6	Puente Alto	Centro cultural alternativo	Tour al margen 2004, provincia de cordillera	\$ 1.495.000
7	Estación Central	Junta de vecinos villa nocedal 3	Festival juvenil de la canción popular	\$ 1.500.000
8	Lo Prado	Centro Desarrollo Social "Futuro Esplendor"	Primer festival de bandas emergentes de rock de la región metropolitana "atinando en Lo Prado con el rock joven"	\$ 1.500.000
9	Melipilla	Centro de padres y apoderados liceo politécnico municipal de Melipilla	Instrumentos musicales para la "gran banda escolar" del liceo politécnico municipal y los jóvenes melipillanos	\$ 1.500.000
10	Cerro Navia	Centro Cultural "Nacidos para ser Libres"	"Queremos cultura y no basura"	\$ 1.449.890
11	La Pintana	Asociación Indígena "Inchiñ Mapu"	"Admapu Lefxaru ñi wecepeuman", la identidad "el sueño juvenil de Lautaro"	\$ 1.400.000
12	Santiago	Centro cultural Alter- nativo Tour Marginal	Cortos teatrales rescatan la identidad de mi barrio	\$ 1.499.800
13	Conchalí	Centro Cultural El	Planeta Conchalí	\$ 1.500.000

		Calidoscopio		
14	Santiago	Centro de Investigación, creación y difusión "Casa América"	Murga en el barrio Yungay	\$ 1.496.200
15	Santiago	Centro cultural barrio arte y reivindicación	Almuerzos dominicales culturales	\$ 1.497.208
16	Peñalolen	Centro cultural mapuche antuküyen	El teatro mapuche fortalece la identidad de los jóvenes	\$ 1.490.000
17	Estación Central	Centro Cultural y Artístico "Democracia eterna"	Estación Radio Plaza	\$ 1.500.000
18	Talagante	Sindicato de trabajadores independientes artesanos de la chimba	Rescate del diseño autóctono a través de la artesanía en cuero, madera, joyería y telar	\$ 1.430.000
19	El Bosque	Centro Juvenil Equipo de Eje Millenium	Curso de fotografía básica y curso de fotografía intermedia para jóvenes de la comuna de El Bosque	\$ 1.500.000
20	Santiago	Agrupación de arte y cultura Newen	Muestra y valorización de la cultura mapuche, con cantos y danzas	\$ 1.500.000
21	La Granja	ONG Rerum Novarum	Muestras culturales juveniles al aire libre en el Pudahuel rural	\$ 1.500.000
22	Pudahuel	Centro cultural Arte-sano	Encuentros musicales poblaciones en Pudahuel Sur (ENMUPOS 2004)	\$ 1.500.000
23	San Joaquín	Hip Joa King	La cultura del pueblo, primera página web con jóvenes grupos tropicales	\$ 1.500.000
24	Independencia	Organización Gestión cultural XXI	Taller de teatro integrado básico y gestión cultural para la formación de redes de actores locales en Independencia	\$ 1.500.000

25	San Ramón	Centro cultural, deportivo, ecológico, apoyo al adulto mayor, discapacitados, enfermos crónicos "Pensando en San Ramón"	Ocupación de los espacios públicos con cultura para los jóvenes de San Ramón	\$ 1.500.000
26	Huechuraba	Centro Cultural La Ventana	Muestra artística de talleres culturales	\$ 1.500.000
27	Pudahuel	Centro cultural compañía de teatro génesis	Itinerancia teatral por Pudahuel	\$ 1.301.265
28	El Monte	Centro de padres y apoderados Liceo Luis Humberto Acosta Gay B - 126. El Monte	Danza moderna en acción (cultudanz)	\$ 1.301.265
29	La Cisterna	Centro juvenil, cultural y social "Peregrinos de la noche"	Tour cultural juvenil La Cisterna 2004	\$ 1.301.265
30	Puente Alto	Junta de vecinos El caleuche A-27	Armando y difundiendo cultura	\$ 1.136.500
31	Colina	Agrupación juvenil "los otros"	Sala de ensayo interactiva "los otros"	\$ 1.200.000
32	Colina	Grupo de desarrollo integral Francisco Molina Henríquez	Colina se pinta con los jóvenes: circuito de murales que plasman identidad	\$ 1.200.000
33	San Joaquín	Agrupación socio cultural legua york's	Hip Hop la nueva canción popular, taller de rap contrana	\$ 1.200.000
34	Curacaví	Grupo de baile Estrellas del futuro	Taller de danzas folclóricas e implementación de vestuario	\$ 1.200.000
35	Maipú	Junta de Vecinos los almendros	Pásate películas en el barrio, 2004	\$ 1.200.000
36	Estación Central	Junta de vecinos N° 29-1, Villa Francia	"Primer taller de teatro joven de Villa Francia"	\$ 1.200.000
37	Pirque	Unión comunal de juntas de vecinos de Pirque	Cantos y danzas folclóricas en Pirque	\$ 1.200.000

38	Ñuñoa	Centro de desarrollo ciudadano de Ñuñoa	Pintando mi comuna	\$ 1.200.000
39	Puente Alto	Centro cultural "Circo ambulante"	Primera muestra provincial de la escuela taller "Circo ambulante"	\$ 1.200.000
40	Cerro Navia	Corporación Municipal de Desarrollo Social de Cerro Navia	El arte y los jóvenes de Cerro Navia se unen por los derechos	\$ 1.200.000
41	Paine	Agrupación juvenil "Por una esperanza juvenil"	Formación de monitores artísticos-sociales en teatro y danza	\$ 1.200.000
42	Puente Alto	Organización Juvenil vertiente	Promoción y difusión de las iniciativas juveniles del sector sur poniente de Puente Alto	\$ 1.200.000
43	Macul	Centro cultural y ecológico "Arte y vida"	Talleres culturales y muestras artísticas 2004	\$ 1.200.000
44	Pudahuel	Centro cultural juvenil Zoom	Eventos artísticos-culturales para el desarrollo ciudadano en Pudahuel	\$ 1.200.000
45	Isla de Maipo	Centro cultural Puemapu	Consolidación y proyección del conjunto juvenil folclórico Pue-Mapu	\$ 1.200.000
46	Pedro Aguirre Cerda	Agrupación juvenil acción y cultura	"Festival de la cultura"	\$ 1.200.000
47	Estación Central	Centro Cultural, artístico y deportivo Samuel Villegas	"Por los caminos de la cultura, la juventud de Villa Francia participa y crece"	\$ 1.200.000
48	Talagante	Compañía de teatro y música "La Oruga"	Iluminando el pasado de la familia Carrera para los jóvenes de hoy	\$ 1.171.710
49	Peñaflor	Consejo Ecológico y medioambiental Grupo Scout Anti-yal	Taller técnicas teatrales y expresión scout	\$ 1.200.000
50	Lampa	Centro cultural "construyendo la paz"	Yo hablo, radio comunitaria	\$ 1.037.508

51	Peñalolen	Centro juvenil imagen joven	Creando arte con los jóvenes	\$ 1.200.000
52	Peñalolen	Corporación Encuentro	"Peñalolén suena, en vivo"	\$ 1.200.000
53	Puente Alto	Conjunto Folclórico "los brotes cordilleranos"	Enseñanza, capacitación y muestras artísticas...	\$ 1.200.000
54	Puente Alto	Ballet folclórico Violeta Parra	"Con danza, diversión y juventud estamos creando cultura"	\$ 1.200.000
55	Lo Espejo	Centro juvenil The Life	Las iniciativas son: cuatro talleres culturales (Danza, canto, pintura y dj's) y tres actividades públicas	\$ 1.200.000
56	Conchalí	Centro cultural aporte kolektivo independiente (aki)	"Pinto diversidad"	\$ 1.200.000
57	Padre Hurtado	Centro cultural "artes y sueños"	Le winka art "colores y volúmenes para nuestros sueños"	\$ 1.200.000
58	La Pintana	Centro de Desarrollo Comunal Siglo XXI	Encuentro intercultural juvenil	\$ 1.200.000
59	Padre Hurtado	Taller cultural Cristo Rey	Teatro Itinerante	\$ 1.200.000
60	Peñaflor	ONG de Desarrollo, Corporación cultural de Peñaflor "Valle de las 7 puertas"	Video documental para los jóvenes de Talagante, "Las viejas buenas costumbres de los viejos políticos, nunca pasan de moda"	\$ 1.200.000
61	Peñaflor	Taller juvenil cultural TukuPaka	Tuku-Paka, con la difusión cultural y el arte andino	\$ 1.200.000
62	Peñalolen	Centro juvenil corazones de niños	Recreando y expresando la cultura de nuestra comuna	\$ 1.200.000
63	Til Til	Agrupación juvenil "compromiso y sueños juveniles"	Espacio taller promotor de destrezas circenses y salud mental para jóvenes	\$ 1.200.000

6	Colina	grupo juvenil maquetas y efectos especiales "FX Treme"	Capacitación de jóvenes en las artes del maquetismo en general y la imaginaria cinematografía (efectos especiales)	\$ 1.200.000
65	Quilicura	The Tribu	Motivando y recuperando la cultura de los jóvenes de Quilicura	\$ 1.200.000
66	Til Til	Agrupación juventud Tilttil	"Realización y exhibición de cortometraje documental sobre cultura tradicional de la comuna de Tilttil	\$ 1.200.000
67	Cerro Navia	Centro Cultural Escuela Batucada OBATALA	Reciclando la música, recuperando espacios	\$ 1.200.000
68	Cerro Navia	I. Municipalidad de Cerro Navia	Muestra artística de Cerro Navia	\$ 1.200.000
69	Lampa	Junta de vecinos Lampa	Trawn mapuche (reunión de gente mapuche)	\$ 1.200.000
70	San Joaquín	Red multicultural apoyo mutuo	Apoyo mutuo en tu barrio	\$ 1.122.100
71	Cerrillos	Centro Juvenil Aukin	Con cultura y juventud crecemos aún más	\$ 1.200.000
72	San Bernardo	Talleres para la comunidad "Mujeres"	El arte de vivir cuando la calle es mi escenario	\$ 1.200.000
73	Recoleta	Centro juvenil Tripantu	"Construcción comunidad desde la expresión juvenil"	\$ 1.200.000
74	Recoleta	Centro de desarrollo social, cultural y deportivo El Albergue	Plazas musicales y educativas	\$ 1.200.000
75	Pirque	Junta de vecinos San José obrero	Circo Pirque	\$ 1.200.000
76	Santiago	Movimiento aquí la gente	Primer encuentro cultural juvenil	\$ 1.200.000
77	Renca	Junta de vecinos Santa Rosa y cooperativas	"Exprésate, iniciativas de expresión juvenil comunitaria"	\$ 1.200.000

78	Puente Alto	Ballet folclórico de Puente Alto	Gira itinerante "Los jóvenes rescatamos y defendemos nuestras tradiciones"	\$ 1.200.000
79	Quilicura	Unión comunal de Juntas de vecinos Quilicura	"Identidad y cultura juvenil en la comuna de Quilicura"	\$ 1.200.000
80	Quinta Normal	Centro cultural al compás del corazón plaza Garín	Acercándonos a la cultura	\$ 1.200.000
81	Conchalí	Centro cultural circunloquio	Circolegio	\$ 1.200.000
82	Puente Alto	Centro cultural la nueva voz	Festival musical las brisas	\$ 1.200.000
83	Colina	Agrupación cultural librate	Taller de creación cinematográfica en formato digital para los jóvenes de colina	\$ 1.200.000
84	Recoleta	Taller teatral de desarrollo integral De-Dos	Rescate de la mitología chilota...	\$ 1.200.000
85	La Granja	Centro de desarrollo social, cultural, deportivo "casa ciudadano"	La granja sur mantiene sus tradiciones	\$ 1.200.000
86	Melipilla	Junta de vecinos san Manuel	Crea danza san Manuel	\$ 1.130.000
87	San Pedro	Centro Cultural Sin nombre	Talleres para soñar y construir	\$ 1.200.000
88	Curacaví	Grupo juvenil DJ's Group	Cine Itinerante en Curacaví	\$ 1.200.000
89	Peñaflor	Agrupación de músicos emergentes "Xión"	Eventos culturales	\$ 1.200.000
90	Quinta Normal	Junta de vecinos N° 29-B "Oscar Bonilla"	Centro juvenil de expresión artística, formación de grupo de teatro	\$ 1.114.000
91	Santiago	Comité de adelanto del barrio yungay	"Los jóvenes van al reencuentro de pasajes y citas, una experiencia de teatro en el barrio yungay"	\$ 1.200.000

92	Santiago	Corporación de Investigación y asesoría CIASI	Identidad juvenil y cultural de la población cóndores de Chile, El Bosque	\$ 1.200.000
93	Estación Central	Centro cultural y artístico metal arte	"Para que el rock no muera y renazca en la juventud"	\$ 1.200.000
94	Estación Central	Hogar de Cristo	Trabajando por los espacios y la integración de los jóvenes de Maipú	\$ 1.145.000

4.1.4.2. Clasificación de las ICJ, ganadoras del concurso del INJUV, según la división en 7 categorías establecidas por el MINEDUC.

A continuación se presenta el cruce de datos entre las ICJ ganadoras del INJUV, y las 7 categorías culturales definidas por el MINEDUC en su Cartografía Cultural.

Cuadro N°4. Clasificación de ICJ según Categorías.

Categorías	Iniciativa Cultural Juvenil
Instancias de gestión y difusión vinculadas a la cultura.	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1ª Jornada de eventos culturales para niños y niñas de la comuna de Cerrillos. 2. Ferias itinerantes para el desarrollo cultural juvenil en Renca Nuevo. 3. Movimiento de organizaciones culturales de San Bernardo. 4. Míftines culturales juveniles en las poblaciones de Santa Adriana, Clara estrella y Santa Olga de la comuna de Lo Espejo. 5. Instrumentos musicales para la "gran banda escolar" del liceo politécnico municipal y los jóvenes Melipillanos. 6. "Queremos cultura y no basura". 7. Planeta Conchalí. 8. Almuerzos dominicales culturales. 9. Muestras culturales juveniles al aire libre en el Pudahuel rural. 10. La cultura del pueblo, primera página web con jóvenes grupos tropicales. 11. Ocupación de los espacios públicos con cultura para los jóvenes de

	<p>San Ramón.</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Muestra artística de talleres culturales. 13. Tour cultural juvenil La Cisterna 2004. 14. Armando y difundiendo cultura. 15. El arte y los jóvenes de Cerro Navia se unen por los derechos. 16. Promoción y difusión de las iniciativas juveniles del sector sur poniente de Puente Alto. 17. Talleres culturales y muestras artísticas 2004. 18. Eventos artísticos-culturales para el desarrollo ciudadano en Pudahuel. 19. "Festival de la cultura". 20. "Por los caminos de la cultura, la juventud de Villa Francia participa y crece". 21. Creando arte con los jóvenes. 22. Enseñanza, capacitación y muestras artísticas. 23. Las iniciativas son: cuatro talleres culturales (Danza, canto, pintura y dj's) y tres actividades públicas. 24. Encuentro intercultural juvenil. 25. Tuku-Paka, con la difusión cultural y el arte andino. 26. Recreando y expresando la cultura de nuestra comuna. 27. Motivando y recuperando la cultura de los jóvenes de Quilicura. 28. Muestra artística de Cerro Navia. 29. Apoyo mutuo en tu barrio. 30. Con cultura y juventud crecemos aún más. 31. "Construcción comunidad desde la expresión juvenil". 32. Primer encuentro cultural juvenil. 33. "Exprésate, iniciativas de expresión juvenil comunitaria". 34. "Identidad y cultura juvenil en la comuna de Quilicura". 35. Acercándonos a la cultura. 36. Colegio. 37. Eventos culturales. 38. Talleres para soñar y construir. 39. La granja sur mantiene sus tradiciones. 40. Identidad juvenil y cultural de la población cóndores de Chile, El Bosque.
--	--

	<p>41. Trabajando por los espacios y la integración de los jóvenes de Maipú.</p> <p>42. Estación Radio Plaza.</p> <p>43. Pásate películas en el barrio, 2004.</p> <p>44. Yo hablo, radio comunitaria.</p> <p>45. Cine Itinerante en Curacaví.</p>
Música.	<p>Rock, Hip-Hop y Batucadas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tour al margen 2004, provincia de cordillera. 2. Festival juvenil de la canción popular. 3. Primer festival de bandas emergentes de rock de la región metropolitana "atinando en Lo Prado con el rock joven". 4. Encuentros musicales poblaciones en Pudahuel Sur (ENMUPOS 2004). 5. Sala de ensayo interactiva "los otros". 6. Hip Hop la nueva canción popular, taller de rap contrana. 7. "Peñalolén suena, en vivo". 8. Reciclando la música, recuperando espacios. 9. Festival musical las brisas. 10. "Para que el rock no muera y renazca en la juventud". 11. Plazas musicales y educativas.
Artes visuales.	<p>Fotografía</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La fotografía, la cultura y mi comuna. 2. Curso de fotografía básica y curso de fotografía intermedia para jóvenes de la comuna de El Bosque. <p>Pintura</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Colina se pinta con los jóvenes: circuito de murales que plasman identidad. 4. Pintando mi comuna.

	<p>5. "Pinto diversidad".</p> <p>6. Le winka art "colores y volúmenes para nuestros sueños".</p> <p>Videos</p> <p>7. Video documental para los jóvenes de Talagante, "Las viejas buenas costumbres de los viejos políticos, nunca pasan de moda".</p> <p>8. Capacitación de jóvenes en las artes del maquetismo en general y la</p> <p>9. imaginaria cinematografía (efectos especiales).</p> <p>10. Realización y exhibición de cortometraje documental sobre cultura tradicional de la comuna de Tiltil.</p> <p>11. Taller de creación cinematográfica en formato digital para los jóvenes de colina.</p>
Patrimonio natural y humano.	<p>1. "Admapu Lefxaru ñi wecepeuman", la identidad "el sueño juvenil de Lautaro".</p> <p>2. Rescate del diseño autóctono a través de la artesanía en cuero, madera, joyería y telar.</p> <p>3. Muestra y valorización de la cultura mapuche, con cantos y danzas.</p> <p>4. Cantos y danzas folclóricas en Pirque.</p> <p>5. Consolidación y proyección del conjunto juvenil folclórico Pue-Mapu. Trawn mapuche (reunión de gente mapuche).</p> <p>6. Gira itinerante "Los jóvenes rescatamos y defendemos nuestras tradiciones.</p> <p>7. Rescate de la mitología chilota.</p>
Manifestaciones colectivas.	
Artes escénicas.	<p>Teatro</p> <p>1. Cortos teatrales rescatan la identidad de mi barrio.</p> <p>2. Murga en el barrio Yungay.</p> <p>3. El teatro mapuche fortalece la identidad de los jóvenes.</p> <p>4. Taller de teatro integrado básico y gestión cultural para la formación</p>

	<p>de redes de actores locales en Independencia.</p> <p>5. Itinerancia teatral por Pudahuel.</p> <p>6. "Primer taller de teatro joven de Villa Francia".</p> <p>7. Formación de monitores artísticos-sociales en teatro y danza.</p> <p>8. Taller técnicas teatrales y expresión scout.</p> <p>9. Iluminando el pasado de la familia Carrera para los jóvenes de hoy.</p> <p>10. Teatro Itinerante.</p> <p>11. El arte de vivir cuando la calle es mi escenario.</p> <p>12. Centro juvenil de expresión artística, formación de grupo de teatro.</p> <p>13. "Los jóvenes van al reencuentro de pasajes y cites, una experiencia de teatro en el barrio yungay"</p> <p>Danza</p> <p>14. Danza moderna en acción (cultudanz).</p> <p>15. Taller de danzas folclóricas e implementación de vestuario.</p> <p>16. "Con danza, diversión y juventud estamos creando cultura".</p> <p>17. Crea danza San Manuel.</p> <p>Circo</p> <p>18. Primera muestra provincial de la escuela taller "Circo ambulante".</p> <p>19. Espacio taller promotor de destrezas circenses y salud mental para jóvenes.</p> <p>20. Circo Pirque.</p>
Literatura oral y escrita	

4.1.4.3. Totales de iniciativas culturales juveniles

Cuadro N 5. Totales de iniciativas culturales juveniles

Categorías	Totales
Instancias de gestión y difusión vinculadas a la cultura.	41
Música.	11
Artes visuales.	11
Patrimonio natural y humano.	07
Manifestaciones colectivas.	00
Artes escénicas.	20
Literatura oral y escrita	00
Total	94

El primer ítem, Instancias de gestión y difusión vinculadas a la cultura ocupa el 47,9%, casi la mitad del total de ganadores del concurso, sin embargo, al ser iniciativas de carácter general, no especifican un área especial de interés, encontrando que algunas incluyen talleres de teatro, música o pintura simultáneamente, sin darnos más luces acerca del tema que el ser instancias propiciadas por jóvenes.

La segunda mayoría 21,97%, está referida a las Iniciativas Culturales vinculadas a las artes escénicas, donde se incluye teatro, danza y como aporte especial desde la juventud, el circo.

En tercer lugar, encontramos 2 categorías que alcanzan el 11,7% cada una. Música, que incluye iniciativas relativas a estilos como rock, hip-hop, batucada y bandas estudiantiles; y Artes Visuales con fotografía, pintura y videos.

El ítem Patrimonio Natural y Humano, que en general representa el rescate de la cultura tradicional chilena y grupos autóctonos, representa el 7,4%.

Manifestaciones Colectivas (celebraciones religiosas o festividades locales) y Literatura Oral y Escrita no poseen representantes.

Esto deja a Artes Escénicas, Música y Artes Visuales como las áreas de mayor interés a desarrollar por los jóvenes y como temas principales de este proyecto de Difusión de Iniciativas Culturales.

4.2. Caso N°1: Entrevista semi estructurada al director del Circo Ambulante de Puente Alto, Marco Velásquez.

Una de las ICJ más representativa para el INJUV en este momento, es el Circo Ambulante de Puente Alto, que puede servir como referente acerca de la postura de los jóvenes que acceden a estos fondos y el espíritu de autogestión impregnado en todo su trabajo.

El Circo Ambulante está dirigido por 3 jóvenes, de entre 24 y 27 años de edad; Marco Velásquez, director, con variados estudios que van desde la sastrería a relaciones públicas y reforma procesal penal; Miguel Molinés, estudiante de Pedagogía en Educación Física y Marcelo Pérez, estudiante de Psicología. El objetivo principal de este proyecto es crear la primera escuela de circo en Chile, además de fomentar la educación del circo, siendo una actividad multidisciplinaria (teatro, danza, música, gimnasia, diseño teatral, dramaturgia), en los establecimientos educacionales reemplazando o complementando la clase de educación física. Han creado talleres que funcionan en varios establecimientos educacionales y en su propia sede, donde se destaca la función formativa tanto física como intelectual del arte del circo, razón por la cual, los directores del grupo, estudian diversas disciplinas relacionadas con la docencia, la psicología, el teatro, legislación, etc. El grupo total del circo lo conforman aproximadamente 32 personas, sin contar aquellos que van rotando constantemente en los talleres. Por otro lado, el crecimiento e impacto social del Circo Ambulante se va

incrementando con el tiempo debido a que los talleres también van formando monitores, que dependiendo de sus destrezas en un semestre o un año pueden hacer nuevos talleres.

El proyecto partió como una idea de los 3 jóvenes que dirigen actualmente la compañía, que compartían intereses, expectativas y además una gran admiración por el Circo Solei, que hasta hoy representa su referente máximo. Y otras, como el Royal de Lux, con el cual se sienten identificados y admiten, que aun haciendo muchas veces lo mismo, su espectáculo no causa tanto impacto como los extranjeros, que poseen mayor difusión y reconocimiento, al disponer de medios de comunicación masivos.

Con todo, el proyecto sigue adelante. Financiando sus gastos con algunos contratos esporádicos, apariciones en televisión pero, principalmente, “haciendo semáforos”, es decir, realizando sus actos circenses en esquinas como Av. La Florida con Departamental; Estoril con Las Condes; Paradero 27 de La Florida, etc. Para ellos, este representa un gran escenario y oportunidad de ingresos, ya que por su calidad técnica, artística y creativa, son considerados un verdadero espectáculo por los automovilistas.

Actualmente tienen varios proyectos. Uno de ellos, el segundo financiado por el INJUV, consiste en una gira que recorrerá: San José de Maipo, Pirque, La Pintana y Puente Alto. Llevando a cuesta una carpa con la que se instalarán por una semana haciendo diversos talleres al interior del circo. Finalizando con la presentación de una obra creada por el Circo Ambulante, sin costo para la comunidad.

Aparte de estos proyectos, sus expectativas de crecimiento abren la necesidad de contactarse con las instituciones públicas y privadas, ámbito en el que reconocen su poca capacidad o conocimiento. Con la apertura del Ministerio de Cultura en Chile, esperan tener más acceso a la institución pública, entrevistarse con el presidente es una de sus grandes expectativas, con el fin de conseguir un mayor respaldo, difusión y reconocimiento, crear nexos con los privados que quieran auspiciarlos. De este modo, reconocen que es necesario crear instancias de difusión de esta iniciativa cultural, que la hagan reconocible en sociedad logrando un mayor impacto, además de despertar el interés de las instituciones públicas o privadas.

V. CONCLUSIONES

En primer lugar, queda demostrado a través de la investigación, que la juventud chilena no es una masa homogénea, con los mismos intereses y visiones. Que el ser joven no es solo una etapa entre la niñez y la adultez aislada de todo contexto histórico y social, y que los jóvenes poseen un inmenso caudal de experiencias y conocimientos, que pueden y deben ser validados en el contexto cultural general. No es necesario idealizar la juventud, pues es cierto que muchos grupos tienden a comportamientos nocivos para la sociedad y para ellos mismos, pero cabe proponer un análisis más profundo de sus causas y las formas para remediarlos. Considerando la necesidad para el desarrollo humano del establecimiento en grupos sociales.

Por otro lado, tal como se indica en la hipótesis, existen sectores de las juventudes chilenas marginados del desarrollo cultural, encontrándose impedidos tanto para la demanda como para la oferta de cultura. Uno de los factores más relevantes en esta marginación son los recursos económicos, donde los sectores altos pueden acceder libremente al ámbito privado de la cultura, pero no así los sectores medios y bajos. También existe una deficiencia en los recursos destinados a implementar políticas de desarrollo cultural en estos jóvenes, pues la gran demanda en sectores populares impide una segmentación, y se generan actividades para una gran masa sin distinguir sus intereses o necesidades particulares.

Existe si, un cambio de actitud hacia los jóvenes de parte de las instituciones públicas que paulatinamente están integrando a los jóvenes de manera participativa. Como ejemplo, el Fondo Concursable de Iniciativas Culturales Juveniles (INJUV, 2003), o el Fondo Concursable para Micromedios Juveniles organizados por el INJUV para el año 2004, demuestran una apertura hacia las nuevas propuestas de los jóvenes.

Que del Concurso de ICJ del INJUV (2003), se desprendan 94 propuestas juveniles ganadoras, es un signo de que existe de parte de los jóvenes gran interés por participar activamente en la comunidad. Con sus diferentes maneras de comunicarse abren espacios alternativos de comunión social. Además prueba que los jóvenes pueden ser autónomos y organizarse para generar recursos si logran tener acceso a los medios de producción, lo que involucra tanto recursos económicos, como infraestructura y medios de difusión.

A pesar de estos cambios producidos en los enfoques de políticas de desarrollo cultural, de acuerdo al Caso N°1, existe aun la dificultad para lograr mayor adhesión social y de

instituciones privadas que puedan aportar con más recursos para estas iniciativas. Esto tiene que ver con que no se poseen los medios de difusión masivos adecuados que los hagan más visibles, que comunique la calidad de sus propuestas y el profesionalismo con que las enfrentan. No existe un desarrollo de imagen con respecto a estos nuevos circuitos culturales, de hecho, los fondos dispuestos por el INJUV cubren gastos que tienen que ver exclusivamente con adquisición de materiales para el desarrollo específico de la actividad, ya sean instrumentos, pagos de fletes, herramientas, etc. Y de esta forma, no quedan recursos, por ejemplo, para un adecuado trabajo de imagen de marca, que les facilite el acceso a instituciones privadas para en definitiva “vender” de mejor manera sus propuestas. Como en el caso del Circo Ambulante de Puente Alto (Caso N°1), donde a pesar del tiempo que llevan desarrollando su actividad y la cantidad de personas adheridas a esta, no poseen una pagina web que los pueda contactar con empresarios organizando eventos, no cuentan con una marca corporativa, los medios usados para comunicar sus actividades, como afiches o flyers no dice relación con la calidad de sus montajes, etc.

En definitiva, se vuelve relevante a la hora de pensar formas de apoyar el desarrollo cultural de los segmentos jóvenes del país, lograr difundir estas historias personales que encierran formas de “realizar pequeños sueños”, como crear una compañía de teatro, una banda de rock o realizar una exposición y mostrar las diferentes formas que adquiere la expresión juvenil en Chile. Conformar un directorio de ICJ para darles la oportunidad de crear lazos entre si y con instituciones que deseen apoyarlos y, finalmente, promover entre la comunidad la existencia de un circuito cultural alternativo, poco explorado pero enorme y variado en nuevas formas de hacer cultura y participar socialmente.

VI. PROYECTO DE DISEÑO: E-ZINE “PROYECTO LOCAL”.

Los jóvenes están llenos de sueños y expectativas con respecto a su futuro, aspiran a vivir de lo que les gusta hacer y hacerlo bien, sin embargo, personalmente he visto y vivido, con el paso del tiempo y la entrada inevitable al mundo adulto, como muchos proyectos enfrentados a la realidad se van postergando cada vez más hasta hacerse irrealizables, generándose frustraciones y visiones negativas con respecto al origen socio económico, cultural, hasta el país donde nos tocó nacer. Muchas veces se hace imperioso ganar dinero a los 18 años, o mucho antes, se deben asumir grandes responsabilidades como la paternidad a temprana edad, problemas familiares, situaciones de desamparo, etc. Y el desarrollo cultural, al cual todo ser humano tiene derecho, queda en último lugar y a veces en ninguno. En un espacio donde solo unos pocos privilegiados pueden acceder a la cultura, asistir a conciertos, obras teatrales, realizar proyectos o ingresar a la universidad, vamos favoreciendo el desarrollo de un país cojo si pensamos que solo las necesidades básicas como salud y vivienda merecen atención, y la cultura se va haciendo cada vez más pobre, dominada por una pequeña elite que posee la información y los medios de producción.

“Proyecto Local” no viene a solucionar el problema de los jóvenes con respecto al acceso a la cultura, simplemente se sitúa en el contexto de entregar experiencias de otros jóvenes, transferir conocimientos acerca de la autogestión y estimular a otros a hacer lo mismo. Demostrar que si bien, siempre serán escasos, existen recursos disponibles y accesibles a todos sin importar el origen social, pero es necesario trabajar y organizarse, aparece la autogestión como una forma de lograr concretar aquellos proyectos que nos estimulan y dan un nuevo aire a nuestras vidas.

Probablemente, aunque no siempre, estas iniciativas no puedan ser parte de un circuito cultural de elite, tal vez no traten el tema de arte en boga, debido a los recursos y capacidades profesionales y técnicas de las que disponen, sin embargo son formas de aprendizaje que pueden proyectarse en el tiempo y satisfacen al fin y al cabo, uno de los requisitos más importantes del que hacer cultural y artístico, aportan una nueva visión de la vida y entregan felicidad a quienes las realizan y a sus destinatarios.

6.1. E-Zine.

La idea de realizar una e-zine (publicación electrónica), surge del propósito de generar un medio de información accesible, dinámico e independiente, que tenga la capacidad de integrarse a redes locales y globales de producción cultural. De tal manera que estos nuevos actores culturales puedan generar lazos, tener conciencia de que hay otros interesados en una determinada actividad y promover la cooperación mutua.

Por otro lado, si pensamos que este proyecto se configura también como una ICJ, nos damos cuenta de la gran ventaja al comparar la e-zine con un medio impreso que si bien, podría tener las mismas características, los costos de dicho proyecto harían que su factibilidad y alcance se redujera. En esta e-zine, es posible mantener una base de datos con un Directorio de Actores Culturales Juveniles de manera estable, actualizar constantemente la guía de un Circuito Cultural Alternativo y es un medio fácil y accesible de consulta para jóvenes interesados en participar y una ventana para que las instituciones aprecien estas actividades y puedan apoyarlas.

Otro factor determinante en la elección del medio se refiere a la independencia de los medios de producción y difusión de la información, es decir, la problemática de “quién pone los recursos”, lo que finalmente determina los contenidos y la línea editorial de cualquier medio de información, como por ejemplo Copesa y El Mercurio, que controlan un alto porcentaje de ediciones y que en palabras de Sergio Marras (2001), “la información proveniente de allí sería una nueva fuente de disimulo”, donde lo que siguen mostrando es lo de siempre “su punto de vista en la confrontación de intereses de los grupos que los sustentan y no de la explicación informativa”.

De esta forma, y apoyado en varios ejemplos de redes culturales que estimulan el desarrollo local y la integración y cooperación global, se llega a la conclusión que el medio con mayor flexibilidad y capacidad para lograr los objetivos del proyecto es Internet, por su bajo costo, rapidez en el acceso a la información, estrechamente vinculado con el uso de herramientas tecnológicas de los jóvenes (mail, msn). Esta red, favorecerá por un lado, la cooperación entre actores culturales, los hará visibles ante la opinión pública y por último, se podrá generar un intercambio cultural internacional con iniciativas que persiguen los mismos fines; desarrollo cultural, apoyo a la autogestión, etc. Tales como el Proyecto Trama de Argentina

(www.proyectotrama.org); RIDC (www.ccarts.ca); o proyectos nacionales como Hoffmann's House (www.hoffmannshouse.org); Manocaja (www.manocaja.net), etc.

6.1.1. Referentes conceptuales de redes culturales en internet.

Red Internacional Para la Diversidad Cultural (www.ccarts.ca)

La Red Internacional para la Diversidad Cultural (RIDC), fue gestada luego de la Conferencia sobre Cultura para el Desarrollo de la UNESCO (Marzo 1998, Estocolmo, Suecia), donde se concluyó que la globalización está debilitando a las culturas locales y tradicionales, y que los grupos culturales deberían formar redes globales para contrarrestar esta tendencia, y sostienen que;

“La expresión a través de las artes y la cultura es una parte fundamental de la sociedad humana.

“La diversidad cultural nos fortalece a todos y se debe mantener y promover como un aspecto importante del desarrollo sostenible.

“Los frutos de la creación artística son algo más que mercancías y servicios convencionales, cada uno es único y todos forman una parte integral de la sociedad humana.

“Las culturas deberían tener la oportunidad de influirse mutuamente, enriqueciendo la expresión artística y ampliando sus alternativas

“Las fuerzas del mercado por si mismas no pueden asegurar la diversidad cultural a nivel nacional o internacional

“Los Estados y los ciudadanos tienen el derecho y la responsabilidad de implementar políticas y programas que apoyen actividades artísticas y culturales y a protegerlas de intervenciones indeseables de fuerzas económicas o políticas foráneas.

“El reconocimiento y la conservación de la cultura de los pueblos indígenas y culturas tradicionales, requieren una atención especial”.

Compartiendo muchos de sus postulados, este proyecto generará una red local de artistas y grupos culturales juveniles, que conforman lo que se ha denominado en este proyecto “Circuito Cultural Alternativo” en la región metropolitana. Estas iniciativas manifiestan la diversidad cultural chilena no institucionalizada, y por otro lado, abren nuevas posibilidades para la participación juvenil.

Proyecto Trama, Argentina (www.proyectotrama.org).

TRAMA es un programa internacional de intercambio de pensamiento artístico originado en Buenos Aires, Argentina. El programa organiza ciclos de debates, talleres, conferencias y presentaciones públicas de artistas con el fin de confrontar e intercambiar estructuras de pensamiento, problemáticas y tendencias comprometidas en la constitución del pensamiento artístico.

Las actividades que proponen están dirigidas a “fortalecer vínculos entre la comunidad local de artistas, hacer visibles los mecanismos que articulan la producción de sentido del arte en este contexto periférico, y legitimar el pensamiento artístico dentro del ámbito social y político” (proyectotrama).

El programa es independiente, flexible y móvil y está concebido por artistas provenientes de un variado espectro de formación estética, intelectual y generacional que intentan responder a necesidades de vínculos equitativos y horizontales en la estructuración de la comunidad artística a la que pertenecen.

Durante sus cinco años de duración, han tratado de hacer visible, fluida y accesible la red natural de interrelaciones entre artistas e intelectuales de la escena cultural argentina y de ésta con las escenas culturales regionales e internacionales estimulando la formación de distintos canales de intercambio, que fluyan en ejes sur-sur, sur-norte y norte-sur, facilitando la cooperación y confrontación entre artistas.

Hoffmann's house, Chile (www.hoffmannshouse.org).

Hoffmann's house es una experiencia cultural cuyo objetivo es producir y habilitar las condiciones de circulación de obras plásticas, pretendiendo crear un espacio consistente de análisis y discusión respecto de la producción artística contemporánea en Chile. Esta experiencia en torno a la cultura constituye un esfuerzo destinado a difundir adecuadamente las ideas que se han venido generando en el contexto de las artes visuales chilenas emergentes, revisando la obra de artistas que en los últimos años han operado al margen de los circuitos comerciales.

Podría decirse que al hablar de esta “experiencia cultural”, se estaría constatando los “sistemas de producción, difusión y circulación del arte contemporáneo chileno de los noventa.

Inserto en un medio local carente de estructuras que puedan dar cabida a estas investigaciones; ya sea, financiando, promoviendo o situando adecuadamente estas producciones experimentales. De ahí entonces que la idea de montar y emplazar una “Vivienda Básica” de madera, pintada de blanco; como espacio para las artes, sea el lógico movimiento de estos artistas en el supuesto de interpelar al “Estado de Chile”, quien en su restitución democrática aún no asume el rol que la cultura tiene y se merece” (www.hoffmannshouse.org).

Hoffmann’s house es un foro para discutir y situar parte de la producción artística chilena contemporánea, en un claro perfil de resituarse frente a la producción plástica del “Escenario de Avanzada” que en la década de los setenta determinó buena parte de la propuesta visual chilena. Los 18 metros cuadrados de esta vivienda de madera, han permitido dar cuenta del estado de esta emergente producción, pero además, de sus carencias, anhelos y referencias, las que en una sociedad aparentemente globalizada exceden los referentes locales.

Proyecto Manocaja, Chile (www.manocaja.net).

A cargo de “Barri”, parte de la sencilla idea de imprimir desde el sitio www.manocaja.net, la “manocaja” y armarla en cualquier parte del mundo, luego fotografiarla y enviarla a la misma página, lo que ha generado una red internacional de personas de diversas áreas geográficas y profesionales, que se comunican por este medio. Si bien este sitio no representa una red cultural local o global, es un ejemplo de integración y participación a través de Internet, un espacio donde se ponen intereses en común y donde todos tienen la oportunidad de exhibir producciones vinculadas al mundo del diseño gráfico.

El Sacrificio, Chile (www.elsacrificio.cl)

“El Sacrificio” es una publicación semanal de “La Tercera”, destinada a jóvenes, que además cuenta con el sitio www.elsacrificio.cl, cuyo concepto central es el sacrificio de ser jóvenes en un mundo hecho por y para los adultos. Esta es una iniciativa privada y comercial, destina a captar el segmento joven para el diario. Sin embargo, sirve como referente a la hora de identificar intereses e inclinaciones en diversas áreas, tales como la música, temas de interés, etc. Además, es un referente de cómo las aspiraciones y visiones juveniles se transforman en productos comerciales y demuestra la existencia y relevancia del tema.

6.2. Proyecto Local.

El nombre de esta e-zine es el claro reflejo de su intención y contenido, exhibir proyectos realizados a nivel local, en la Región Metropolitana, por y/o para jóvenes a través de la autogestión. Tratar de transmitir la experiencia de otros jóvenes al concretar sus proyectos sin adornos ni “cuentos”, destacando a los protagonistas y su desarrollo personal, aspiraciones, etc.

Proyecto Local no apela a ficciones, sino a hechos concretos, a una realidad configurada a partir de anhelos de algunos jóvenes que decidieron llevar a cabo sus proyectos, y se vuelven un modelo a seguir por otros.

6.3. Referentes Visuales y Diseño.

La idea principal en el diseño de esta e-zine es hacerla clara y transparente, que muestre a los realizadores de las ICJ sin demasiados adornos. Es decir, hacer que estos actores culturales sean los verdaderos protagonistas. El concepto más importante es “la difusión de proyectos realizados por jóvenes”, en un contexto urbano y de carácter alternativo. Por esto, uno de los objetivos principales en el diseño es la transparencia, razón por la cual se optó por un diseño predominantemente blanco con contrastes grises, sobre el cual se despliegan las imágenes de las propuestas culturales. Ya que generalmente, la cultura juvenil y sus manifestaciones artísticas son relacionadas con la vitalidad, el colorido, la expresividad más visceral, el caos, el peligro social, el aporte de este diseño sigue el camino contrario al proponer una estructura y una diagramación ordenada en una grilla rigurosa, como una forma de evitar confusiones entre la forma de la e-zine y su contenido, y además, impide el acercamiento a los actores culturales juveniles a través de fundamentos basados en prejuicios, obligando a una mayor búsqueda conceptual, para finalmente, dejar que el posible caos, colorido y vitalidad, sea aportado por las mismas ICJ, si ese fuera el caso.

Debido a la gran heterogeneidad de gustos y referentes que es posible encontrar en el mundo juvenil, es necesario recoger muchos elementos y hacerlos convivir, de manera de lograr una identificación con la mayoría de estos jóvenes. Una inagotable fuente de referentes culturales visuales lo encontramos en la música popular, que como se mencionó en el marco teórico, despierta gran interés en la mayoría de los jóvenes, que adoptan ciertos estilos, ya sea por moda o por verdadero compromiso con el discurso, como una forma de agruparse y descubrir a sus iguales. Metaleros, hip hoppers, góticos, alternativos, punkies, technos o

cumbiancheros, son algunos de los referentes más relevantes en el amplio espectro de inclinaciones del segmento juvenil chileno.

A partir de esto, se realizó una selección de ciertos elementos que aportan al diseño de “Proyecto Local”, tales como la tipografía gótica utilizada en sus más variados estilos, por ejemplo, por la tradicional barra brava chilena Garra Blanca, recogidas de la gráfica de la música death metal, con bandas como Morbid Angel, Estratovarius, Bad Religión, etc, y configuran una identificación a nivel grupal, una especie de tribu urbana unida por la música, un club deportivo y la marginalidad a la que históricamente (a partir de los ´80), se han visto sometidos. Otro ejemplo de la utilización de la tipografía gótica lo encontramos en el hip hop, con bandas nacidas de la mano de Eminem como D12, donde su nombre grabado en oro con tipografías góticas manifiestan un estatus y poder económico, objetivo principal del marketing de estas bandas norteamericanas que despliegan gran influencia en la juventud chilena, especialmente en los de menor edad. Finalmente el propio estilo gótico se ha transformado en una manifestación juvenil atraída por lo oscuro, la época medieval y la “elegancia”, entre los denominados Dark y Góticos, sin mencionar la gran utilización de este recurso en la cultura del tattoo.

De la tendencia punk se ha recogido la gráfica dura en blanco y negro producto de la autoedición de publicaciones independientes nacidas de la autogestión, generalmente realizadas en fotocopias, o afiches con el mismo procedimiento, con bordes que se revientan o desgastan. Títulos de alto impacto, en mayúsculas, y algunas huellas del trabajo manual o defectos de producción que “ensucian” el producto y que finalmente se transforman en atributos.

Las ilustraciones utilizadas como íconos de las diferentes secciones de la e zine, como música, artes visuales y artes escénicas, siguen el camino de la pulcritud y limpieza en el trazo, y la utilización del blanco, negro y gris característico de la página. Inspiradas principalmente en la gráfica flash que, sin hacer juicios de valor, ha significado una gran influencia en la industria del diseño gráfico actual en Chile, al ser una forma rápida y económica de producción de audiovisuales para internet, animaciones, video clip o publicidad en tv. Estos íconos; casete (música), spry (artes visuales), bastones (artes escénicas), representan el carácter de autogestión al no ser objetos de última tecnología, sino, objetos que cualquiera puede conseguir. Un casete para una producción musical casera, un spry para hacer plantilleos

callejeros o los bastones, representantes de la cultura circense manifestada en muchas esquinas de la ciudad.

Finalmente se ha escogido el magenta, color de un alto contraste con el resto del diseño blanco, negro y gris, para ser aplicado como un llamado de atención especial sobre algunos detalles y botones. Y como característica distintiva de la gráfica de “Proyecto Local”.

Estructura:

La información se despliega en una página semejante a una portada de diario, con el título principal ocupando la parte superior. Luego se anuncia el reportaje central de la publicación, que es la ICJ destacada del mes y se entrega una pequeña introducción de esta. Se agregan, en una jerarquía inferior, reportajes o datos acerca de otras ICJ, relacionadas con las tres categorías culturales (música, artes visuales, artes escénicas).

A la izquierda de la pantalla se encuentra el menú de la e zine con los siguientes botones:

- Contacto/Editorial:
- Portada.
- Pizarra.
- Circuito Local: música, visual, en escena.
- Directorio.
- Ediciones Anteriores.
- Links.

En la distribución general se ha reservado más de $\frac{3}{4}$ verticales de la página para la información más relevante.

El diseño, que aun requiere una última etapa de evaluación, ha sido probada con un pequeño grupo de 10 personas que fueron orientando su funcionalidad, colores, cantidad de entradas a determinados temas, tamaños de imágenes en diferentes pantallas y diferentes velocidades de internet. Lo que ayudó a concluir “Proyecto Local” en su estado actual, determinando que:

- La página ha sido realizada en flash y dreamwever (html), sin embargo, gran parte está realizada en este último, para que su funcionamiento sea rápido y óptimo en cualquier tipo de computador y conexión a internet.
- El tamaño determinado es de 720 píxeles de ancho, para que pueda ser vista en toda esa extensión en cualquier tamaño de pantalla.

6.4. Contenidos.

6.4.1. Portada: Iniciativa Cultural Juvenil Destacada

En cada edición de esta e-zine de carácter editorial se presentará un reportaje a una ICJ destacada por los logros obtenidos mediante la autogestión. Se presentará a los gestores del proyecto, el camino que debieron recorrer, las formas para conseguir recursos, sus aspiraciones a futuro, el impacto social logrado y por último, se tratará el tema de sus necesidades y el como podrían proyectarse a futuro.

6.4.2. Circuito Local

El Circuito Local es una guía de eventos pertenecientes a las ICJ o Iniciativas destinadas a los jóvenes de la oferta pública o social, que generalmente son de entrada liberada o a muy bajo costo, actualizada mes a mes, centrada en: Artes Escénicas, Artes Visuales y Música.

Se incluirá una pequeña ficha técnica que indique:

Fecha del evento.

Título.

Encargado.

Lugar.

Valor de la entrada.

La participación en esta sección es abierta y basta con que los actores culturales registren su ICJ, enviando los datos antes mencionados al mail de proyecto local.

6.4.3. Directorio de Iniciativas Culturales Juveniles

A medida que los actores culturales jóvenes vayan interesándose en esta e-zine, se irá conformando un Directorio, que servirá como un registro de las ICJ existentes en la región metropolitana y generará puntos de encuentro entre ellas y con la comunidad. Como una forma de estimular su proyección en el tiempo al conseguir recursos, contactándose con instituciones que deseen apoyarlos o contratar sus servicios.

El directorio está dividido, basado en el Directorio Cultural Chileno realizado por el MINEDUC, en:

Cuadro N°6: Estructura del Directorio de Actores Culturales.

Música	Folclor	- Autor o Compositor - Conjuntos Vocales y/o de Danza
	Popular	- Autores - Interpretes - Bandas
	Sellos Independientes	
	Clases y Talleres	
	Salas de Ensayo	
Artes Visuales	Plástica	
	Artesano	
	Dibujante	
	Fotógrafo	
	Galerías	
	Talleres	- Artesanía - Comics - Dibujo - Escultura - Pintura
Audiovisuales	Realizadores	
	Talleres	
Artes Escénicas	Teatro	- Actor/Actriz - Compañías

		<ul style="list-style-type: none"> - Director - Malabaristas - Murgas - Circos - Talleres
	Danza	<ul style="list-style-type: none"> Bailarines Ballet Folclórico Compañías Talleres

Cada una de las iniciativas dispondrá de una ficha, espacio donde podrán explicar a grandes rasgos su proyecto, los responsables de este y medios de contacto, como teléfonos, mail, dirección.

En la página se incluye un formulario de registro abierto a la comunidad de actores culturales locales, donde deberán ingresar el área artística a la que perteneces, su actividad y datos personales: nombre, edad, dirección, teléfono y mail. Además, una reseña histórica de su trabajo.

6.4.4. Editorial.

Espacio en el que se describe el objetivo del proyecto, se invita a participar a los actores culturales juveniles y se hace referencia al motivo de exponer la ICJ destacada del mes.

6.5. Implementación.

La puesta en marcha de este proyecto requiere de recursos técnicos y profesionales mínimos enumerados a continuación:

Recursos Técnicos

Nick Name

Hostig

Recursos Profesionales (que conformarían el cuerpo editorial)

Diseñador Web

Periodista

Fotógrafo

Medios de Difusión

News Letter (mail)

Flyers

Radio

Links desde otras páginas

En cuanto a los costos, es necesario mencionar el espíritu de autogestión que debe estar presente en el proyecto, por lo tanto, los recursos de los que se dispondrá para su implementación son los mínimos y dependen en gran medida de la posibilidad de integración con otros proyectos culturales juveniles, que aporten su crecimiento. De esta forma es necesario contar con colaboradores y espacios de difusión gratuitos.

Sin embargo, existen costos básicos, tales como:

Hosting: 29.990 + iva.-

Ninck Name (www.proyectolocal.cl): 21.000.-

6.6. Estrategia de Difusión.

La estrategia de difusión consiste básicamente dar a conocer “Proyecto Local” de la forma más directa posible, es decir, difusión cara a cara con actores culturales locales que sean “informantes”, es decir, proporcionen información acerca del circuito cultural alternativo y sean capaces de generar contactos entre la e zine y las ICJ. De forma paralela, se enviarán News Letter por mail, que informen de la existencia de esta e zine e inviten a participar en ella. Otro medio de difusión consiste en participar en ICJ, ofreciendo el espacio de difusión web, y solicitar que anuncien “Proyecto Local” en sus otros medios de difusión como afiches o flyers, en calidad de colaborador.

Otra instancia de difusión la constituyen los flyers, que informarán de la existencia de “Proyecto Local” y su contenido en lugares que se han constituido como focos de atención juvenil por su aporte al desarrollo cultural de este segmento, tales como:

INJUV.

Balmaceda 1215.

Centro Cultural de España.

Centro Cultural Gabriela Mistral.

Goethe Institute, etc.

Y se solicitarán links hacia la e zine desde sus eventuales sitios web.

Por último, se avisará en radio, en la medida en que se puedan generar contactos para difundir gratuitamente “Proyecto Local”, como es el caso del programa de Radio Tierra, donde se trata el tema del panorama cultural en la Región Metropolitana, cada viernes de 18 a 17 hrs.

VII. PIEZAS DE DISEÑO

VIII. CONCLUSIONES DEL PROYECTO

La culminación del proyecto en una e zine que destaque las iniciativas culturales, genere una agenda cultural alternativa y un directorio de actores culturales juveniles depende en gran medida de que este “Proyecto Local” sea concebido con el mismo espíritu de autogestión con el que surgen las iniciativas culturales juveniles, y su éxito se logrará en tanto pueda identificarse con estas, generando diálogos y cooperación mutua. Insertarse en estas redes culturales para realizar un trabajo donde todos tienen cabida. Solo de esta forma logrará su objetivo de ser un espacio de exhibición y difusión para los actores culturales juveniles de la Región Metropolitana. Por esto el aporte del diseño es ofrecer una nueva visión de la juventud alejada de los prejuicios provenientes de una sociedad “adultocéntrica”, como diría Klaudio Duarte. Hacer pequeños guiños a referentes de las culturas juveniles marginadas y estimar la capacidad y calidad de las creaciones de estos nuevos actores culturales, aspirando a ser un vehículo entre estos y la comunidad.

La marginación de la juventud de la esfera cultural, social o política, es un tema de vital importancia en un país en desarrollo como el nuestro, y solo un serio estudio a las razones de esta marginación que involucre la participación de los principales afectados, nos llevará a generar políticas correctas encaminadas a proteger el derecho humano de acceder, con igualdad de oportunidades al desarrollo cultural.

El diseño, como disciplina inserta en las nuevas tecnologías y la comunicación masiva, puede colaborar en generar diálogos intergeneracionales que ayuden a destruir los prejuicios en

torno a la juventud, que impiden el desarrollo de tantos y tantas jóvenes. Y por otro lado, la actividad del diseño se verá enriquecida en tanto logre identificar los referentes culturales de la juventud chilena en su gran diversidad de estilos, interés y formas de vida, entendiendo que su razón de ser, es la comunicación. Para comprender los fenómenos sociales de forma aguda y no como simples casualidades, y eliminar también los prejuicios en base a los cuales muchas instituciones u organismos, elaboran sus mensajes destinados a la juventud, desde campañas sociales como la referente al “Sida” o la publicidad de marca.

Queda pendiente en esta investigación, la evaluación de “Proyecto Local E Zine”, que consiste en ponerla en línea y comprobar la participación que se generaría por parte de los actores culturales, y los ajustes en el diseño que eventualmente provoque su uso masivo.

IX. GLOSARIO

Definiciones de acuerdo al Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes, realizado por el INJUV.

Actor cultural: Interpretes, creadores o gestores de iniciativas culturales.

Cartografía Cultural: Documento elaborado por el MINEDU, que compendia todos los actores culturales en Chile, basados en las 7 categorías culturales, haciendo un catastro de la actividad cultural por regiones y a nivel nacional.

Categoría cultural: Por categoría cultural entenderemos el conjunto de 7 tipos de productos ofertados desde el estado, el mundo social o el sector privado, entre los cuales podemos contar con las artes visuales o las instancias de gestión y difusión de la cultura, por ejemplo.

Cultura: Como cultura se entiende el “conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se las reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas; se visualiza como parte de la socialización de las clases y los grupos en la formación de las concepciones políticas y en el estilo que la sociedad adopta en diferentes líneas de desarrollo”.

Incluye tanto las representaciones colectivas respecto del mundo y lo real, las producciones materiales e intelectuales, como los medios simbólicos de reproducción de la vida material, política, social y económica.

Cultura juvenil: Por cultura juvenil se entenderá el conjunto de prácticas y de pautas de socialización desarrolladas por el segmento etario entre 19 y 29 años, dentro de la esfera cultural social global.

Igualdad de oportunidades: La igualdad de oportunidades, se entiende como la estructura equitativa de recursos de competencia (habilidades, destrezas) desarrollados desde el Estado hacia la población, a través de canales tales como el acceso a información (política, económica), a la educación formal de calidad (competitiva), el acceso expedito a bienes y servicios de consumo (mercados regulados o cuasi mercados), derechos ciudadanos y económicos desarrollados en contextos sociales, económicos y políticos estables, etc.

Industria cultural: La industria cultural es entendida, como el conjunto de medios y fines, instalados al interior del sector privado, que producen bienes y servicios simbólicos de consumo masivo, y que desarrollan dispositivos de legitimación ampliada tanto al interior de la esfera pública como de la esfera privada.

Iniciativa o actividad cultural: Entendemos iniciativa cultural como toda acción realizada por un agente (organización, institución, personas naturales, grupos, medios escritos, orales o audiovisuales) público o privado que brinde a las personas ya sea un aprendizaje formal o informal, goce visual, auditivo y corporal.

Iniciativa cultural juvenil (ICJ): Entendemos como iniciativa cultural juvenil a toda acción cultural realizada por un actor no institucional (desde los propios actores), que a través de medios escritos, orales o audiovisuales, brinde a los jóvenes un aprendizaje formal o informal, asociado a un goce visual, auditivo o corporal relevante, con objetivos de auto-desarrollo, recreación o ayuda psico social de asistencia.

Oferta cultural: Entendemos la oferta cultural como el volumen de productos o servicios (artefactos, socio y psicofactos), tanto materiales como simbólicos, destinados desde instancias públicas o privadas y en forma gratuita o pagada, a personas, multitudes, grupos formales o informales, organizaciones o instituciones, a cambio de retribuciones materiales (dinero o especies) o inmateriales (votos o legitimación política).

Oferta cultural juvenil: La oferta cultural juvenil será entendida como el volumen de productos y servicios (artefactos), tanto materiales como simbólicos destinados, desde el mundo público o el

mundo privado (Estado o mercado), al tramo etario que va desde los 19 a los 29 años.

Considera la formación o la información en disciplinas artísticas y culturales doctas y masivas, tales como las señaladas en las categorías de la cartografía cultural, del MINEDUC, es decir, medios e instancias de difusión cultural, música, literatura, artes escénicas, artes visuales, medios de prensa escritos (periódicos, diarios, revistas, folletos / folletines, etc.) y audiovisuales (radioemisoras, cine artístico y comercial, etc.), y manifestaciones colectivas religiosas, locales y populares.

Oferta Privada: Constituida por la oferta del circuito comercial y con fines de lucro. Esta oferta, generalmente se destina a jóvenes de estratos socioeconómicos altos y medio altos.

Oferta Pública: Generada por el estado, por medio de municipalidades, casas de la cultura, becas, etc. Son en general, sin fines de lucro, por lo se hace accesible para jóvenes de niveles socioeconómicos medios y bajos.

Oferta Social: Realizada por ONGs, embajadas, tratados de cooperación mutua con otras naciones, etc. Son en general, sin fines de lucro, por lo se hace accesible para jóvenes de niveles socioeconómicos medios y bajos.

Política cultural: Como política cultural, entenderemos el conjunto de decisiones reguladas de diseño e inversión destinadas desde el Estado (centralizado o descentralizado) hacia la sociedad civil. Son decisiones de inversión pública que vienen a complementar los recursos de inversión destinados a la educación formal.

Productos y servicios culturales: Por productos y servicios culturales se entenderá al conjunto de bienes simbólicos de consumo masivo (espectáculos, eventos, instancias de capacitación y promoción) que se producen y ofertan desde instancias públicas, desde la sociedad civil o desde el sector privado.

X. BIBLIOGRAFIA

CONSULTORA EL AGUA S.A. Generación de un Índice para Inversión y Focalización en Jóvenes, 1999 [en línea]

<http://www.injuv.gob.cl/modules.php?name=Encyclopedia&op=list_content&eid=2> [consulta: mayo del 2004]

DECIO METTIFOGO GUERRERO, Participación Juvenil y Desarrollo Social [en línea]

<<http://rehue.csociales.uchile.cl/diplomado/dm06.htm>> [consulta: mayo del 2004]

GOBIERNO DE CHILE, INJUV. Análisis de Oferta y Demanda de Iniciativas Culturales Para Jóvenes, 1999 [en línea]

<http://www.injuv.gob.cl/modules.php?name=Encyclopedia&op=list_content&eid=2> [consulta: mayo del 2004].

GOBIERNO DE CHILE, INJUV. Cuarta Encuesta Nacional de la Juventud, Resultados Generales, 2004 [en línea]

<<http://www.injuv.gob.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=338>> [consulta: mayo del 2004]

GOBIERNO DE CHILE, MINEDUC. Cartografía Cultural de Chile, Directorio. Santiago de Chile, Ocho Editores, 2002.

GOBIERNO DE CHILE, MINEDUC. Cartografía Cultural de Chile, Atlas. Santiago de Chile, Ocho Editores, 1999.

INJUV. Bases Segundo Concurso de Iniciativas Culturales Juveniles Región Metropolitana. Santiago de Chile, 2003.

INJUV. Bases del Fondo Concursable para Proyectos de Micromedios Juveniles. Santiago de Chile, 2003.

KLAUDIO DUARTE. Participación Comunitaria Juvenil. Santiago de Chile, 1997.

PNUD, Desarrollo Humano Sustentable. Transformaciones Culturales e Identidad Juvenil en Chile, Santiago de Chile, 2003.

SERGIO MARRAS. Chile, Ese Inasible Malestar. Santiago de Chile. Editorial Universitaria, 2001.