

Índice

INTRODUCCIÓN: LOS HEREDEROS DE LOS CONQUISTADORES	11
I. JÓVENES Y MOVILIDAD SOCIAL: DISCUSIONES Y RUTAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS	25
1. Clases, movilidad social y desigualdad	25
2. Los jóvenes: de la moratoria social a las culturas juveniles ...	34
3. Aproximación metodológica	39
II. CONDICIONES Y PERCEPCIONES: HOGARES, FAMILIAS Y BARRIOS DE LOS JÓVENES	55
1. Condiciones del hogar	56
2. Migración y trayectoria familiar	75
III. TRAYECTORIAS EDUCATIVAS: RUTAS, BARRERAS, ATASCOS Y DESVÍOS	89
1. Trayectorias escolares	90
2. El valor otorgado a la educación	102
3. El anhelo de seguir estudios superiores	109
4. “No quiero estudiar”	115
5. Contrastando trayectorias educativas entre generaciones	127
IV. TRAYECTORIAS LABORALES: DIVERSAS, BREVES, INESTABLES, FLEXIBLES Y PRECARIAS	131
1. Experiencias y trayectorias laborales	132
2. Percepciones y aspiraciones con relación al empleo	149

3.	Valoración del trabajo.....	159
4.	La falta de tiempo y el aburrimiento	169
5.	Contrastando trayectorias laborales entre generaciones	174
V.	“USAMOS SOLO ZAPATILLAS DE MARCA”: LA CULTURA DEL CONSUMO Y LOS DISPOSITIVOS PARA LLEVAR PUESTOS	179
1.	El consumo de objetos: moda y tecnología para el estilo de vida.....	181
2.	El tiempo libre (para consumir más)	206
3.	“Entro con mi hijo a Youtube”: comparación intergeneracional.....	228
4.	“Nos ven así, de pies a cabeza”: los límites del consumo y el retorno de la raza.....	238
VI.	LA NEOCULTURA POLÍTICA: ESTADO PARA LOS POBRES, EMPRENDIMIENTO PARA LOS DEMÁS.....	245
1.	La política desde la televisión: las noticias como entretenimiento	246
2.	Vivir la experiencia: participación en las elecciones presidenciales 2011	265
3.	Cultura política: “En el Perú el gobierno no influye mucho, cada persona se hace sola”	287
	¿LOS GANADORES DE LA GENERACIÓN?: A MODO DE CONCLUSIÓN	297
	BIBLIOGRAFÍA.....	321
	ANEXOS	
	Anexo 1: Instrumentos de recojo de información.....	335
	Anexo 2: Análisis de la encuesta de movilidad social (EMS).....	361
	Anexo 3: Información complementaria de los casos	389