

Espacio público, capital cultural y estudiantes universitarios. Reflexiones docentes desde la UACM

CUAUHTÉMOC OCHOA TINOCO

En el texto se exponen algunos elementos que, por un lado, permiten analizar usos del espacio público, así como formas, prácticas y lugares de consumo cultural de estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) en las que se observa, en general, un retraimiento del espacio público y de la cultura situada, lo cual tiende a transformar sus maneras de acceder a bienes y servicios culturales de diferente naturaleza. Y por otro lado, promueven la reflexión, a partir de ese panorama, en torno a la importancia del espacio público en la configuración del capital cultural y el desarrollo académico de las y los estudiantes uacemitas.

PALABRAS CLAVE: espacio público, jóvenes universitarios, consumo cultural

Abstract

Public space, cultural capital and undergraduate students. Educator's reflections from the UACM

The text presents elements that, on the one hand, allow us to analyze the uses of public space as well as forms, practices, and places of cultural consumption of the students of the Autonomous University of Mexico City (UACM), or *uacemite* students. In general, a withdrawal from public space and situated culture is observed, which tends to transform their ways of accessing cultural goods and services of a different nature. And on the other hand, based on this panorama, the reflection on the importance of public space in the configuration of cultural capital and the academic development of *uacemite* students is promoted.

Keywords: public space, undergraduate students, cultural consumption

Introducción

Suele pensarse que el espacio público, por ser un elemento fundamental en la vida de las ciudades contemporáneas, es un espacio que convoca y contiene la diversidad de formas de vida, usos y significaciones de quienes habitan la ciudad; sin embargo, no es del todo cierto, pues en múltiples urbes el espacio público está asediado y limitado por cuestiones estructurales, por situaciones determinadas a partir de la organización y funcionamiento urbano y por la conflictividad de las relaciones sociales que imperan en cada una de ellas. El espacio público, pese a sus problemáticas, facilita procesos de socialización, identificación simbólica, conocimiento del medio, convivencia de diversos grupos con sus respectivos mundos y esto, sin duda, contribuye a la conformación o ampliación de un capital cultural de los moradores de la ciudad, en particular de las y los jóvenes.

Por lo anterior, en la práctica docente se acostumbra proponer a los estudiantes acercarse a la realidad (para entender los conceptos y teorías vistos en el aula), por medio del conocimiento de la ciudad, en particular del latir de los espacios públicos urbanos. Sin embargo, los docentes poco sabemos de cuál es la relación de las y los estudiantes con los espacios públicos próximos a su hábitat o los que tiene una escala urbana mayor; tampoco sabemos de la valoración y percepción que tienen de él; el uso que les dan y las actividades que realizan en diferentes momentos y circunstancias; ni mucho menos qué papel juegan en el ensanchamiento de su capital cultural. Se intuye a partir de experiencias propias cómo viven el espacio público, se generaliza y se pierden de vista las características propias de cada institución, plantel universitario y grupo juvenil.



El interés por conocer más sobre la relación entre consumo cultural y espacio público en jóvenes universitarios de la UACM motivó un trabajo de investigación que brindó un acercamiento a dichos temas. Los resultados permiten, por un lado, conocer más sobre las y los estudiantes de nuestra universidad, y por otra, entender las dificultades y limitaciones que tiene el espacio público vivido por los estudiantes en la configuración de su capital cultural y reflexionar sobre las potencialidades de esos espacios en la formación académica de ellos y en el ejercicio docente de los profesores universitarios.

Espacio público y consumo cultural. Algunas anotaciones

Para fines prácticos de esta comunicación no se ahondó en ambos conceptos ni se exponen discusiones teóricas actuales; solo se anotan algunos elementos básicos para contextualizar los planteamientos centrales de las temáticas a revisar. A lo largo de la historia, el espacio público ha tenido diferentes significados y distintos usos. En general, han sido lugares donde se establecen relaciones entre diversos individuos y grupos, en el que se expresa la complejidad y conflictividad de una sociedad; un espacio colectivo donde los sujetos satisfacen ciertas necesidades humanas (Alguacil, 2008). Según Jordi Borja (2003), el espacio público es una dimensión definitoria de las ciudades: “la ciudad es espacio público”. Éste es conceptualizado por Borja como “un lugar de relación y de identificación, de contacto entre las gentes [sic], de animación urbana, a veces de expresión comunitaria [...] supone dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad. Se caracteriza físicamente por su accesibilidad, lo que le hace un factor de centralidad” (Borja, 1998, p. 3).

En el espacio público se entretienen varias dimensiones como la geográfica, social, política, cultural, comunicacional y económica. Por ello, no podemos establecer un modelo de espacio público único, más bien debemos considerar una diversidad física, funcional, social, simbólica, las cuales están determinadas por las características de cada sociedad local y los actores que los habitan. En este sentido, el espacio público no es estático ni atemporal por lo que su complejidad y diversidad varían a partir de la conflictividad social, la acción gubernamental y las formas de apropiación social. La Zona Metropolitana de la Ciudad de México es un ejemplo claro de la diversidad, conflictividad y complejidad del espacio público.

Hay una coincidencia en que la calidad del espacio público repercute en la habitabilidad de la ciudad y en el mejoramiento de las relaciones entre grupos e individuos. En la medida en que sean polifuncionales, polivalentes, flexibles, plurales e incluyentes, éstos tendrán la capacidad de generar comunidades más humanas, solidarias, participativas y con ello se ensanchará el bienestar de la ciudad (Urrieta, 2021, pp. 55-56). Así pues, la calidad del espacio público “se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su fuerza mixturante de grupos y comportamientos y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración culturales.” (Borja, 1998, p. 3).

Ahora bien, el espacio público es un lugar de aprendizajes en muchos sentidos. En él se generan procesos de socialización e identificación, conviven y se intercambian experien-

cias, saberes y valores, se descubren mundos locales y globales, se da lugar a la creación y animación cultural, se promueve la construcción de ciudadanía y se articula la relación entre usuarios y los diferentes equipamientos culturales y patrimonios urbanos que cada espacio de la ciudad aloja. Todo ello, de una u otra manera, contribuye a configurar parte del capital cultural de los habitantes de un lugar; este es el caso de los jóvenes universitarios. Los espacios de la ciudad y la educación son ámbitos interdependientes, de influencia recíproca, ya que lo aprendido y experimentado en el espacio público se reflejará en cierto sentido en la trayectoria de los estudiantes en la universidad, en el diálogo entre realidad y academia, interacción en la que el consumo y capital cultural juegan un papel notable.

Pero ¿qué es el consumo cultural y qué relación tiene con el capital cultural?

El consumo cultural es definido por Néstor García Canclini (1993) como “el conjunto de los procesos de apropiación y uso de los productos en los que el valor simbólico prevalece sobre el de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.” (p. 34). El consumo cultural no sólo es una cuestión de intercambio económico, sino fundamentalmente cultural en el que predominan sobre el valor de cambio procesos de valoración estética, histórica, social, simbólica y subjetiva, los cuales generan acumulación de experiencias y conocimientos, además de dispositivos de apropiación de bienes culturales y artísticos que alimentarán lo que Pierre Bourdieu definió como capital cultural. No obstante, en la configuración de este capital tiene un lugar preponderante la clase social de los sujetos, puesto que la posición que ocupan en el espacio social es una condición que da lugar a distintos gustos, prácticas, *habitus* y estilos de vida (Bourdieu, 2002).

Para el análisis del consumo cultural y la configuración del capital cultural es importante entender las prácticas culturales, como las que se realizan en el espacio público, ya que en este proceso de adquisición y uso existe una serie de acciones producto de condiciones socioculturales y simbólicas que determinarán o al menos influirán en los modos de relación de los individuos y grupos con los bienes culturales. Por ende, hoy en día, para aproximarnos al análisis del capital cultural se requiere conocer las condiciones en las cuales se conforman los consumidores de bienes culturales y su gusto, las diferentes maneras de apropiarse de esos bienes culturales, las condiciones sociales (entre ellas la clase social) que estimulan y orientan esa apropiación, así como el entramado cultural en el que se inserta la interrelación de consumo, gusto y valor simbólico de los bienes culturales (Bourdieu, 2002).

En el caso de los jóvenes universitarios, uno de los aspectos clave para entender su relación con los bienes culturales y las condiciones para su conocimiento y disfrute es el capital cultural, el cual se estructura a partir de tres fuentes según la propuesta analítica de Molina et al. (2012): el capital cultural de origen, el capital cultural universitario y el capital cultural juvenil. El “...tránsito por la universidad une y se alimenta de estos tres diversos universos que tienen características distintas, pero van de la mano de prácticas culturales específicas” (Molina et al., 2012, p. 20). El primero es la suma del origen social del sujeto y de lo aprendido en la familia y su entorno comunitario; el segundo, el universitario, es “el conjunto de conocimientos, actividades y prácticas resultantes del paso por las aulas y las actividades complementarias propuestas por la universidad”. Finalmente,

el juvenil está relacionado con un conjunto de actividades, formas de socialización, pautas de conducta, creación de redes exteriores a la familia, espacios de socialización específicos, experiencias varias que derivan en modos de acción, gustos y prácticas concretas que permiten al joven confeccionar un capital cultural más allá de lo familiar y académico, vinculado estrechamente a la influencia de sus pares y a la construcción identitaria generacional (Molina et al., 2012, p. 20).

La cultura situada y el uso del espacio público de los uacemitas

Si el consumo y el capital cultural de los estudiantes están enlazados, ¿qué papel juega hoy el espacio público en la configuración de ambas dimensiones? Sin duda, es una interrogante que requiere de un amplio trabajo de investigación y de múltiples acercamientos. Motivados por conocer más sobre el tema, se llevó a cabo la tarea de realizar este trabajo de investigación. La información básica de este proyecto se obtuvo por medio del levantamiento de una encuesta a finales de 2018 y los primeros meses de 2019, así como la recuperación de algunos testimonios donde se explora el uso del tiempo libre de los estudiantes, espacios públicos y equipamientos culturales a los que asisten. La muestra discrecional estuvo conformada por 112 integrantes de la comunidad estudiantil de diferentes licenciaturas de los tres colegios académicos en que está organizada la UACM, en la cual la proporción entre hombres y mujeres es similar: 49% y 51% respectivamente. La mayoría de ellos tenían entre 18 y 30 años y sólo el 15% de la muestra tenía entre 31 y 57 años. La mayoría pertenecen a familias de bajos ingresos y una porción considerable tiene actividades laborales, cuestión que coincide con la información oficial de la universidad (UACM, 2019).

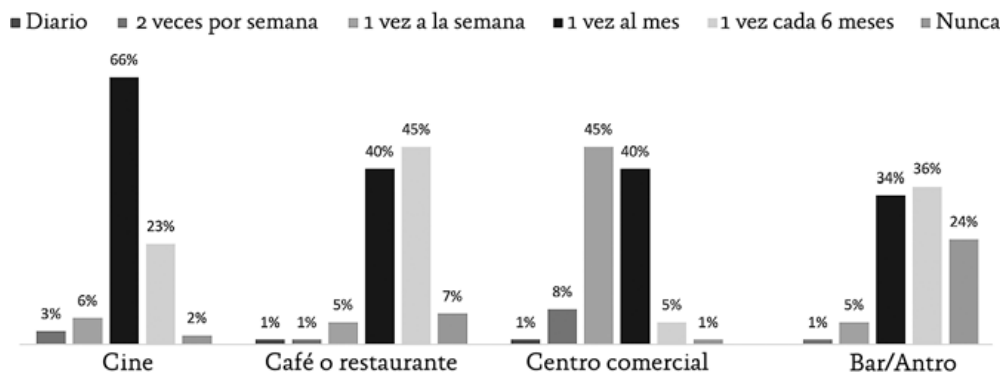
El plantel de Cuauhtémoc de la UACM se ubica en el norte de la Ciudad de México. Sus estudiantes viven principalmente en las alcaldías Gustavo A. Madero, Azcapotzalco y Cuauhtémoc y en los municipios conurbados de Tlalnepantla, Ecatepec, Nezahualcóyotl y Tultitlán, es decir, en la periferia norte de la Zona Metropolitana. La mayoría, el 82%, tiene su vivienda en colonias y barrios populares, lo cual da un perfil socioeconómico más o menos semejante; los menos viven en unidades habitacionales, pueblos urbanos y en colonias de sectores medios. Muchas de las áreas donde residen estos estudiantes tiene entornos urbanos conflictivos, con índices de marginación social medios y altos, equipamientos culturales escasos y de baja calidad, además de espacios públicos insuficientes, degradados, inseguros o inaccesibles. Sin duda, sus lugares de residencia influyen en el uso, apropiación y significación de los espacios públicos, tanto los de proximidad como los de una escala urbana mayor (zonal, municipal o metropolitano).

Habitar en localidades donde el equipamiento y las actividades culturales situadas son escasas y limitadas influye en el acceso a bienes y servicios de este tipo por parte de los estudiantes y de la población en general. La persistencia de una concentración en términos de cantidad, calidad y variedad de bienes y actividades culturales en la ciudad central y el sur poniente de la capital mexicana, los largos tiempo de traslado, los problemas de movilidad, la inseguridad pública y el costo de asistencia restringen el acceso a importantes grupos de la población que vive en las periferias o suburbios populares de la metrópoli (Garza y Hernández, 2015; Ochoa, Sandoval y Sosa, 2019; Brito

et al., 2021). Todo lo anterior impacta de alguna manera en la conformación de ciertas prácticas culturales y en la posesión de ciertos instrumentos de apropiación de bienes simbólicos; es decir, en las formas de consumir cultura y en la ampliación de su horizonte cognitivo, afectivo y valorativo, lo que favorece un mayor desempeño académico.

Resultados

Exponemos a continuación algunos resultados interesantes de la encuesta aplicada. Dos aspectos iniciales son la marcada tendencia al uso del espacio público próximo (barrial) y la recurrencia de la esfera privada como lugar de muchas actividades de ocio y cultura de estos estudiantes. Por ejemplo, las cuatro actividades de ocio relacionadas estrechamente con el uso del espacio público tienen una asistencia poco frecuente (véase la gráfica 1). El cine es el lugar al que asisten con mayor frecuencia, pero por lo regular una vez al mes. En el caso de los centros comerciales, lugares principalmente de consumo marcados por el anonimato, son a los que con más frecuencia se asiste, el 45% una vez a la semana y el 40% una vez al mes. En tanto, en lugares de reunión, convivencia y alimentación como los cafés, restaurantes, antros y bares, la presencia de los estudiantes es menor y mucho más espaciada. En estos casos, menos del 36% dijo asistir a alguno de esos lugares y la mayoría va una vez al mes o una vez en seis meses.



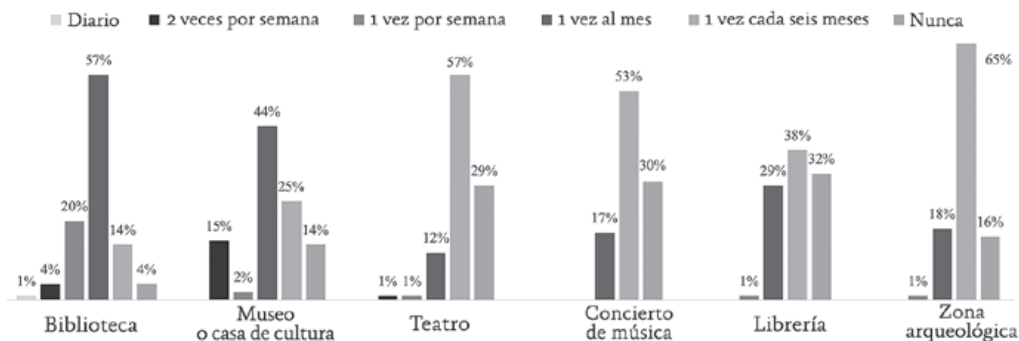
Gráfica 1. Asistencia a espacios de entretenimiento.

Fuente: Elaboración propia.

En general, en el caso de los espacios y equipamientos culturales, los resultados muestran una tendencia similar a los de entretenimiento. La asistencia a teatros, librerías, salas de conciertos, bibliotecas, zonas arqueológicas es exigua y la periodicidad de la asistencia se concentra en una vez cada mes y, en algunos casos una vez cada seis meses como la asistencia al teatro, librerías y salas de conciertos o auditorios (véase la gráfica 2). Los espacios culturales que suelen ser más frecuentados son las casas de cultura, las cuales

generalmente suelen localizarse cerca de sus lugares de residencia o de sus actividades cotidianas como la escuela o el trabajo.

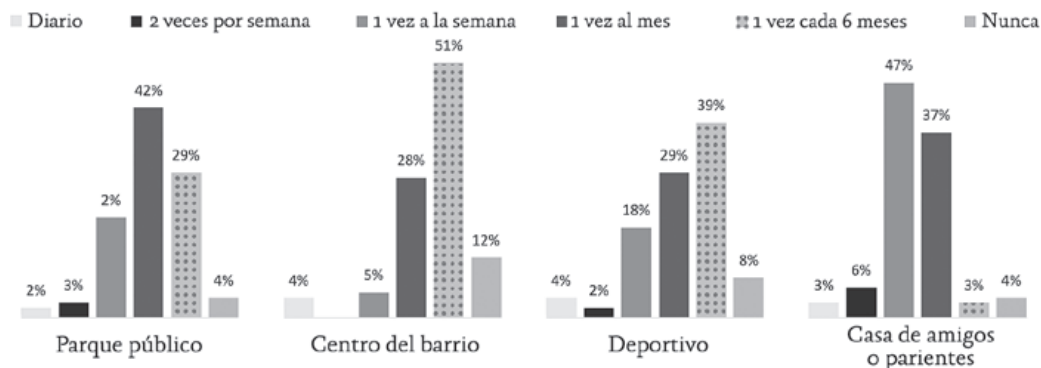
Un aspecto sobresaliente es el porcentaje de uacemitas que nunca han asistido a espacios o actividades como teatros, 29%; salas de conciertos, 30%; librerías, 32%; zonas arqueológicas, 16%; bailes populares, 52%; circos, 57%. Estos datos nos permiten tener un panorama de las dificultades que ha tenido este grupo de estudiantes para formar el capital cultural de origen y tener las condiciones para ampliar el consumo y la práctica cultural en el ámbito universitario.



Gráfica 2. Asistencia a equipamientos culturales.

Fuente: Elaboración propia.

Contrario a las tendencias expuestas anteriormente, hay un espacio que es la excepción pues tienen una cantidad mayor de asistentes y una frecuencia menos espaciada que los anteriores (de una a cuatro veces al mes): las bibliotecas. Es importante anotar que los encuestados son más afines a lugares y actividades cercanas a su lugar de residencia y de trabajo o en donde haya mayor seguridad y accesibilidad, así tenemos que ir a casa de amigos o parientes, visitar un parque, asistir a un centro comercial o ir al cine es más frecuente, de una a cuatro veces al mes, y lo realiza más de la mitad de la muestra (véase la gráfica 3).



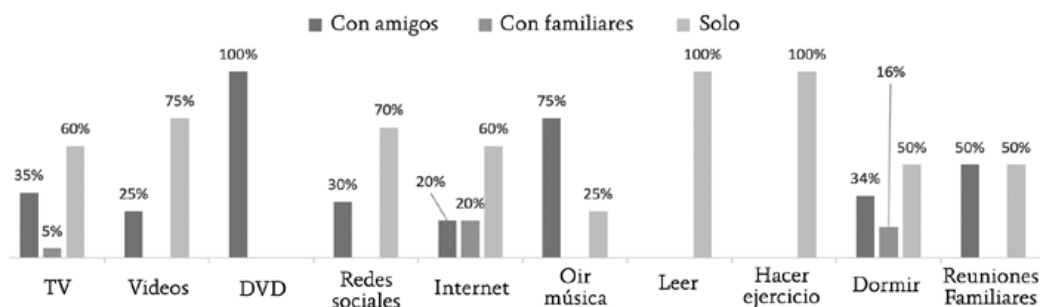
Gráfica 3. Espacios de reunión.

Fuente: Elaboración propia.

Ir al cine no es una actividad muy asidua, como se pensaría. La mayoría de los uacemitas encuestados va una vez al mes, 66%; y cerca del 29% de ellos van una vez en el semestre, tendencia alejada de otros grupos de edad, condición socioeconómica y ubicación urbana de la metrópoli. El proceso socializador que produce el espacio público, la calle y los equipamientos culturales situados, convocan la presencia de las personas con otra lógica que no está necesariamente mediada por las nuevas tecnologías, sino por experimentar otro tipo de interacción social (Borja, 2003; Rosas, 2019; Ochoa, Sandoval y Sosa, 2019).

El debilitamiento de la presencia de equipamientos culturales clásicos junto con la pérdida paulatina del espacio público tanto en las grandes ciudades como en las pequeñas localidades se puede observar con claridad en la periferia metropolitana del norte de la Ciudad de México en las que vive la mayoría de los estudiantes uacemitas de nuestra muestra. Tal problemática tiene relación con la expansión de los soportes comunicacionales, los cuales descentralizan las actividades cotidianas, segmentan el territorio e individualizan las relaciones sociales; asimismo, con la conflictividad y disputa por los lugares urbanos, la violencia e inseguridad pública crecientes, y la reestructuración y fragmentación de la ciudad bajo la lógica de intereses privados.

Ahora bien, en los tiempos de ocio, el consumo cultural se centra en el ámbito de la casa y a través de soportes tecnológicos tradicionales y de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Por una parte, ven televisión (TV) y películas en DVD; por otro lado, navegan por internet, se comunican por medio de redes sociales, oyen música y ven películas en plataformas online o, en su caso, leen, hacen ejercicio o duermen. Dichas actividades en su mayoría se hacen en la soledad, sobre todo las relacionadas con las aplicaciones de internet. Ver la TV y películas DVD suelen hacerlo con amigos, en ocasiones con familia, novia o novio, casi el 70% de los entrevistados lo realiza de esta forma. Oír música es de las actividades que hacen con amigos, 75%. Las actividades con familiares son insignificantes mientras que las actividades individuales más recurrentes son ver videos en plataformas online, leer y hacer ejercicio (véase la gráfica 4).



Gráfica 4. Actividades en casa.

Fuente: Elaboración propia.

Es significativo que las actividades culturales y de esparcimiento las realicen en casa, pero relegando a la familia y compartiendo limitadamente con los amigos. Las TIC propician condiciones para que el consumo cultural se genere por medio de la internet y de forma individualizada y personalizada. Es clara la existencia hoy en día de múltiples

pantallas, las cuales no se contraponen sino que se complementan y, paradójicamente contra lo que suele pensarse, las pantallas no aíslan a los jóvenes sino que se han convertido en soportes de su sociabilidad (Morduchowicz, 2008, pp. 63-64) y ámbitos en los que se conforma parte de su capital cultural.

Las maneras de usar y estar en el espacio público, así como la estructura urbana que los contiene y los entornos que los caracterizan, se han transformado en las décadas recientes, lo que ha repercutido en las prácticas en y la significación del espacio público por los diferentes grupos de la sociedad, entre ellos los jóvenes. Para analizar y entender las dinámicas sociales y culturales en estos espacios es necesario considerar las características del orden urbano que en el caso de la Ciudad de México está marcado por la desigualdad social. Así pues, para entender la relación de los estudiantes uacemitas con el espacio público y la oferta cultural de la ciudad se requiere considerar los espacios de vida y la calidad de los mismos, además de la localización y la accesibilidad de los espacios recreativos y culturales, ya que esas variables promueven o inhiben el consumo de determinado bien o servicio, así como van definiendo los lugares que privilegian las personas o grupos: la casa, el centro comercial, el parque público, el espacio cultural, etcétera.

El espacio público en la agenda docente universitaria

Se han expuesto de forma sintética algunas características de un grupo de estudiantes de la UACM vinculadas con su consumo cultural en el espacio público. Estas tendencias se explican en buena medida, además de las variables urbanas, por la condición social, las trayectorias escolares muchas veces desfavorables, el capital cultural previo, el sexo, la filiación académica dentro de la universidad, el lugar de residencia de los estudiantes, entre otros. Sus gustos y preferencias culturales iniciales se adquieren principalmente a través de los tradicionales medios de comunicación masiva y de la cultura popular en la cotidianidad de la casa, el barrio o la colonia, pero también de la internet y las múltiples pantallas que hoy son parte de su universo afectivo y de conocimiento. Este ejercicio es una aproximación limitada; sin embargo, se anota una arista que debe ser explorada y considerada tanto en la docencia como en las políticas culturales de la universidad.

El conocimiento y la experimentación del espacio público en sus diferentes escalas por parte de los jóvenes les puede brindar, más allá de las cuestiones utilitarias y de disfrute, capacidades de interacción social, comprensión de realidades diversas, contraste del conocimiento adquirido con los referentes concretos, cuestionar actitudes, incentivos para la creatividad, participación social y formación ciudadana. Todo ello marca el capital cultural de las y los jóvenes, lo cual puede contribuir a ampliar los horizontes cognitivos, actitudinales y valorativos.

Las instituciones de educación superior pueden considerarse agentes culturales puesto que organizan, financian y difunden actividades culturales, ya sea dentro de la formación educativa, o bien, como parte de la educación integral de sus estudiantes. En este sentido, sea o no desde el currículo educativo, pero sobre todo en la definición de las tareas que generan aprendizajes significativos en diversas disciplinas, se puede incorporar el espacio público como una dimensión explicativa de problemas y realida-

des presentes y futuras. El reto es operacionalizar el concepto e incorporarlo transversalmente a lo largo de los diferentes ciclos en los que está organizado el currículo de nuestra universidad.

Sin embargo, este planteamiento inicial tiene sus dificultades, dado que incorporar cuestiones, problemas, perspectivas sobre estos tópicos a los planes y programas de estudio de carreras universitarias, en las que se pueden abordar tales temáticas, requieren de una discusión amplia y, principalmente, salvar los procesos académico-administrativos relacionados con la actualización, reorganización o incorporaciones de nuevos contenidos. Por esta situación es preciso pensar: ¿cómo articular el espacio público como dimensión analítica u objeto de estudio en los contenidos ya existentes?, ¿cómo conectar aspectos educativos, culturales y sociales con la escala territorial del espacio público?, ¿cómo agregar las discusiones actuales como líneas de trabajo académico en las aulas universitarias? Sin duda, estas interrogantes se irán atendiendo desde la práctica misma del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Si se considera pertinente el abordaje del espacio público como eje o complemento para el análisis de temas urbanos, culturales, económicos, comunicativos, etc., se podría proponer como una de las variables explicativas en ejercicios de indagación específicos. Aún más, podría ser parte de proyectos de investigación integradores e interdisciplinarios. Ello dependerá de los modelos, métodos y técnicas que los docentes trabajen en su práctica cotidiana y los criterios didácticos que utilicen para optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje. En este sentido, el tipo de acercamiento a este tema estará vinculado con el interés teórico o práctico que la o el profesor reconozca como adecuado para los objetivos pedagógicos del curso, taller o semanario. Así, la revisión y discusión teórica, el estudio de caso o el trabajo de campo serían algunas opciones viables para el acceso y encuentro con este ámbito y objeto de estudio.

En particular, el trabajo de campo, entendido en el amplio sentido, puede proporcionar a las y los estudiantes un cúmulo de instrumentos, técnicas y prácticas para indagar de forma sistemática el espacio público, para estimular el interés y la curiosidad sobre las posibilidades vitales de este espacio, tender puentes entre mundos distantes y distintos que conviven en la esfera pública y también, por qué no decirlo, aprender a sortear los riesgos, conflictos y amenazas que perviven en estos lugares de las metrópolis mexicanas.

La pandemia de COVID-19 ha transformado hondamente la vida de nuestras sociedades. Cercado por esta calamidad, el espacio público urbano se deshabitó y trasmutó en un lugar incierto, peligroso y hasta mortífero. Las ofertas culturales situadas fueron inaccesibles y lo que predominó fue un vasto conjunto de ofertas culturales a través de internet, de todo tipo y de una diversidad incontable de territorios. En una situación de reclusión generalizada, lo digital se convirtió en el espacio fundamental para atender una multiplicidad de actividades y satisfacer necesidades básicas de individuos y familias. Conforme la “normalidad” retorna, el espacio vacío se ocupa de forma paulatina, no necesariamente en los términos ideales. Todo ello debe ser identificado y reflexionado por los docentes para replantearse sus prácticas e incorporar innovaciones didácticas en sus maneras de acercar a los estudiantes con sus realidades y las de otras latitudes; utilizando continua y críticamente el capital cultural de origen acumulado y el formado al calor de la vida universitaria.

Reflexiones finales

Valga la presentación de estos resultados de investigación y las anotaciones que le acompañan para considerar la necesidad de conocer más sobre la relación entre estudiantes de la UACM (y de otras universidades) y el espacio público urbano en sus diferentes usos, localizaciones y escalas. Conocer no sólo para tener información general de quiénes son nuestras y nuestros estudiantes y cuáles son sus prácticas culturales, sino para comprender los contextos socioculturales en los que se desenvuelven y las implicaciones en su capital cultural, el cual está vinculado con sus procesos de enseñanza-aprendizaje y su formación educativa integral.

La temática, sin duda, requiere un trabajo de investigación sistemático, de largo aliento y con una perspectiva interdisciplinaria, aunado a la reflexión y análisis de docentes, instancias académicas, entidades universitarias responsables de las áreas de difusión y extensión universitaria, así como de responsables de políticas culturales a nivel local y estatal. No se debería perder de vista la estrecha interrelación entre educación y desarrollo cultural de comunidades universitarias y ciudadanía en general.

Los avances en el tiempo traen consigo cambios sociales y comunicacionales. La convergencia e interacción de plataformas de internet, redes sociales y medios tradicionales aparecen como parte de un tejido articulado, fortalecido en pandemia, que da pie a la reorganización que no desaparición de los modos, medios y espacios de consumo cultural presencial. Si bien el mundo digital en la vida de los jóvenes tiende a dominar la escena, es indispensable reflexionar acerca de que, en este período postpandemia, el espacio público sigue siendo un lugar preminente de la ciudad, el cual contribuye, entre muchos otros aspectos, a configurar estrategias para la adquisición de dispositivos, conocimientos, recursos y condiciones que amplíen el capital cultural de los jóvenes. Es momento de repensar este y otros muchos temas. La propuesta está echada al aire.



Referencias

Alguacil, J. (2008). Espacio público y espacio político. La ciudad como el lugar para las estrategias de participación. *Polis* 7(20), 199-223.

Borja, J. (1998). Ciudadanía y espacio público en Revista *CLAD, Reforma y Democracia*. 12, octubre, 25-44.

Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Alianza Editorial.

Bourdieu, P. (2002). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.

Brito, M., et al. (2021). *Índice de Desigualdad Urbana. Documento de Trabajo*. World Resources Institute. <https://wrimexico.org/publication/indice-de-desigualdad-urbana>

García Canclini, N. (1993). El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En García Canclini, N. (coord.): *El consumo cultural en México* (pp. 15-42). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Garza, G. y Hernández, A. (2015). Equipamiento cultural de la Ciudad de México en el contexto nacional. En Garza, G. *Valor de los medios de consumo colectivo en la Ciudad de México* (pp. 327-402). El Colegio de México.

Hinojosa L. (2012). Consumo y prácticas culturales de la comunidad universitaria de una universidad mexicana. En *III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació*. http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/58.pdf

Molina, A., et al. (2012). *Usos del tiempo y el consumo cultural de los estudiantes universitarios*. ANUIES.

Morduchowicz R. (coord.) (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Gedisa.

Ochoa, C., Sandoval D. y Sosa, C. (2019). El cine mexicano, sus públicos y la exhibición situada en la Ciudad de México. Un estudio de caso. En Rosas, A. (coord.). *Butacas, plataformas y asfalto. Nuevas miradas al cine mexicano* (pp. 183-250). PROCINE-CDMX.

Rosas, A. (coord.) (2019). *Butacas, plataformas y asfalto. Nuevas miradas al cine mexicano*. PROCINE-CDMX.

UACM (2019). *Perfil del Estudiante de Nuevo Ingreso. Informe. Generación 2018-II*. Coordinación de Servicios Estudiantiles, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Urrieta, S. (coord.) (2021). *Espacios públicos polivalentes para el mejoramiento urbano*. Ediciones Navarra.

