



# **BUAP**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Los estereotipos mostrados en la red social Facebook y su influencia en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan del municipio de Cuetzalan y cómo influyen en su cultura.**

**Tesis para obtener el título de**

**Licenciado en  
Comunicación**

**PRESENTA**

**Ángel López Márquez**

**DIRECTOR (es) DE TESIS**

**Mtro. Alejandro George Cruz**

**H. Puebla de Z. Mayo 2024**

Quiero expresar mi agradecimiento:

Un reconocimiento especial al Mtro. Alejandro George Cruz, mi asesor durante todo este proceso. Su compromiso, orientación y confianza fueron fundamentales para superar los desafíos que se presentaron y completar este proyecto. Más allá de su papel académico, le adjudico un valor invaluable que ha aportado a mi crecimiento personal y profesional.

De igual forma agradezco a la Dra. Isuki Sarahi Castelli Olvera, mi docente en Seminario de Investigación Especializada I y II. Su orientación y apoyo fueron esenciales para transformar este proyecto en una realidad palpable.

A mi familia y amigos por estar en cada etapa de este proceso, su respaldo ha sido un pilar fundamental que me ha impulsado a no rendirme.

A mi madre y hermana, su confianza, comprensión y paciencia han sido el reflejo de un amor infinito.

A todos ustedes, mi profundo agradecimiento.

## **Resumen**

La presente tesis examina el impacto de las redes sociales, especialmente Facebook, en los adolescentes pertenecientes a comunidades indígenas, centrándose en la comunidad de Tepetzalan de Hidalgo, en el municipio de Cuetzalan del Progreso, Puebla. Se investiga el papel de la red social Facebook en la formación de la identidad de estos adolescentes, así como la generación de estereotipos de comportamiento y la forma en que influye en la cultura nativa del lugar la cultura nahua.

El estudio parte en el contexto del acelerado desarrollo de los medios de comunicación masiva en los últimos años y la adopción de estas nuevas tecnologías, que han transformado la forma en que nos comunicamos y consumimos información. Se examina como esta transformación afecta la vida cotidiana de los adolescentes indígenas, en especial la forma en que influyen en sus interacciones sociales, percepciones de sí mismo y la conexión con su herencia cultural.

Mediante la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, se recopiló información sobre el uso de esta red social, los comportamientos en línea, las interpretaciones y percepciones de la identidad cultural de los adolescentes. Los hallazgos revelan una relación compleja entre la red social Facebook y su identidad, destacando puntos como aprendizaje, exposición, normas de comportamiento, autoimagen y percepción.

Esta investigación arroja la luz sobre la interacción entre el impacto de las redes sociales y la identidad cultural en comunidades indígenas, se espera que los resultados de esta investigación contribuyan a una comprensión más profunda de como los medios digitales afectan a la juventud indígena y sirvan como una base para futuros estudios.

Palabras clave: cultura, identidad, aprendizaje, comportamiento, presión, interacción, influencia, estereotipos.

## Índice

### Introducción

### Capítulo I Planteamiento del problema

#### 1.1 Marco contextual

##### 1.1.1 Demografía de Cuetzalan del Progreso

##### 1.1.2 Cultura de Cuetzalan del progreso y sus alrededores

##### 1.1.3 Tradiciones y costumbres

#### 1.2 Planteamiento

#### 1.3 Pregunta general

##### 1.3.1 Preguntas específicas

#### 1.4 Objetivo general

##### 1.4.1 Objetivos específicos

#### 1.5 hipótesis

#### 1.6 justificación

### Capítulo II Marco teórico

#### 2.1 Concepto de cultura

#### 2.2 Identidad cultural

#### 2.3 Estereotipos, comportamiento y aprendizaje social

#### 2.4 Medios de comunicación y redes

### Capítulo III Marco metodológico

#### 3.1 El enfoque

#### 3.2 Técnicas e instrumentos

### Capítulo IV Análisis de la información

#### 4.1 Resultados de la prueba piloto

#### 4.2 Resultados de la fase cuantitativa de investigación

#### 4.3 Resultados de la fase cualitativa de investigación

### Capítulo V Conclusiones

### Referencias

### Anexos

## **Introducción**

Desde de antes de empezar mis estudios en la carrera de comunicación, el tema de como los medios masivos como Facebook y la forma en cómo afectan a los adolescentes pertenecientes a comunidades indígenas ha sido una inquietud constante para mí.

Como nativo del municipio de Cuetzalan del Progreso, Puebla, situado en la Sierra Norte de Puebla, he podido observar de cerca cómo la influencia de las redes sociales, particularmente Facebook, moldea las percepciones y los comportamientos de los adolescentes de comunidades indígenas como la de Tepetzalan.

Esta interrogante me ha motivado a profundizar el papel de los medios digitales como Facebook en la vida de los adolescentes indígenas, con lo que decidí emprender esta investigación. A lo largo de los años, he sido testigo de la creciente presencia de Facebook entre los adolescentes de Tepetzalan, así como de los posibles efectos que esto podría tener en la forma en que se perciben a sí mismos y a su identidad cultural.

Este trabajo no solo representa el fruto de mi interés académico, sino también una oportunidad para explorar un tema que considero crucial para el bienestar y la preservación de la identidad de las comunidades indígenas en el contexto digital actual. Al adentrarme en este proyecto, me propuse no solo identificar los estereotipos de comportamiento presentes en Facebook entre los adolescentes de Tepetzalan, sino también comprender las razones subyacentes detrás de estos fenómenos y sus posibles implicaciones para la comunidad.

A través de un enfoque interdisciplinario que combina la comunicación y los estudios culturales, espero contribuir al conocimiento existente sobre la relación entre los medios digitales y la identidad indígena. Esta investigación representa un esfuerzo continuo en mi trayectoria académica y personal, y confío en que arrojará luz sobre un tema de gran relevancia tanto para mi comunidad como para el campo de estudio de la comunicación.

## **Capítulo I Planteamiento del problema**

### 1.1 Marco contextual

La comunidad de Tepetzalan de Hidalgo, se encuentra a unos cuarenta o cincuenta minutos del centro de Cuetzalan del progreso. Esta comunidad se encuentra entre las diez más pequeñas en población y tamaño de las comunidades aledañas al municipio. Los pueblos que pertenecen al municipio de Cuetzalan comparten muchas tradiciones culturales en común como lo son las celebraciones de día de muertos, semana santa, posadas de diciembre etc.

La comunidad de Tepetzalan de Hidalgo, a pesar de ser una comunidad pequeña se encuentra dividida en tres secciones, es decir, se encuentra Tepetzalan Tamaniz, Tepetzalan Zoquita y Tepetzalan de Hidalgo. Las dos últimas tienen sus fiestas patronales, la primera en 15 de mayo y la segunda en 22 de noviembre. La primera no cuenta con una fiesta patronal porque no tiene capilla.

El simple hecho que la comunidad se encuentra dividida en tres secciones no significa que no compartan tradiciones culturales, es decir la lengua indígena náhuatl es la que más se sigue hablando entre personas ya adultas, hasta hace no mucho era la lengua materna de varios niños que decían sus primeras palabras en esa lengua. La religión es algo muy importante para esta comunidad, son gente muy creyente y tratándose de ello existe mucho apoyo entre ellos para celebrar los santos patronos.

La comunidad también cuenta con varias cascadas y pozos donde pueden ir nadar, en temporadas de calor es muy común ver a la gente del pueblo pasando momentos divertidos en esos lugares. El acceso a esos sitios es complicado por ello muy pocos turistas llegan hasta ese punto, pero los pocos que si lo hacen disfrutan mucho su estadía.

La gente del lugar es muy amigable y desconfiada a la vez con las personas que no pertenecen al pueblo, conociendo el porqué de su visita son muy cálidos en ese aspecto. Suelen ser más pretenciosos con las mismas personas de la comunidad, por indiferencias o rumores que puede haber, pero son cosas que se arreglan. Son personas muy unidas cuando la situación lo amerita son muy organizados para poder dar solución a los problemas que puedan surgir.

Este pueblo magico se encuentra ubicado en la Sierra Norte de Puebla, a poco mas de 1,000 metros de altitud, por lo que cuenta con un clima cálido húmedo.

Aproximadamente son 175 kilómetros que lo separan de Puebla centro, en el recorrido se pueden disfrutar de hermosos paisajes hacienda que el camino sea muy placentero. Los atractivos con los que cuenta este lugar es su excelente ubicacion geográfica, debido a que se encuentra entre grandes y profundas barrancas siempre muy verdes, por las que corren ríos como el Apulco, Cuichiat, las cuales conectan con varios ríos pertenecientes al pueblo veracruzano. Los habitantes se dedican principalmente a la agricultura como la siembra de maíz, cosecha de café, lima, mandarina, pimienta ademas de producir uno de los cafés más aromáticos y reconocidos del país. Su arquitectura, paisajes, calles empedradas, la gente hacen que cada rincón de este municipio sea único e invita a recorrerlas y a descubrir su entorno.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020), la población total de Cuetzalan del Progreso en 2020 fue de 49,864 habitantes, con un 51.6% de mujeres y un 48.4% de hombres.

### 1.1.2 Cultura de Cuetzalan del progreso

El nombre de este sitio está formado por las raíces náhuatl "quetzalli" que tiene muchos significados como "hermosa pluma" o "cola de plumas brillantes"; "lan" significa "junto", "cerca", juntando ambos significados se le conoce como "Junto a las aves hermosas llamadas quetzal" u otras personas le dicen "Lugar de Quetzales".

De acuerdo a los relatos e historias de los tatas, personas ya de edad que conocen un poco más acerca del municipio de Cuetzalan, cuentan que sus abuelos les decían acerca de la existencia de estas bellas aves, inclusive se dice que hace muchos años en donde se encuentra hoy en día el quiosco de Cuetzalan hubo una ceiba enorme en donde estas hermosas aves vivían, debido a la caída de este árbol muchas de estas aves se fueron y los pocos que se quedaron por la zona fueron atrapadas por las hermosas plumas que tenían. También se relata que, en este pueblo mágico, se le hacía tributo al imperio tenochca que consistía en plumas de quetzal, pero todo esto son historias que pueden o no ser ciertas pero que ya forma parte de la historia cultural de este lugar.

En este hermoso pueblo magico, se habla la lengua náhuatl y español. Ambas son importantes, pero es la lengua indígena quien presenta una fuerte influencia al interior de las comunidades indígenas, es decir es la que más utilizan en el proceso comunicativo esto se debe a que es la lengua nativa del municipio cuando los totonacos y nahuas convivían previo a la conquista, caso contrario del español que no deja de ser importante pero que la mayoría lo ve como una lengua o idioma oficial del país y que funge como un vínculo interétnico con la población que no sabe hablar la lengua nativa. .

Como bien lo comente antes la lengua nativa de este lugar es el náhuatl ya que la cultura nahua fue la que predominó más en los años. Aunque no hay que dejar de lado lo que la cultura totonaca dejó y fue la pirámide de Yohualichan que significa

“Yohua” noche “Lichan” la casa, “La casa de la noche” la cual fue antiguo centro ceremonial construido durante el periodo clásico (200 – 900 años d. c.).

Según los relatos de antaño la pirámide de Yohualichan se encuentra en dirección del Tajín, se supone que al momento de hacer rituales se sincronizaban y los realizaban al mismo tiempo, esa era una forma de comunicarse entre ellos en esas épocas. La vestimenta típica de este sitio es única, las mujeres visten “la nahua” falda de enredo, el “Tencuahupil” una especie de faja que va en medio de la cintura por lo regular es de color rojo, la blusa que cuenta con bordados coloridos a la altura de los hombros y pecho para culminar con el huipil, estas dos últimas son bordados a mano lo que las convierte en prendas muy caras. Por su parte el hombre viste calzón de manta, camisa por lo normal de manga corta, con sombrero y huaraches, vestimenta sencilla pero muy representativa.

### 1.1.3 Tradiciones y costumbres

El municipio de Cuetzalan es un lugar con muchas tradiciones y costumbres, la danza de los Quetzales y la danza de los Voladores destacan muchísimo, siendo un atractivo por parte de los visitantes.

Dentro del municipio y sus alrededores existen varias festividades muy famosas y memorables ya que en estas se representan y son muy notorias todas las tradiciones que cuenta este lugar y del impacto mediático que genera al ser visitado por muchas personas provenientes de otros estados e incluso de otros países. Las siguientes fiestas que se mencionaran son una tradición que llevan años y por ende son un atractivo para los turistas:

5 – 18 de julio: Fiesta patronal de Yohualichan

35 - 27 de julio: Fiesta patronal de Santiago Yancuitlalpan

27 – 30 de septiembre: Fiesta patronal de San Miguel Tzinacapan

1 – 8 de octubre: Fiesta patronal de Cuetzalan del Progreso, Feria del Café y Feria del Huipil.

Las fiestas antes mencionadas son las más emblemáticas del lugar, las tradiciones como Semana Santa o Día de Muertos se celebran en todo el país por eso no mencioné esas fechas.

Conociendo un poco acerca del contexto cultural de este municipio y de sus pueblos aledaños se puede entender con más claridad el motivo de la presente investigación así de los conceptos que se estarán manejando, como la cultura, identidad cultural entre otras y del como estos factores han ayudado a la difusión y preservación de estas tradiciones culturales.

## 1.2 Planteamiento

El acelerado desarrollo de los medios de comunicación masiva (redes sociales, Tv, internet, etc.) en las últimas décadas y la adopción de las nuevas tecnologías, sin duda alguna, marcan una pauta sobre la oferta y el consumo de los medios de comunicación masiva en nuestra sociedad actual. Se debe señalar que redes sociales como Facebook, poco a poco han ocupado un papel relevante en la construcción y reproducción de las actuales sociedades, así como la formación de identidades de sus miembros. Hoy en día esta problemática despierta el interés investigativo, a las ciencias sociales en general y en especial a la comunicación social. En las comunidades indígenas como Tepetzalan perteneciente al municipio de Cuetzalan del Progreso, Puebla, la recepción y el consumo de estas nuevas tecnologías las cuales involucran todos estos nuevos medios de comunicación se pueden observar en espacios donde comúnmente se produce y formaliza el sentido del orden social. Siendo de esta manera la comunicación va más allá de la cultura, sino también en la construcción de una identidad social y la reproducción de esta.

A pesar de haber diversos estudios sobre los distintos medios de comunicación y los efectos que estos generan en los jóvenes hay un gran problema con esto ya que estos estudios se centran en gran parte en zonas urbanizadas y o se toman tanto en cuenta las zonas rurales lo que genera que haya escasa información sobre cómo es el impacto de las redes sociales en los jóvenes de comunidades indígenas y la forma en que este influye en su cultura, en la formación de su identidad y en su

comportamiento son cuestiones que se deben tomar muy en cuenta y se le puede sacar mucho provecho al estudiar este fenómeno más a fondo en comunidades indígenas.

Se deben considerar a los jóvenes el gran impacto que la red social Facebook hacen en su vida y más cuando se trata en comunidades indígenas ya que no es solo una herramienta como medio aprendizaje sino también como entretenimiento estas compiten con las familias, los amigos, la escuela y la identidad cultural que tienen en su capacidad para moldear los intereses personales, actitudes y valores de los niños y jóvenes. La globalización en general ha causado grandes cambios en la vida moderna claramente esta nueva era vino a mejorar y facilitar varias cosas en la vida de las personas, en definitiva, tarde o temprano esto también iba a llegar a las comunidades indígenas, las cuales han mostrado que los medios de comunicación masiva han estado presentes en sus vidas de forma directa o indirectamente. Gran parte por no decir la mayoría de los jóvenes ven televisión, películas, series, tienen acceso a dispositivos móviles, utilizan el Internet, intercambian usuarios en redes sociales, escuchan música en plataformas de streaming estas, se dirigen hacia ellos específicamente con música, anuncios, artículos, revistas, videos, para todo el público en general. Hay cosas positivas las nuevas tecnologías pueden ser muy divertidas, emocionantes y siempre es bueno conocer más sobre estas nuevas tecnologías. Utilizarlas de forma adecuada también pueden educar, los buenos programas pueden informar de manera correcta, las buenas películas pueden ampliar intereses personales de los jóvenes abriendo así nuevos horizontes.

Dejando de lado las ventajas de estas nuevas tecnologías hay que tomar en cuenta una de las problemáticas, la cual recae en que los jóvenes muy difícilmente saben cómo distinguir entre lo que es bueno en los medios de comunicación en este caso Facebook y lo que es dañino para su consumo. En algunos casos se pasan largas horas frente a la computadora o dispositivo móvil conectados a sus audífonos, consumiendo de forma pasiva de todo lo que observan y escuchan maldiciones,

violencia, personajes, estereotipos e historias totalmente alejadas de su realidad la cual influye directamente en el comportamiento. Aunque en esta comunidad indígena no se da a gran escala porque no todos tienen acceso claro que están inmersos ya que varios estudian, donde conviven con otros niños y jóvenes donde tienen la facilidad de acceder a distintos dispositivos, aunque sea por un corto tiempo. Todos estos cambios afectan en su comportamiento generando estereotipos la cual afecta directamente en la formación de su identidad cultural ante la sociedad.

Como es bien sabido la identidad cultural no solo se reduce a la autodescripción individual, también se da en diversos contextos políticos, culturales, históricos, por lo normal las comunidades indígenas mediante sus tradiciones, lengua, interacciones sociales, costumbres y prácticas culturales que se tengan crean pequeños grupos sociales las cuales hacen que se distingan de los otros asentamientos semejantes a ellos. Claramente en un mundo de constante cambios esto también se ve afectado por la globalización el sentido de pertenencia puede ser replanteado por las distintas maneras de concebir lo que se observa en los medios de comunicación. Comprender la cultura y lo que significa para los jóvenes de esta comunidad es sumamente importante de esta forma una teoría a utilizar será La Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura esta teoría está enfocada en niños y jóvenes la cual será de gran utilidad a grandes rasgos esta teoría hace énfasis en que el aprendizaje en entornos sociales o en este caso por medios de comunicación se da por medio de la observación y de la imitación del comportamiento que vieron.

Ademas fortalece la idea de los niños y jóvenes se ve afectado por la influencia de otros no solo de lo observado. Se basa en tres conceptos clave: el primero que las personas pueden aprender a través de la observación, segundo que el estado mental afecta el proceso de aprendizaje y tercera que sólo porque se aprendió algo no significa que esto resulte en un cambio en el comportamiento de la persona.

### 1.3 Pregunta general

¿Cómo influyen los estereotipos mostrados en la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan?

#### 1.3.1 Preguntas específicas

¿Cómo afecta en la formación de la identidad cultural de los jóvenes por el contenido que visualizan en la red social Facebook?

¿Cómo vinculan la red social Facebook como un medio aprendizaje?

### 1.4 Objetivo general

Dimensionar el consumo excesivo de la red social Facebook y la forma en que influye en el comportamiento de los jóvenes esto debido a que están en una etapa de crecimiento es común que quieran buscar su propia identidad y en esta plataforma pueden ser influidas ya sea para bien o para mal. No está por demás destacar la importancia que tiene la cultura nahua en la comunidad de Tepetzalan y como era de esperarse está sufriendo las consecuencias de toda esta nueva era digital con esto se busca identificar si esta era digital ha beneficiado o perjudicado en la ideología y comportamiento de los adolescentes de esta comunidad indígena la cual pertenece a un municipio que es considerado como un pueblo mágico. Es decir, se busca dar respuesta al papel que desempeña los medios de comunicación en este caso enfocándose en Facebook la cual está a disposición de los jóvenes cuetzaltecas para así identificar como es que estas persuaden en su comportamiento en su etapa de crecimiento.

#### 1.4.1 Objetivos específicos

- Dimensionar la importancia de la cultura nahua en los pueblos pertenecientes al pueblo mágico de Cuetzalan del progreso.
- Analizar a la red social Facebook como generador de estereotipos de comportamiento en los jóvenes.

- Demostrar si la cultura nahua se ve afectada en consecuencia a los estereotipos de comportamiento que causa Facebook en los jóvenes pertenecientes a la comunidad de Tepetzalan.

### 1.5 Hipótesis

La principal influencia se puede manifestar en el comportamiento de los jóvenes es en la formación de su identidad cultural, cuestiones como su forma de hablar, de vestir y forma de comportarse en ciertos lugares esto debido a que lo observado en la red social Facebook lo relacionan en su vida diaria mediante las representaciones sociales.

### 1.6 Justificación

La presente investigación se enfocará especialmente en estudiar los estereotipos de comportamiento derivados por la recepción de contenido visualizado en la plataforma Facebook e identificar como repercuten en los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan perteneciente al municipio de Cuetzalan del progreso Puebla. Es un tema relevante debido a los tantos cambios que hay en la actualidad hablando acerca de los medios de comunicación masiva en general, saber cómo es que los pueblos indígenas llevan a cabo este proceso siempre es útil tener conocimiento acerca de ello.

Se considera con una proyección social grande ya que hace referencia a un municipio catalogado como pueblo mágico, entender un poco su cultura y los cambios que está teniendo es muy importante, el objetivo es dimensionar la importancia que tiene la cultura nahua en este lugar, las comunidades indígenas son la base de este municipio son ellos los que le dan sentido a todo. En este caso centrándonos en esta comunidad de Tepetzalan es importante manifestar como es que los jóvenes perciben la red social Facebook, considerado uno de los medios de comunicación masiva más influyentes actualmente y la manera que tienen de pensar o actuar después de estar inmersos gran parte de toda su vida con la tecnología, es decir esta nueva generación de jóvenes cuetzaltecas pertenecientes

a esta comunidad prácticamente han convivido con un medio de comunicación toda su vida como lo es la televisión, radio como los medios más comunes o lo que está muy de moda ahora los dispositivos móviles como celulares, tabletas, computadoras.

En esta investigación también se hará mención como esta nueva era ha influido en la ideología cultural de los adolescentes, además de la necesidad que tienen por encajar a esta nueva era sin temer a ser rechazados por su origen étnico, además en un futuro esta investigación podría sentar bases para futuras investigación donde hablen acerca de las culturas indígenas que suelen ser desapercibidas. Dejando de lado la relevancia de esta investigación y del cómo podrá ayudar en un futuro otra razón para realizar esta investigación es que su servidor es originario de ese municipio y siempre ha habido esa curiosidad de entender como estos nuevos medios de comunicación influyen en el comportamiento de los adolescentes y más ahora que está cobrando más fuerza, de esta manera se explicara como estos cambios afectan para bien y para mal a las nuevas generaciones.

## **Capítulo II Marco Teórico**

Se construyó a partir de las siguientes cuatro fases, la primera fase será más enfocado al estudio de la concepción de cultura, la segunda fase constará sobre los principales estudios sobre la identidad cultural y el sentido de pertenencia a la cultura, la tercera fase en el estudio del estereotipo, comportamiento y el aprendizaje social y la cuarta fase sobre los estudios de medios de comunicación y redes.

### 2.1 Concepto de cultura

La noción de cultura tiene diversas interpretaciones y apenas se alcanza un acuerdo mínimo respecto a su comprensión. Comprender el concepto de cultura resulta crucial, dado que las sociedades, especialmente los grupos que las componen

encarnan una cultura particular que abarca su manera de ser, de pensar y de actuar, elementos que los distinguen de otros.

“La cultura es como la huella dactilar: no hay dos grupos humanos que tengan la misma cultura” (Millán:1994).

Con la anterior afirmación los simbolismos, costumbres, normas, valores y leguajes se van a modificar de acuerdo con el grupo que pertenezcan, es decir cada grupo culturas posee su propia identidad cultural.

En los años setenta, Umberto Eco presentó tres hipótesis sobre la cultura, la significación y la comunicación dentro del marco de la delimitación de los límites naturales de la investigación semiótica. Estas hipótesis contribuyeron a definir lo que Eco denominó el "umbral superior" y el "umbral inferior", marcando los límites más allá de los cuales un fenómeno ya no se considera semiótico o como una responsabilidad de la semiótica. Eco argumentó que la cultura en su gran totalidad es un fenómeno de significación y comunicación. Como consecuencia, la humanidad y la sociedad solo existen cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación. Desde esta perspectiva, la semiótica abarca todo el ámbito cultural, lo que implica que el conjunto de la vida social puede interpretarse como un proceso como un sistema de sistemas semióticos o un proceso de sistemas semióticos. De esta manera, Eco plantea las siguientes ideas acerca de sus tres hipótesis:

“a) La cultura por entero debe estudiarse como fenómeno semiótico; b) todos los aspectos de la cultura pueden estudiarse como contenidos de una actividad semiótica y c) la cultura es sólo comunicación y la cultura no es otra cosa que un sistema de significaciones estructuradas” (Eco, 2000:44).

En este caso la cultura de las comunidades pertenecientes a Cuetzalan la más representativa es la de la lengua nativa y sus tradiciones más que nada en las fiestas más emblemáticas de este lugar.

Según Eco, la cultura divide todo el campo de la experiencia humana en sistemas de rasgos pertinentes. Así, “las unidades culturales, en su calidad de unidades semánticas, no son sólo objetos, sino también medios de significación y, en ese sentido, están rodeadas por una teoría general de la significación” (Eco, 1973, p. 100). Con esto da a entender que una cultura tiene una significación mediante la identidad cultural, en este caso los niños y jóvenes de esta comunidad indígena son los que le deben dar una significación a su cultura mediante sus creencias adoptadas con el simple hecho de vivir en esta comunidad. La interacción entre cultura y comunicación implica actuar como mediadores entre un estímulo, que es la información y su significado. Este proceso implica semiotización en el mundo fenoménico, es decir, transformar estímulos y señales en signos fáciles de reconocer. Este dinamismo convierte a la cultura en un elemento moldeable, susceptible de cambio, tal cual como ocurre en la actualidad. La comunicación, por su parte, se convierte en un proceso de semiotización del mundo fenoménico, mientras que la significación se describe como la característica distintiva de todo proceso semiótico que experimenta una persona.

Para los objetivos de la siguiente investigación resulta de gran utilidad los planteamientos que hace John B. Thompson (1998), en su libro *Ideología y Cultura Moderna*, en esta obra desarrolla el concepto de cultura en cuatro grandes nociones: clásica, antropológica, simbólica y estructural.

#### Concepción clásica

“La concepción clásica “es un proceso de desarrollo intelectual o espiritual, proceso que difería en ciertos aspectos de la civilización” (Thompson 1998:184)

La cultura tiene de la palabra latina cultura, su uso se extendió en las lenguas europeas y significaba el cultivo o cuidado de algo, aún hoy este sentido sigue vivo en palabras como agricultura. A partir del siglo XVI el significado se trasladó del cultivo de las cosechas al cultivo de “las facultades humanas” (Thompson 1998:186). Para el siglo XVIII y principios del siglo XIX su significado comenzó a ser relacionado con el término civilización, el cual se usaba para describir un proceso de desarrollo humano, de cultivarse o civilizarse. En toda Europa el término de cultura el uso no fue el mismo, mientras que para el inglés y francés cultura y civilización se encontraban cercanos, para el alemán Zivilisation adquirió un carácter negativo relacionado la cortesía y los modales de las cortes francesas; Kulture por su parte adquirió una connotación positiva usada para “referirse a los productos intelectuales, artísticos y espirituales en donde se expresaba la creatividad de la gente” (Thompson 1998:186). A manera de síntesis, la concepción clásica de la cultura puede entenderse como:

“el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna [...] Esta concepción privilegia ciertas obras y ciertos valores sobre otros; considera tales obras y valores como los medios por los cuales pueden cultivarse los individuos, es decir, ennoblecerse en mente y espíritu” (Thompson 1998:189)

La concepción antropológica descriptiva

“Conjunto diverso de valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos y prácticas característicos de una sociedad particular o de un período histórico” (Thompson 1998:184)

Las culturas a menudo se asocian con civilizaciones, y se refieren en plural a aquellos grupos de humanos fuera de Europa, y aunque el argumento de Thompson (1998) sugiere que las jerarquías culturales se debilitaron, no se dejó de lado, sino

que se usó para apoyar una visión evolutiva de la sociedad, donde las culturas son jerárquicas en función de su desarrollo tecnológico. En este sentido, comprende los conocimientos, creencias, artes, moral, leyes, costumbres y hábitos adquiridos por los seres humanos como miembros de una sociedad que forma un todo complejo distinto de otras sociedades. Los conceptos antropológicos descriptivos comenzaron a perder vigencia a finales del siglo XIX y mediados del XX, donde la corriente predominante fue el funcionalismo, que pretendía identificar las necesidades que la cultura englobaba en la sociedad y compararlas con las formas en que otras sociedades lo hacían.

De este modo Thompson lo planteo como: “la cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o esa sociedad” ((Thompson 1998:194).

### Concepción simbólica

El concepto semiótico de cultura es una de las posiciones más reflexivas y críticas de la antropología, indagando sobre las capas de significado que las personas crean, usan y reproducen para dar sentido a la vida cotidiana. Esta postura es parte de lo que comúnmente se conoce como el "giro lingüístico", que incluye una tendencia en las ciencias sociales a ver la sociedad como un discurso significativo, utilizándola para analizar la cultura como si fuera un texto escrito. Las culturas comenzaron a analizarse como si fueran textos literarios, en los que se intentaba descifrar patrones y matrices de significado.

“La cultura es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas entre las que se incluyen acciones, enunciados, y objetos significativos de diversos tipos en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten experiencias, concepciones y creencias” (Thompson 1998:197)

De esta forma, es un paso adelante para Thompson (1998) conceptualizar la cultura en términos de textos, sin embargo, argumenta que su dimensión metodológica es insuficiente porque se olvida de analizar las relaciones de poder y los contextos en que la cultura se utiliza, construye y reconstruye. Su crítica plantea al tratamiento simbólico de la cultura es que se centra demasiado en el análisis formal del texto hacia dentro y no trata con suficiente profundidad el contexto sociohistórico del texto hacia afuera.

### Concepción estructural

Este concepto enfatiza el carácter simbólico de los fenómenos naturales ya que siempre se insertan en contextos sociales estructurados, por lo que es relevante para el estudio de los signos relacionados con los contextos y sus procesos históricos específicos.

“El estudio de las formas simbólicas -es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos- en relación con, contextos y, procesos históricamente específicos y estructurados socialmente, en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas” (Thompson 1998:203).

La forma simbólica es el eje central del concepto de estructura cultural. Primero, trata de ser lo suficientemente genérico como para reunir todo lo simbólico en un solo concepto. Lo importante de este análisis, de la forma simbólica, es que es algo producido por una persona y es importante, es decir, le transmite algo a alguien, es importante para alguien. La forma semiótica se analiza desde un punto de vista estructural, tratando de distinguir y equilibrar los rasgos estructurales internos de la forma semiótica, y el proceso de estructuración (contexto histórico) de la forma semiótica intercalada. Se debe tomar en cuenta los rasgos estructurales internos

que intervienen en la construcción de las formas simbólicas: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual.

Intencional: Las formas simbólicas como la comunicación son producidas por un sujeto y tienen intención y significado sólo en la medida en que son interpretadas por un sujeto, ya sea el mismo o diferente que las produjo.

Convencional: la producción e interpretación de cada forma simbólica depende de las reglas de codificación, las cuales son necesarias para que la forma simbólica tenga sentido, debe quedar muy claro que las reglas no necesariamente tienen que ser las mismas para que la simbolización de la forma tenga sentido y ser interpretable, sin embargo, a partir del significado de las extracciones realmente depende de las reglas que las insertan. En apoyo a lo anterior, Thompson recuperó el concepto de juegos de lenguaje del segundo Wittgenstein, que establecía que el significado de un signo, mensaje o forma simbólica depende del contexto en el que se encuentra, por ejemplo, el significado de una palabra depende del enunciado, que a su vez depende de otros factores como el tono de voz, el lenguaje corporal, la vestimenta o la persona.

Estructural: Las formas simbólicas exhiben estructuras internas claras que determinan o ayudan a determinar las relaciones entre los elementos que las componen, en la medida en que el significado de una forma simbólica depende de las relaciones entre los elementos que la componen.

Referencial: Las formas simbólicas son construcciones que en la mayoría de las veces suelen representar algo, se refieren a ciertas cosas, dicen algo referente a algo en particular, bajo la consideración de que el sentido relacionado con ese referente depende de las relaciones estructurales que mantiene con el resto de los elementos que constituyen la forma simbólica.

Contextual: "Las formas simbólicas se encuentran insertas en contextos y procesos sociohistóricos específicos en los cuales y por los cuales se producen y reciben" (Thompson 1998:216), con esto cada forma simbólica, desde la más compleja hasta la más sencilla dependen del lugar en la que están situadas también entra factores como las personas, las relaciones de poder en la que es producida, recibida y la importancia de la cultura se encuentra en el hecho de que cada uno de nosotros se siente representado por un grupo de tradiciones, elementos, formas de pensamiento, formas de actuar que son parte de la sociedad o del grupo social en el cual desarrollamos nuestra vida cotidiana y que nos dan una idea de pertenencia. De este modo, es muy difícil que alguien que venga de otro lugar, se sienta parte de la cultura en la que nos encontramos nosotros, porque las representaciones culturales de cada sociedad son muy distintas y tienen que ver con las especificidades del lugar, del ambiente, del momento, del grupo social, etc.

Actualmente, la cultura puede ser vista como un conjunto de características distintivas, espirituales y materiales, intelectuales y afectivas que caracterizan a una sociedad o grupo social. Además del arte y la literatura, incluye formas de vida, derechos humanos básicos, sistemas de valores, tradiciones y creencias, y la cultura empodera a las personas para reflexionar sobre sí mismas. Es ella quien nos hace seres singularmente humanos, racionales, críticos y moralmente comprometidos. A través de ella discernimos el valor y tomamos decisiones.

Reforzando lo anterior se puede constatar que la cultura es un campo multidisciplinario que busca comprender la diversidad y complejidad de las sociedades humanas.

Gilberto Gimenez Montiel en la Teoría y Análisis de la Cultura (2005) plantea que la cultura en cuatro puntos clave: símbolos como puentes culturales, dinamismo cultural, contextualización cultural, identidad y pertenencia cultural.

Lo que él postula es que la concepción simbólica de la cultura o los símbolos son la clave para entender la cultura humana. Los símbolos pueden ser elementos

concretos, como objetos o gestos, o conceptos abstractos, como mitos y valores, nosotros como individuos hacemos, que estos símbolos sean los medios las cuales, a través, las sociedades transmitan significados, puedan interpretar todo lo que en nuestro entorno y la forma en que nos comunicamos entre sí.

La cultura sufre cambios constantemente como en Tepetzalan, los cambios se empezaron a dar y pasó desapercibido. La evolución y el cambio a lo largo del tiempo fue en respuesta a una variedad de factores, como la tecnología, la migración y las influencias externas. Los símbolos culturales de la comunidad en cuestión no son inamovibles; simplemente se adaptan y se reinterpretan en un continuo proceso de evolución cultural.

También es importante enfatizar la importancia del contexto en la interpretación de que se le da a los símbolos culturales. Un símbolo puede tener variedad de significados según la cultura en la que se encuentre y el contexto en el que se utilice. Es decir, la forma en que se están interpretando los cambios con las redes sociales por ejemplo no es la misma que a la de la comunidad vecina ya que, aunque pertenezcan al mismo municipio y las culturas son similares siempre hay un elemento diferenciador. Esto resalta la relatividad cultural y subraya que la comprensión de la cultura no puede separarse de su contexto específico.

De cierto modo los símbolos culturales contribuyen a la construcción de la identidad y el sentido de pertenencia cultural. Los individuos y grupos en general utilizan símbolos para definir quiénes son y a cuál comunidad pertenecen. Estos símbolos pueden crear un sentido de cohesión y solidificar las relaciones dentro de una comunidad.

En términos generales la concepción simbólica que se le da a la cultura ofrece una mirada profunda y enriquecedora sobre cómo las sociedades humanas en general comprenden y expresan su mundo. Centrados en los símbolos y su dinámica cultural, la perspectiva sujeta la riqueza y la diversidad de las culturas humanas.

También nos recuerda la importancia de considerar el contexto y la relatividad cultural en nuestro análisis.

De esta manera el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se ve a sí mismo como un proyecto inacabado, cuestiona su propio logro, busca incansablemente un nuevo sentido y crea una obra que lo trasciende. De este modo dando a conocer el concepto de cultura se pasará al siguiente punto a desarrollar en este capítulo y es la identidad cultural.

## 2.2 Identidad cultural

La identidad y la cultura son conceptos inseparables por la sencilla razón de que el primero se construye a partir de materiales culturales. Ambos conceptos constituyen una pareja indisociable, también se puede entender que la concepción que se tenga de la cultura va a comandar la concepción correspondiente de la identidad cultural. La identidad no es un concepto fijo, sino todo lo contrario este se recrea de forma individual y colectivamente y se alimenta de forma constante de la influencia exterior.

Se considera que la identidad cultural se manifiesta

“como respuesta de un grupo particular para mostrar a los demás su unidad y reafirmar los valores y costumbres que establecen su diferencia con los otros miembros de su sociedad.” (Millán 1994)

Tener identidad cultural es una necesidad entre los grupos humanos para demostrar a la sociedad en el que se encuentran inmersos, que se encuentran presentes y que son portadores de una singular forma de ver el mundo. En este sentido esta comunidad resalta las diferencias entre las otras comunidades que a pesar de estar ubicados en el mismo municipio tienen aspectos culturales diferentes que los hacen ser únicos antes los demás.

El concepto de identidad cultural está fuertemente relacionado al territorio ya que con base a eso se originó las primeras definiciones.

La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. De este modo implica, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural. La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

De este modo la identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, del pasado. Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos. El valorar, restaurar, proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinvención y apropiación de una identidad cultural.

Partiendo de lo anterior se fundamenta que no hay sociedad sin cultura, ya que la formación de una sociedad conlleva la formación de su cultura; ésta surge en el proceso mismo de constitución del grupo; después la suma de las experiencias grupales va conformando la cultura del grupo. De esta forma la identidad pasa a ser un proceso subjetivo y frecuentemente auto-reflexivo por el que los sujetos individuales definen sus diferencias con respecto a otros sujetos mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente estables en el tiempo.

"el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás en una situación determinada, todo ello dentro de un

espacio históricamente específico y socialmente estructurado" (Giménez, 2000: 54).

Con esta definición se enfatiza el conjunto de elementos culturales a partir de los cuales se vinculan los sujetos, no con un grupo sino con varios, tantos como ellos lo decidan; pero no se trata de los elementos culturales objetivos, sino de los subjetivos; es decir, de aquellos que los sujetos seleccionan para autodefinirse y, a la vez, diferenciarse de los otros.

Gilberto Giménez conceptualiza a la identidad cultural en dos vértices: la individual y la colectiva. En la escala individual la identidad puede ser definida como.

“un proceso subjetivo y frecuentemente autorreflexivo por el que los sujetos individuales definen sus diferencias con respecto a otros sujetos mediante la auto asignación de un repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente estables en el tiempo.” (Giménez 2003)

Desarrollando brevemente esta afirmación, se argumenta que la identidad personal se caracteriza ante todo por un deseo de distinción, demarcación y autonomía frente a otros sujetos, pues surge naturalmente la pregunta de cuáles son las propiedades flexivas a las que apelan dichos sujetos. esperanza. Así, la identidad de cada individuo contiene elementos de participación social que surgen de pertenecer a algún grupo o colectivo, por lo que la identidad de un individuo se define principalmente por su colección de afiliaciones sociales.

“El hombre moderno pertenece en primera instancia a la familia de sus progenitores; luego, a la fundada por él mismo, y, por lo tanto, también a la de su mujer; por último, a su profesión, que ya de por sí lo inserta frecuentemente en numerosos círculos de intereses [...] Además, tiene conciencia de ser ciudadano de un Estado y de pertenecer a un

determinado estrato social. Por otra parte, puede ser oficial de reserva, pertenecer a un par de asociaciones y poseer relaciones sociales conectadas, a su vez, con los más variados círculos sociales...” (Pollini, 1987: 32).

De lo mencionado anteriormente se infiere que la identidad que las personas tienen resulta siempre de una especie de compromiso o negociación entre autoafirmación y asignación identitaria, entre “autoidentidad” y “exoidentidad”. De aquí la posibilidad de que existan discrepancias y desfases entre la imagen que nos forjamos de nosotros mismos y la imagen que tienen de nosotros los demás.

Por su parte la identidad colectiva como identidad cultural se puede partir de la premisa de que no hay sociedad sin cultura, esto se debe que la formación de una sociedad conlleva la formación de su cultura; ésta se origina en el proceso mismo de la constitución del grupo; después la suma de las experiencias grupales la cual va conformando la cultura del grupo. Las identidades colectivas se construyen por analogía con las identidades individuales, y es importante mantener la distinción entre ellas por las distintas implicaciones metodológicas. Para esto, Giménez propone tres elementos que distinguen a las primeras: 1) carecen de autoconciencia y de psicología propias; 2) no son entidades discretas ni bien delimitadas; 3) no constituyen un “dato” sino un acontecimiento contingente cuya existencia debe explicarse porque se forman coyunturalmente.

“la cultura es el medio en el cual los individuos se forman y del cual extraen las claves y contenidos explicativos, así como el instrumental descodificador, interpretativo y valorativo que les permite interactuar con el resto de las personas que integran o comparten tal cultura” (Piqueras, 1996: 108)

Volviendo a Giménez, el autor explica que las identidades colectivas se construyen a partir de la acción colectiva, el hecho de que diferentes individuos se junten en

función de objetivos o metas específicas para dirigir y compartir sus acciones, entendiendo la cultura como un sistema de creencias, valores, normas, signos y símbolos. Las prácticas colectivas que los miembros de la comunidad aprenden y comparten forman el marco de sus relaciones sociales. Decir que la cultura es un sistema de creencias, valores y normas significa que los miembros de toda sociedad generan un conjunto de máximas a partir de las cuales dan sentido a sus acciones y explican los acontecimientos de su vida cotidiana.

La identidad colectiva es una construcción sociocultural, la construcción del sentido de pertenencia está estrechamente relacionada con las interacciones sociales, la cultura y el contexto social macro y micro de tal forma que como resultado se crea un proceso de socialización, a través del cual los sujetos conocen los repertorios culturales del grupo al que se adscriben. En la sociedad moderna es una socialización de carácter cognitivo racional, más que emocional; y, por consiguiente, los mecanismos de transmisión de las normas, valores, creencias, pautas de comportamiento ya no son los mismos. Actualmente ya no es la tradición, sino la interacción comunicativa, es decir la participación en los procesos de comunicación lo que permite a los sujetos irse integrando al yo colectivo.

La identidad no sólo es efecto de la cultura, sino también es condicionada para que esta pueda existir, precisamente a partir de las representaciones culturales, normas, valores, creencias y símbolos que los individuos van interiorizando a lo largo de su vida; es posible la reproducción y transformación de la cultura.

La relación entre cultura e identidad había sido planteada desde los primeros trabajos que abordaron la identidad. La categoría de etnicidad nos permite entender que lo que identifica a una comunidad no son los rasgos culturales objetivos, sino los que cada miembro selecciona, a través de la percepción subjetiva que hace de éstos; por eso no basta con pertenecer a cierto grupo para identificarse con él, “la mera existencia objetiva de una determinada configuración cultural no genera automáticamente una identidad” (Giménez, 1996: 55).

Desglosando la afirmación la cultura e identidad van de la mano, pero no son lo mismo, la identidad es un efecto de la cultura “la identidad son las raíces que dan un sustento y sentido de pertenencia, pero ello debe existir en una tierra, donde se fijan esas raíces y una sustancia que la nutra, y eso es la cultura” (Tappan, 1992: 88). Con esto implica que la identidad no surge en forma espontánea, por el contrario, se trata de una construcción que los miembros de la comunidad realizan, a partir de la cultura que poseen, en un contexto social determinado.

El proceso de construcción de la identidad cultural es más complejo de lo que parece, no basta que los sujetos pertenezcan a un grupo para que se identifiquen con ese grupo, ni que conozcan el complejo de símbolos culturales que definen a ese grupo. Para que esta construcción tenga lugar es necesario que la comprendan, la asuman, es decir, la interioricen y actúen en relación directa con el contexto social que constituye el entorno de la diversidad grupal, porque el mantenimiento de la identidad , en la sociedad moderna, pasa de ser una imposición a ser una elección de los sujetos sociales, en el sentido de que implica un proceso de clasificación por el cual los sujetos asignan valor a los grupos y clasifican a los grupos de acuerdo con las características que consideran relevantes para justificar la elección de determinados. grupos como razonables, y así diferenciarse de otros grupos.

“las identidades sufren transformaciones en el tiempo y en el espacio. No son permanencias ópticas inamovibles, sino procesos cambiantes, aun cuando los diferentes componentes de la identidad presentan ritmos de cambio disímiles. por tanto, no se encuentran dadas de una vez y para siempre” (Valenzuela, 2000: 28)

Por ser una construcción social, la identidad cultural no es estática sino dinámica, cambia con el tiempo, y en la medida en que los sujetos van formando parte de distintos grupos.

No obstante, se debe considerar que las representaciones sociales juegan un papel esencial en el comportamiento de las personas Serge Moscovici en la Teoría de las Representaciones Sociales (1979) plantea que es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos involucrados. De esta manera se puede constatar que los medios de comunicación masiva como Facebook llega a formar parte de una representación social la cual es observada y comprendida para su reproducción de acuerdo a la manera de comprender por parte de los adolescentes la de la comunidad de Tepetzalan, todo esto derivado por el conocimiento de sentido común es decir las personas poseen la capacidad para comunicarse y sentirse parte del ambiente social, mediante ese proceso se origina el intercambio de ideas dentro del grupo social en que se encuentra.

Las representaciones sociales constan de cuatro características esenciales las cuales cumplen como una forma de pensamiento natural.

1. Privilegiar, seleccionar y retener hechos relevantes del discurso ideológico concernientes a la relación sujeto en interacción, o sea descontextualizar algunos rasgos de este discurso.
2. Descomponer este conjunto de rasgos en categorías simples naturalizando y objetivando los conceptos del discurso ideológico referente al sujeto en grupo.
3. Construir un minimodelo o teoría implícita, explicativa, y evaluativa del entorno a partir del discurso ideológico que impregna al sujeto.
4. El proceso reconstruye y reproduce la realidad otorgándole un sentido y procura una guía operacional para la vida social, para la resolución de problemas y conflictos. (Páez, 1987)

Las representaciones sociales son determinadas por las condiciones en que se piensan y se constituyen teniendo como denominador el hecho de surgir en momentos de crisis y conflictos.

A manera de resumen la Teoría de las Representaciones Sociales, propuesta por Serge Moscovici, ayuda a comprender y sostener que las representaciones sociales son sistemas cognitivos con una lógica y enunciado propio. Estos sistemas se presentan a manera de códigos, principios y juicios clasificatorios las cuales conforman y guían la manera en la que las personas actúan en la sociedad, ya que establecen las normas y los límites que se encuentran dentro de la conciencia colectiva.

Las representaciones sociales también son relacionadas con los estereotipos, creencias, afirmaciones o valores que ayudan a las personas a orientarse y dominar su medio social las cuales forjan su identidad. Además, proporcionan un código de comunicación común con el que nombrar y clasificar de manera grupal los diferentes aspectos del mundo en el que vivimos. Estas representaciones sociales pueden cambiar a través de los diferentes grupos de personas o culturas, por lo que estudiar cada una de las representaciones sociales de una comunidad nos permite conocer cómo es dicha sociedad, así como la manera en la se regula y se compara con otras.

Con esto último se refuerza la idea de que la identidad cultural no es estática, sino que es dinámica y va sufriendo cambios conforme el tiempo avanza, las personas no actúan igual que ayer son cambios que no se suelen notar pero que las personas alrededor si lo ven. En una comunidad indígena los cambios suelen ser muy notorios al ser lugares pequeños y donde la gente se conoce entre sí, hace que el proceso sea más difícil, tal vez en otros lugares el cambio sea más fácil pero también forma parte de lo que se planteó con anterioridad que cada cultura tiene su forma de pensar y hacer las cosas.

Si todo esto que se plantea lo llevamos a un contexto donde los involucrados sean adolescentes, la situación es parecida ya que cada persona moldea su personalidad con lo que observa y aprende. Esto sin duda genera cambios en su mentalidad provocando acciones que puedan incomodar a las personas, pero es una forma de

representar lo que es, la esencia de su persona, la identidad cultural y las representaciones sociales son dos términos que siempre irán de la mano ya que una es consecuencia de la otra.

### 2.3 Estereotipos, comportamiento y aprendizaje social

Para empezar el término "*estereotipo*" fue introducido por primera vez en la literatura en 1922 por Lippman como: las "*imágenes en nuestras cabezas*". Desde entonces, los estereotipos son comúnmente definidos como: las creencias consensuales sobre los atributos de un grupo social y sus miembros (Smith Castro Vanesa, 2006). Partiendo de esta concepción en el que el estereotipo es una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas, simplifica la realidad, agrupa características del medio, genera su ordenamiento y facilita la comprensión de la nueva información.

De esta manera Tajfel H. (1984), menciona que los estereotipos son necesidades individuales de organización del medio, cuya función es comprender los acontecimientos para justificar los comportamientos frente a otro grupo (justificación social), clarificando o acentuando las diferencias, afín de establecer una distinción positiva en favor del propio grupo. Su similar, Sangrador (1996), señala que los estereotipos configuran una suerte de realidad social construida. Así, cuando las personas desean compartir espacios y formar parte de un grupo, comunican estereotipos sobre su propio y sobre los otros grupos, estos estereotipos terminan trazando límites o fronteras entre grupos, impidiendo el ingreso de personas ajenas a los mismos.

Partiendo de estas definiciones los estereotipos funcionan como justificadores ideológicos, legitiman las relaciones sociales y construyen la identidad personal del sujeto. Los estereotipos en los medios de comunicación son muy exitosos debido a que la sociedad en general los utiliza. En general los estereotipos no siempre se adecuan a lo real, sencillamente porque no hay un conocimiento real previo. En este caso en las comunidades indígenas los medios de comunicación masiva como Facebook son los mediadores absolutos y las fuentes esenciales de información

para el conocimiento de las personas, suelen ser un medio de aprendizaje las cuales se ven reflejadas en la forma de pensar, el comportamiento y la formación de su identidad social.

“la conducta es lo que el organismo hace o dice, incluyendo bajo esta denominación tanto la actividad externa como la interna, de acuerdo con su propia terminología” (Watson 1924)

Moverse es una conducta, pero también lo es hablar, pensar o emocionarse. Para este autor el comportamiento no era únicamente a la actividad motora o movimientos, sino que admitía también la existencia de otros tipos de actividad del organismo, como la emocional. Además, consideraba que la actividad interna o implícita, como también la denominaba, era conducta.

“el comportamiento es toda actividad que realiza un organismo siempre que ocurra en el mundo físico de esta forma el comportamiento sería tanto la actividad observable como la no observable, ya se le denominé pensamiento, percepción, imaginación, emoción, o incluso cognición” (Bayés (1978)

El comportamiento es una manera en que un ser vivo responde a los estímulos de su entorno, ya sea que lo haga de forma consciente o inconsciente, voluntaria o involuntaria, proporcionada o no. En el habla cotidiana, este término suele implicar una condición más o menos permanente o definitiva, es decir, un individuo posee un comportamiento o una manera determinada de comportarse, y solemos esperar que sea siempre más o menos de la misma manera.

Por otro lado, George Ritzer en la Teoría Sociológica Contemporánea hace mención del interaccionismo simbólico y como esta busca comprender cómo las personas construyen significados e interpretan el mundo social a través de la interacción simbólica. Esta perspectiva se centra en cómo los individuos interpretan y dan sentido a los símbolos y significados compartidos en sus interacciones sociales diarias.

George Ritzer plantea que nosotros mismos como personas somos los encargados de darle significado a las cosas, el plantea el termino símbolos significantes cuando surgen de un individuo para el que constituyen el mismo tipo de respuesta la cual no necesariamente sea idéntica. Es decir la realidad social no es objetiva ni dada, sino que se construye socialmente a través de la interpretación que se le da a los símbolos. Los individuos interactúan con otros y atribuyen significados a situaciones y objetos basados en sus experiencias previas, creencias, valores y normas culturales, lo cual conlleva a la creación de una realidad subjetiva y compartida entre los miembros de una sociedad.

“Un símbolo que responde a un significado en la experiencia del primer individuo y que también evoca ese significado en el segundo individuo. Cuando el gesto llega a esta situación, se ha convertido en lo que llamamos «lenguaje». Es ahora un símbolo significante y representa cierto significado” (Mead, 1934/1962: 46).

El punto clave es la comunicación ya que no es lo mismo hablar que comunicar ya que el lenguaje y, en general, los símbolos significantes, provocan la misma respuesta en el individuo que lo recibe que en los demás. En este caso el lenguaje no es simplemente una herramienta para comunicarnos, sino también una herramienta para construir la realidad social y dar sentido a nuestras experiencias. Los símbolos, como palabras, gestos y objetos, tienen significados compartidos en una sociedad, y estas interpretaciones simbólicas influyen en cómo interactuamos y nos relacionamos con los demás.

Otro aspecto para considerar es que nosotros como personas independientemente de la edad, le damos demasiada importancia al proceso de etiquetado social. Los individuos tienden a actuar en función de las etiquetas que reciben de los demás, lo que influye en su autoconcepto y comportamiento. Por ejemplo, si alguien es etiquetado como “una persona popular” por otros, ya sea por su forma de vestir, hablar etc. Es probable que un adolescente en pleno desarrollo de su identidad internalice esa etiqueta y actúe de manera coherente con ella por el simple hecho de ver como es bien recibido ese individuo por la sociedad.

Otro punto para destacar sobre el interaccionismo simbólico de Ritzer es la noción del "sí mismo" (self). De acuerdo con la teoría, el sí mismo se forma a través de la interacción social y la interpretación de los demás. Es decir, las personas desarrollan un sentido de identidad a partir de cómo se ven a sí mismas en relación con los demás y cómo creen que los demás las perciben. Esto significa que nuestra percepción de nosotros mismos está vinculada a cómo los demás nos ven y cómo interpretamos esas percepciones.

“Es mediante la reflexión que el proceso social internalizado en la experiencia de los individuos implicados en él; por tales medios, que permiten al individuo adoptar la actitud del otro hacia él, el individuo está conscientemente capacitado para adaptarse a ese proceso y para modificar la resultante de dicho proceso en cualquier acto social dado, en términos de su adaptación al mismo.” (Mead, 1934/1962: 134)

Ser aceptado dentro de la sociedad siempre será un aspecto muy importante para cada individuo, lo que genera que se hagan cosas buscando una aprobación para así sentirte que formas parte de. Un claro ejemplo sería el uso de la red social Facebook, en la comunidad de Tepetzalan cuando el primer joven empezó a tener Facebook causo mucho revuelo ya que varios jóvenes deseaban poder tener esa red social, pero había un problema no todos tenían teléfonos inteligentes o smartphones para poder tener esa aplicación. Los pocos que tenían esa opción pertenecían a un sector selecto dentro de la juventud, haciendo que varios adolescentes y jóvenes hicieran lo que sea para poder ser parte de ya que ellos se sentían menos ante sus semejantes por el simple de echo de no contar con lo necesario para poder acceder a un dispositivo móvil, teniendo la idea de que si cuentan con un dispositivo de esos, la perspectiva hacia ellos podría ser diferente y sentirse aceptados aunque realmente nunca hayan sido rechazados, simplemente tenían esa idea de que eran menos por algo que no podían tener.

En términos generales el interaccionismo simbólico de George Ritzer ofrece una perspectiva valiosa para entender la sociedad y la construcción de significados en la interacción humana. Esta teoría destaca la importancia del lenguaje, los símbolos

y la interpretación simbólica en la formación de la realidad social y en el desarrollo del sí mismo. A través del interaccionismo simbólico, podemos analizar la complejidad de las interacciones humanas y la influencia de la cultura, las etiquetas sociales y las experiencias individuales en la construcción de significados compartidos.

En última instancia, esta teoría nos ayuda a comprender cómo las personas dan forma a su realidad a través de la interacción simbólica y cómo nuestras acciones y palabras tienen un impacto significativo en la sociedad en la que vivimos. Así, el interaccionismo simbólico nos invita a reflexionar sobre nuestra participación en la construcción de la realidad social y cómo nuestras interacciones cotidianas pueden tener un efecto transformador en el mundo que nos rodea.

Derivado de estas definiciones podemos constatar que el comportamiento que se tenga va más allá de las actividades motoras, también tiene que ver con lo que se dice, se piensa y es algo que se va aprendiendo con lo que se observa en algún medio o lo que se le aprende a otra persona pero los factores externos siempre influyen en nuestra forma de ser y más cuando se pertenece a una comunidad indígena cuando lo desconocido es atractivo, la curiosidad suele ser un factor muy importante para conocer más allá de un simple comercial en la televisión o un episodio de alguna serie, novela o película o contenido que se visualiza en Facebook. Siempre se aprende algo nuevo y más cuando se trata de adolescentes o jóvenes que van forjando un papel en la sociedad, lo que se observa alrededor siempre nos va a afectar y habrá cambios en nuestra identidad cultural.

Retomando el concepto de aprendizaje social según Bandura (1997), el aprendizaje comprende y es una mezcla tanto de factores conductuales como factores cognitivos. Los factores conductuales son aquellos que indican el entorno de una persona condiciona a la forma en que esta se comporta, y los factores cognitivos son los que afectan psicológicamente a los individuos. Así pues, el aprendizaje social considera que los seres humanos son una mezcla de ambos, afirmando, además, que el aprendizaje requiere de una combinación entre los factores del entorno (social) y los psicológicos de cada individuo (cognitivos).

La Teoría del Aprendizaje Social Albert Bandura centra el foco de su estudio sobre los procesos de aprendizaje en la interacción entre el aprendiz y el entorno. Y, más concretamente, entre el aprendiz y el entorno social. Mientras que los psicólogos conductistas explicaban la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos mediante una aproximación gradual basada en varios ensayos con reforzamiento. Bandura decidió probar esta teoría de Freud y decidió, en 1961, llevar a cabo el experimento de los muñecos bobo”.

"Este experimento buscaba demostrar que exponer a niños a violencia los haría más agresivos. El estudio se llevó a cabo en la Universidad de Stanford, donde Bandura fue profesor, experimentando con niños de preescolar que asistían a la guardería de la universidad. Se dividieron a los niños en tres grupos: uno donde se les mostraban adultos golpeando muñecos Bobo, otro grupo veía comportamientos y actividades no agresivas con los muñecos, y el tercero no observó ningún comportamiento relacionado con estos juguetes. Los niños que fueron testigos de los actos agresivos, al estar frente a los muñecos, comenzaron a golpearlos y lanzarlos. Los que no presenciaron esas actitudes violentas no lo hicieron, y en su lugar jugaban con los muñecos o los ignoraban." (observatorio.tec.mx, 2019)

“Pocos años después, Bandura volvió a recrear el experimento, esta vez utilizando la televisión para ver si producía el mismo efecto. A un grupo los expuso a videos del experimento pasado donde los adultos golpeaban los juguetes y a otro grupo les enseñó contenido sin agresividad. Los resultados fueron los mismos, los niños que estuvieron expuestos a imágenes violentas actuaron de manera agresiva ante los muñecos. Este experimento ayudó a demostrar que los niños aprenden por medio de la observación y a partir de este estudio se desarrolló la teoría del aprendizaje social.” (observatorio.tec.mx, 2019)

Con esto no solo busca mencionar sus trabajos sino hacer énfasis en los resultados, a pesar de que el experimento se basó en niños de kínder y obtuvo ese resultado, en este caso del estudio en esta comunidad indígena basándose en niños y jóvenes lo observado en los distintos medios también lo pueden adoptar como una forma de su personalidad. Esta teoría se fundamenta en la premisa de que los niños y

adolescentes adquieren conocimientos en contextos sociales a través de la observación y la imitación de conductas observadas. Además, subraya la idea de que el desarrollo infantil se ve moldeado por la influencia de sus pares y figuras de autoridad. La elección de esta teoría no fue solo porque habla acerca de la manera en que se pueden aprender, sino que está especialmente dirigida al estudio de los niños y jóvenes la cual será de gran utilidad para la realización de esta investigación.

En su libro *La Teoría del Aprendizaje Social* (1977) Bandura enfoca tres modelos:

- Experiencia directa, que implica la participación de una persona real en un comportamiento específico.
- Instrucción verbal, que implica la descripción y la explicación de un comportamiento.
- Modelo simbólico, donde personajes reales o ficticios en libros, películas, programas o medios en línea demuestran ciertas actitudes y comportamientos.

Estos ejemplos ilustran que el aprendizaje puede ocurrir de diversas maneras como, por ejemplo, mediante la lectura o la visualización de programas televisivos, así como a través del contenido compartido en redes sociales como Facebook, YouTube, entre otras plataformas. Este último aspecto ha suscitado numerosos debates debido al potencial impacto que la televisión, las computadoras, las redes sociales y los videojuegos pueden tener en los jóvenes.

Albert Bandura describe el proceso de aprendizaje en 4 conceptos: Atención, retención, reproducción y motivación.

- Atención: Para realizar el proceso de aprendizaje, se debe poner atención y estar enfocado en lo que se quiere aprender. En el caso de niños o jóvenes si observan algo innovador o diferente a lo habitual, es mucho más probable que presten de su atención. La atención es algo importante al momento de aprender algo en nuestra investigación al ser una comunidad indígena lo

nuevo, lo novedoso siempre despierta interés, lo que genera que el proceso de aprendizaje se acelere.

- **Retención:** Analizar internamente la información que recién es adquirida y almacenarla como memoria es un proceso crucial. Aquí es donde la imaginación y el lenguaje desempeñan un papel esencial: se transforma lo aprendido en imágenes mentales, descripciones verbales u otras representaciones que el individuo retiene en su mente. Una vez que estos conocimientos, imágenes y/o descripciones están establecidos en la memoria, somos capaces de recordar de manera consciente esa información. De esta manera, podemos reproducir lo aprendido y adecuar nuestro comportamiento en consecuencia. Es en este punto donde la influencia de los medios de comunicación masiva se manifiesta de manera significativa.
- **Reproducción:** Con la información obtenida anteriormente ahora toca reproducirlo claro ejemplo de ello cuando estudias para un examen, estudias sobre un tema en específico para después desarrollarlo. Para reproducir lo que has visto es importante comprender a la hora de aprender ya que habrá ciertas cosas que de acuerdo las posibilidades de cada sujeto no se podrán realizar por obvias razones. También es relevante destacar que nuestra capacidad para imitar ciertos comportamientos tiende a mejorar a medida que practicamos más las habilidades necesarias para una tarea en especial. Además, nuestras habilidades tienden a fortalecerse simplemente al visualizarnos a nosotros mismos llevando a cabo el comportamiento.

- Motivación: Una persona sin motivación es incapaz de realizar cualquier actividad. Cuando observamos a otras personas que son recompensadas por hacer o no algo, la motivación se puede originar de querer hacer lo mismo. Es fundamental contar con razones y motivaciones para desear aprender algo; de lo contrario, resultará más difícil concentrarse, retener y reproducir esas conductas.

Albert Bandura con esta teoría demuestra cómo es el proceso de aprendizaje que se tiene y hasta la fecha sigue siendo el mismo prácticamente, gracias a este autor comprendemos un poco más sobre la manera en que adquirimos conocimientos y posteriormente generar ciertas conductas en el día a día. Aquí es donde se recalca sobre lo social, la cual se entrelaza con nuestros procesos de aprendizaje internos, donde a su vez nosotros actuamos como modelo a seguir para otras personas de nuestro entorno, muchas veces sin percatarnos de eso.

## 2.4 Medios de comunicación y redes

Este apartado tiene como propósito discutir y abordar el concepto de comunicación y saber entenderlo como un fenómeno y un proceso. En primera estancia se plantearán las definiciones que permitirán entender a la comunicación, de manera continua se estarán presentando los principales medios de comunicación masiva con que cuentan actualmente la sociedad moderna. Por último, se estarán presentando los tipos de redes comunicacionales lo cual complementará por completo el propósito de este apartado.

La noción de la comunicación ha tenido diversas definiciones de acuerdo con autores y escuelas de conocimiento. Es de mucha importancia señalar que para la comprensión óptima de este concepto se debe tener en cuenta que esta proviene de latín, *communicatio*, *onis*, la cual a su vez deriva del verbo latino *communicare*, cuyo significado es 'compartir', 'intercambiar algo', 'poner en común'. Para poder

comprender el concepto de comunicación en un sentido amplio y general, el diccionario la define como “la acción y efecto de comunicar y, a su vez, este concepto implica hacer partícipe a otra persona o cosa de algo que se tiene” (El Pequeño Larousse Ilustrado, 1999).

Entrando a definiciones más especializadas en un plano general, la comunicación fue definida por el filósofo griego Aristóteles. Según Flores (1998), Aristóteles en su libro Retórica señala que "la comunicación es un proceso que busca la persuasión por cualquier medio posible". Con esa afirmación se puede rescatar que los procesos comunicativos no solo se enfocan en el simple acto de transmitir información, sino que al momento de que llega al receptor este debe cumplir el objetivo con el cual se envió. Con esto quiero decir que debe lograr motivar o persuadir en algo al sujeto quien recibió el mensaje en cuestión, por lo tanto, lograr que algo o adapte ideas previamente idealizadas por el emisor se puede decir que se cumplió el objetivo.

Según Noguera (2000), la comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten informaciones, sentimientos, pensamientos y cualquier otra cosa que puede ser transmitida.

Por su parte, Bernard Berelson citado por Fiske (1994:112) señala que la comunicación "es el acto de transmitir información, ideas, emociones y habilidades por medio del uso de símbolos, cuadros, figuras y gráficas". Sobre esta afirmación se plantea de primera mano la existencia de diversos tipos de comunicación, como la oral, la escrita y la audiovisual. De esta forma, para cada tipo de datos o información existe un medio o canal adecuado para poder transmitir el mensaje hacia el receptor.

Uno de los autores que tiene una definición de la comunicación con una gran precisión, quien se le considera por muchos expertos dentro del campo funcionalista

como de los grandes autores clásicos es Harold Lasswell. El modelo que desarrollo este autor ha sido introducido en la corriente psicologista, se planteó una serie de preguntas básicas que reflejaban en su totalidad el proceso comunicativo que se vive al momento de darles respuesta.

Citado por Lozano (1996), Lasswell en su modelo pregunta: "¿Quién? ¿Dice Qué? ¿En Qué Canal? ¿A Quién? Y ¿Con Qué Efecto?". Este modelo permite argumentar que la respuesta por parte del receptor a la práctica comunicacional, la retroalimentación destaca por su ausencia, aunque eso no demerita esta definición clásica.

El proceso de comunicación también es algo muy relevante y hay autores clásicos que la definen y elaboraron modelos que lo representan a mediados del siglo XX Shannon y Weaver dos matemáticos presentaron su modelo y explicación de los procesos comunicativos, tenía una base matemática y funcionaba perfectamente para su objetivo, la cual era el proceso mecánico de la comunicación.

"Shannon y Weaver lanzan en 1948 la Teoría Matemática de la Comunicación."

Se centra en la exploración del funcionamiento de las máquinas electrónicas (lo cibernético). Cuando Shannon aborda el concepto de información, hace referencia a una unidad cuantificable que prescinde del contenido del mensaje. El modelo presentado por estos autores es aplicable a cualquier mensaje, independientemente de su contenido, lo que facilita el análisis óptimo de la cantidad de información en función del medio. Este espacio se determina mediante un sistema binario asociado a la velocidad de transmisión del mensaje. Shannon sostiene que el tiempo requerido para transmitir información es proporcional a la cantidad de información transmitida; es decir, si se envía más información, se necesita más tiempo.

El modelo es representado por cinco elementos principales: fuente de información, transmisor, canal, receptor, destino y el ruido que genera una cierta perturbación. Este modelo clásico es el que cambiaría como tal el proceso comunicacional ya que abarca de gran forma todas las formas posibles del cómo se entabla una conversación ya sea de la forma tradicional o mediante al medio de comunicación.

Los medios de comunicación son todos esos sistemas que se usan para poder establecer una comunicación efectiva. Esos sistemas se fundamentan, en especial, en el alto volumen de canales e instrumentos comunicativos existentes, las cuales permiten un desarrollo óptimo en el intercambio de información. Hoy en día existe una gran variedad de tipos de medios de comunicación.

Regularmente se le entrelaza este concepto únicamente a los medios de comunicación masiva como la televisión o radios, pero también se le debe considerar como un medio de comunicación a los sistemas de comunicación bidireccional como las redes sociales las cuales son fáciles de acceder desde un dispositivo móvil, computadora entre otras.

Dependiendo de los canales utilizados, los medios de comunicación se clasifican en las siguientes categorías:

- **Audiovisuales:** Pueden ser percibidos tanto auditiva como visualmente de manera simultánea. Los dispositivos que utilizan emiten imágenes y sonidos con el propósito final de transmitir información. Entre estos medios se incluyen la televisión y el cine. La televisión emergió en las décadas de los años 30, alcanzando una audiencia masiva a nivel global de forma rápida. Prácticamente cualquier suceso mundial puede ser difundido a través de ella a cualquier rincón del planeta. En cuanto al mundo del cine, está más vinculado con el entretenimiento y el ocio que con la mera transmisión de acontecimientos.
- **Radiofónicos:** Se transmiten únicamente en formato de audio. Llevar a cabo su proceso de producción es menos costoso y más simple en comparación con el de la televisión. Sin embargo, su limitación geográfica está determinada por las señales y la calidad del sonido puede sufrir. Actualmente, las emisoras pueden ser escuchadas a través de canales digitales, lo que ha generado un incremento en el número de usuarios que siguen este tipo de medios. Las plataformas en el ámbito radiofónico también han evolucionado para adaptarse al entorno digital.

- Impresos: En esta categoría se incluyen las revistas, periódicos, folletos y todos aquellos formatos impresos en papel. Este medio está experimentando una baja demanda debido a su elevado costo de producción y a la competencia de los medios digitales. Muchos periódicos han migrado su contenido al formato digital, incluso dejando de publicar en papel. La producción de estos medios requiere una gran cantidad de recursos humanos, como editores, impresoras, correctores, redactores y fotógrafos, lo que incrementa los costos de producción.
- Digitales: Emergen en los años 80 bajo el nombre de nuevas tecnologías. Actualmente, se ha posicionado como los líderes en el ámbito informativo y de entretenimiento, lo han llevado a experimentar una expansión masiva. Es de fácil acceso por medio de computadoras, dispositivos móviles y una amplia gama de dispositivos tecnológicos. Internet ha evolucionado para así convertirse es un canal donde millones de personas acceden a información de forma rápida y sencilla.

Este último es el que actualmente está causando mucho revuelo ya que el desarrollo de los medios digitales de comunicación se ha desarrollado a pasos agigantados y aún falta por desarrollarse ya que va evolucionando y cada día encuentran las formas de facilitar los procesos comunicativos a sabiendas que actualmente los medios digitales cumplen a la perfección con su función.

“Los medios digitales generan múltiples nuevos contextos para expresar y explorar aspectos de la identidad. Los individuos actúan en distintos espacios, creando diversas identidades que van cambiando a muy rápida velocidad y que pueden generar experiencias interpersonales e intrapersonales enriquecedoras o destructivas, según cómo se utilice la comunicación online. Otro elemento para considerar es la dificultad que tienen algunos adolescentes para

diferenciar el contenido público del privado. No logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos a situaciones que, en lo inmediato, les pueden generar altos niveles de estrés y daños importantes en la visión de sí mismos, con serios riesgos para su salud mental. Sin embargo, también es posible transmitir a través de la web, mensajes claros y seguros, produciéndose con ello oportunidades enriquecedoras para el propio desarrollo, pudiendo llegar a ser la comunicación online un referente importante en algunos tópicos” (Crespo, Díaz,)

Tomando en cuenta la postura del autor desde un criterio basado en cifras con base a estudios muestran el uso excesivo de las redes sociales en especial en adolescentes, se debe principalmente a que es un grupo con un alto grado de vulnerabilidad a ser atraída las cuales se presentan en sus procesos neuro psicológicos y sociales. Por ende, es necesario revisar de manera detallada los efectos negativos que pueden ocasionar estas nuevas formas de comunicarnos y de conectarnos casi de forma permanente.

En los medios digitales se llegan a producir fenómenos que van desde posturas filosóficas, es decir el receptor recibe y medita la información de acuerdo con sus ideales culturales, para después proceder a dar su opinión de su manera de ver las cosas. Este efecto se realiza de esta forma debido a que las personas son libres y tienen el derecho de dar su opinión ya que concientizan la información de manera diferente a sus semejantes. Toda esta dimensión cultural que conlleva la comunicación da permiso a la incomunicación y la variedad de otras posturas, de tal forma que Facebook también constituye un canal para la convivencia de distintas formas de pensar. Con esto se afirma que la comunicación busca compartir e intercambiar información.

“La tercera mundialización que corresponde a la cultural y comunicacional genera la necesidad de respetar la diversidad cultural, organizando así la convivencia de éstas sobre una base democrática” (Wolton 2006)

Sin embargo, las personas no viven del intercambio de mensajes ni de información sino de relaciones sociales, por lo que a pesar de tanto flujo de información la sociedad siempre se permite elegir lo que quiere escuchar de lo que no.

Las nuevas tecnologías de comunicación habilitadas por Internet facilitan una mejor comunicación y participación de la audiencia. Al vídeo y al audio se suman los blogs, los foros, el chat y las redes sociales como canales imprescindibles de comunicación.

Esta nueva situación que se vive hace que los medios tradicionales compitan por los contenidos con los nuevos sistemas de información que han reconfigurado espacios mediáticos en los que las opiniones aparecen más difusas, transparentes e incluso instantáneas.

La relación entre el público y los medios ha cambiado, con las redes sociales dejando rastros digitales que informan a los medios de dos maneras: los usuarios digitales y el impacto del contenido en la sociedad. El análisis tradicional de las redes sociales nos ha brindado datos tan importantes como lo que los usuarios piensan de una marca, cómo se siente una marca con respecto a una marca o incluso cómo manejar una crisis de marca.

Los usuarios digitales representan un nuevo paradigma en los medios, permitiéndoles tomar decisiones comerciales basadas en datos objetivos de sus audiencias. Internet está revolucionando la forma en que las personas y las organizaciones se comunican. Cambia el esquema lineal, simple y predecible de la comunicación mediática tradicional. En su lugar, existen redes complejas en las que intervienen actores heterogéneos fuera del control permanente, ya los que se suman constantemente nuevos.

“Las redes sociales son estructuras sociales que funcionan como medios de comunicación, para facilitar la difusión de mensajes en canales de información, acortando distancias y tiempos de envío de mensajes,

todo ello facilitando las relaciones de parentesco, relaciones personales, relaciones organizacionales, entre otros” (Boni, 2008; Celaya, 2011)

Facebook, creada en el año 2007, la cual inicio como un pequeño ambicioso proyecto de unos alumnos de la Universidad de Harvard, cuyo objetivo era ser un canal de comunicación para estar informados de lo que sucedía al alrededor, debido a su popularidad se expandió de manera masiva haciendo que actualmente millones de personas la utilicen. Esta red social emergió como un innovador medio de comunicación en un lugar donde las personas suben fotos, álbumes y comentan sobre ellos. Imágenes, muro con notificaciones y mensajes públicos, también chat y chat en privado con amigos.

Esta red social lo tiene todo es una herramienta muy útil para la sociedad es actualmente uno de los medios sociales más utilizados en el mundo. Lo innovador de estas nuevas redes sociales es que facilitan la comunicación además de permitirte estar informado sobre tus amistades, noticias, tendencias, productos o servicios y una amplia información que se puede encontrar.

Las redes de comunicación son elementos clave con características específicas las cuales, al estar interconectadas o conectadas a través de un medio físico común, buscan compartir y optimizar los recursos a través de una disposición física particular.

“Es el conjunto de canales existentes en el grupo organizado, por los cuales son transmitidos los mensajes. La red es, por tanto, una estructura a priori de las comunicaciones en un grupo, la organización de los intercambios reales entre miembros del grupo, con vistas a realizar una tarea dada” (Torvisco 1998:118)

Las redes funcionan como mediador importante al agilizar los procesos comunicativos dentro de las redes humanas. También se ven involucradas en la forma en que

vivimos, aprendemos, trabajamos etc. Teniendo en cuenta a la Teoría de las Redes y en las posibilidades de comunicación se define la red como:

“Una relación binaria cuya característica fundamental es la irreflexibilidad ya que una persona no “puede dirigirse a sí misma”.  
Jáñez (1989:139)

Las redes humanas usan diversos procedimientos para lograr asegurar que lo que están transmitiendo llegue a su destino de forma rápida y clara. El idioma, el contenido, las maneras y el canal son acuerdos que los seres humanos usan de manera implícita que se ven reflejados en la red.

Según la Teoría de la Comunicación Humana se diferencian cinco tipos de redes de comunicación:

1) red intrapersonal, 2) red interpersonal, 3) red grupal, 4) red cultural, y 5) pequeños circuitos en redes más amplias. Todos los tipos de red pueden existir simultáneamente, aunque los fines del participante son los que establecen cuál de ellos es más pertinente (Ruesch y Bateson, 1984).

El modelo funcional de Ruesch y Bateson explican la forma del cómo se dan las diferentes relaciones entre dos o más personas teniendo en cuenta los factores personales de los sujetos. Este planteamiento es enfocado, básicamente en explicar cómo las anomalías de la conducta humana pueden considerarse como obstáculos que, a manera de consecuencia, causan disturbios en la comunicación.

### Red intrapersonal

Meichembaum (1982) define la comunicación intrapersonal como el “proceso que ocurre dentro de las personas. Este fenómeno, de naturaleza cognitiva, se emplea como técnica de intervención psicológica”.

Según Ruesch y Bateson (1984), en esta red hay una participación constante del observador, la procedencia y el destino del mensaje se encuentran en el interior del organismo, lo que dificulta la corrección de errores y la evaluación de la codificación empleada. Para estos autores, en esta red existen tres grupos de funciones: (a) Recepción (Propiocepción y esterocepción), (b) Transmisión (Propio transmisión y estero transmisión), (c) Funciones centrales (Coordinación, interpretación y almacenamiento de la información).

En el ámbito intrapersonal, que se refiere a "dentro de uno mismo", los órganos sensoriales receptores actúan como origen y transmisor del mensaje. Los canales incluyen tanto conductos neurales como humorales y rutas contiguas. Por su parte, los órganos efectores funcionan como receptores y destinatarios del mensaje.

#### Interpersonal

El ser humano es un ser social por naturaleza lo que hace que de forma inevitable realice el proceso de comunicación. Caille (1984) propone sustituir el clásico postulado de Descartes "Pienso, luego existo" por "Comunico, luego existo (soy)".

Scott y Powers (1985) señalan que "las personas se comunican debido a la necesidad de la comunicación para su bienestar, para poder satisfacer sus necesidades particulares, así como por el nivel en que permite a los otros la satisfacción de las suyas."

Dado que la página específica del texto no está disponible, la cita podría presentarse de la siguiente manera:

Según Ruesch y Bateson (1984), este tipo de red presenta las siguientes características:

- Los individuos participantes presentan potencialidades iguales, es decir, hay una distribución equitativa en la capacidad de recepción, transmisión y evaluación de los mensajes. Por lo tanto, es posible corregir la información ya que ambos participantes (emisor y receptor) conocen la procedencia y destino de los mensajes (Ruesch y Bateson, 1984).

- La persona que de forma obligatoria realiza la observación de otras, es dentro de la misma experiencia, parcialmente observadora y participante; siendo ambos tipos de información complementarias, aunque no de una forma completa (Ruesch y Bateson,1984).
- El individuo ha de elegir de forma constante entre uno y otro modo de experiencia, con la consecuente pérdida de información (Ruesch y Bateson,1984).
- Debido a la relación complementaria y a la imposibilidad de recoger una información total, se puede inferir que exista la posibilidad de que la persona nunca se perciba de forma completa en su relación con los demás (Ruesch y Bateson,1984).

Se puede rescatar que a nivel “uno a uno” la persona que emite el mensaje es el centro de la comunicación.

El transmisor es el órgano efector de la persona que lo envía. Los canales son las vibraciones acústicas, lumínicas, olfativas y térmicas que se desplazan por el espacio, además del contacto mecánico con materiales o personas. El receptor consiste en los órganos sensoriales de la persona receptora. Por último, el destinatario es el centro de comunicación de la persona que recibe el mensaje.

### Grupal

La red grupal según Ruesch y Bateson (1984) presenta las siguientes características:

- Las posibilidades de recepción y de transmisión de los mensajes están distribuidas de forma equitativa entre las distintas personas demás (Ruesch y Bateson,1984).
- Los participantes de grandes grupos organizados sólo pueden conocer o la fuente o el destino de los mensajes. La faceta no conocida está asociada a una doble actuación de los individuos como origen y destino o como canales para pasar exclusivamente a otros el mensaje con el consiguiente retraso en

la corrección de los mensajes; este retraso puede superarse con la utilización de atajos demás (Ruesch y Bateson,1984).

En la red grupal se encuentran dos tipos de mensaje la primera es comunicación de “una persona a muchas” (mensaje centrífugo). Este tipo de mensaje tiene como origen el comité o directiva. Existe un transmisor principal que tiende a ser un portavoz o ejecutivo del centro de transmisión. Los canales de difusión de los mensajes por lo regular se da por medio de la prensa, la radio o televisión.

Los que reciben dichos mensajes son personas que deben realizar una interpretación del grupo de mensajes que reciben, oyentes, lectores, críticos y los destinatarios, son miembros conocidos por su rol en ciertos grupos.

El segundo tipo de comunicación de “muchas personas a una” (mensajes centrípetos). El mensaje tiene como origen los componentes del grupo, que como en el nivel anterior sólo son conocidos por su rol dentro de algún grupo.

El emisor es el Vocero, la familia o cualquier otro grupo periférico. Los canales son las acciones instrumentales de las personas, como la correspondencia y la transmisión oral, entre otros. Los receptores suelen ser especialistas encargados de recibir, resumir e interpretar los mensajes, como analistas de noticias y servicios de inteligencia. Por último, el destino del mensaje es el centro de comunicación del grupo, ejecutivo, comité o directivo.

## Cultural

Siguiendo los postulados de Ruesch y Bateson (1984), en la red cultural se puede distinguir los mensajes espacialmente ligados de "muchos hacia muchos". Los mensajes dan origen en diversos grupos conocidos por el rol que desempeñan y expresan opiniones estáticas y morales. El emisor del mensaje pertenece a los grupos especializados en la formulación de las normas de vida como pueden ser los legisladores. Los canales pueden incluir escritos, leyes, reglamentos escritos o no, y costumbres transmitidas por el contacto personal durante la acción. Los

canales de comunicación se convierten en las personas y los receptores a los grupos que se dedican a la interpretación de los mensajes recibidos, por ejemplo, los jueces o ministros.

El receptor del mensaje puede abarcar varios grupos de personas vivientes reconocidas por el papel que desempeñan. Por otro lado, existen los mensajes de "muchos hacia muchos" ligados temporalmente. El origen del mensaje proviene de grupos no específicos cuyos miembros son más antiguos que los receptores o ya han fallecido. El transmisor es la tradición: figuras míticas o históricas. Los canales incluyen escritos, objetos y estructuras arquitectónicas, así como el contacto personal de generación en generación, a menudo implícito en la acción.

El receptor son grupos especializados en la recepción e interpretación de los mensajes del pasado: arqueólogos, historiadores, clérigo y el destino del mensaje son muchos grupos no específicos cuyos miembros son más jóvenes que los que emitieron el mensaje.

De esta forma es como las redes de comunicación entran en juego en el proceso de comunicación, siempre tomando en cuenta el objetivo de lo que se quiere transmitir y con qué fin el mensaje tendrá efecto en las personas que funjan como receptoras.

### **Capítulo III** Marco metodológico

#### 3.1 El enfoque

Para que esta investigación fuera posible se utilizó el método de investigación mixto la cual tendrá la combinación de la perspectiva cualitativa y cuantitativa.

La investigación múltiple, integrativa o mixta son algunos de los nombres que ha recibido este tipo de investigación que ha generado diferentes discusiones y controversias a lo largo de los años.

Definiendo el enfoque mixto puede ser comprendido como "(...) un proceso que recolecta analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio" (Tashakkori y Teddlie, 2003, citado en Barrantes, 2014, p.100).

Durante un proceso largo de tiempo, se consideró que los enfoques cuantitativo y cualitativo eran totalmente opuestos y debido a esa simple razón, no podían utilizarse de forma conjunta; sin embargo, tal como Flick, U. (2012). "la combinación de ambas estrategias ha cristalizado como una perspectiva que se analiza y practica de varias formas" (p. 277).

Este enfoque ofrece varias ventajas o bondades para ser utilizado, Todd, Werlich y Mckeown (2004) Consideran lo siguiente sobre el método mixto:

- Se logra una perspectiva más precisa del fenómeno, incrementa nuestra confianza en que los resultados son una representación fiel, genuina y fidedigna de lo que ocurre con el fenómeno estudiado, ayuda a clarificar y teorizar el planteamiento del problema, así como las formas más apropiadas para estudiar y teorizar los problemas de investigación (Todd, Werlich y Mckeown, 2004).
- Al combinar métodos, aumentamos no solo la posibilidad de ampliar las dimensiones de nuestro proyecto de investigación, si no que el entendimiento es mayor y más rápido, se potencia la creatividad teórica con suficientes procedimientos críticos de valoración (Todd, Werlich y Mckeown, 2004).
- Los modelos mixtos logran que "exploremos y explotemos" mejor los datos, los cuales serán analizados y presentados como resultados de la investigación; generalmente estos resultados obtenidos son representados mediante gráficas, de distinta forma ya sea de pastel o en barra (Todd, Werlich y Mckeown, 2004).

Poniendo en contexto la metodología mixta, se va a partir en dos fases el enfoque cuantitativo será utilizado para la recolección y el análisis de datos para así, dar una posible respuesta a la pregunta de investigación y probar las hipótesis establecidas

previamente con ayuda del enfoque cualitativo, el confiar en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población será algo indispensable para la realización del estudio. La recolección de datos será de gran utilidad para la obtención de datos demográficos, socioeconómicos, tipo de medios que consumen es decir todos los datos duros que se requerirá para favorecer el estudio lo cual le darán mucha confiabilidad y certeza.

Para este enfoque se utilizó el formulario para la recolección de respuestas, ya que sirve para recopilar información de una manera mas estructurada, para después poder analizarla con la finalidad que se le tiene. Se uso un formulario en linea debido a las grandes ventajas que esta proporciona, dentro las ventajas exitentes se encuentra que la recopilacion de información es mucho mejor y mas rapido, lo cual hace que el margen de error a la hora de recopilar información se reduce considerablemente. Otro punto a destacar es la facilidad que tienen los usuarios para poder responderlo sin importar el lugar donde se encuentren, ademas del anonimato que este ofrece generando confianza de expresarse libremente sin temor a sentirse comprometido con sus respuestas.

Otro aspecto a considerar es al momento de vaciar los resultados la misma plataforma ayuda a separar las respuestas y darles porcentaje facilitando demasiado la clasificacion e interpretacion de los resultados.

La fase cualitativa, por otro lado, abordará una realidad subjetiva y dinámica, compuesta por una multiplicidad de los contextos identificados. Este enfoque de investigación priorizará el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos presentes en las realidades examinadas. El proceso de esta etapa será de naturaleza inductiva; los conceptos y categorías de análisis emergerán a medida que se profundice en el estudio. Esto implica, a su vez, un diseño de investigación adaptable, así como el desarrollo continuo de un marco referencial (teórico y reflexivo) que abarque el proceso de investigación.

Según el Dr. Vera, Lamberto (2003), el enfoque cualitativo se refiere al estudio de la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. Este enfoque busca lograr una descripción holística, es decir, intenta analizar exhaustivamente y en detalle un asunto o actividad en particular.

De esta manera los métodos cualitativos con frecuencia son muy utilizados en los estudios de la recepción de medios de comunicación masiva de forma que se combina con el método cuantitativo que se usara en la investigación. Asimismo, la combinación e interpretación de los resultados contribuyen a una mejor comprensión del estudio de la recepción de los estereotipos en los medios de comunicación en audiencias de adolescentes pertenecientes a una comunidad indígena, y a comprender su relación en la formación de su identidad personal, no sólo en la búsqueda de cifras puntuales, sino también en la manera del cómo se da el fenómeno y viceversa.

Para este enfoque se utilizó la entrevista de profundidad este método permite recopilar información sobre el comportamiento, actitud y percepción de los entrevistados, en este caso de los adolescentes pertenecientes a la comunidad de Tepetzalan. Se opto por este método ya que otorga esa libertad de poder explorar puntos adicionales que puedan surgir y cambiar el rumbo del proceso cuando sea necesario, este método de investigación es independiente y puede adoptar múltiples facetas de acuerdo con lo que pase durante la entrevista. Este método es muy flexible e interactivo logrando desarrollar nuevos conocimientos ya que estos son orientados a indagar de forma cuidadosa cada uno de los vértices de la presente investigación.

### 3.2 Técnicas e instrumentos

Para poder llevar a cabo la investigación fue necesario recolectar datos que ayudaron a profundizar este caso de estudio, para ello será necesario utilizar técnicas e instrumentos las cuales ayudaran en la obtención de información que se requiere.

Prueba piloto de la investigación:

Para que esta investigación se pudiera realizar de buena manera se tuvo que realizar una prueba piloto la cual nos sirvió para verificar la fiabilidad de la presente investigación.

“Un estudio piloto es un estudio pequeño o corto de factibilidad o viabilidad, conducido para probar aspectos metodológicos de un estudio de mayor escala, envergadura o complejidad” (Thabane L, Ma J, Chu R, Cheng J, Ismaila A, Rios LP, 2010; 10)

Como su definición lo estipula, esta prueba piloto busco si Facebook es el medio de comunicación que más usan los adolescentes de la comunidad de Tepetzalan de Hidalgo y así poder realizar dicha investigación basándose únicamente en esa red social, cuyos resultados fueron satisfactorios.

Esta prueba piloto nos ayudó obtener estimaciones sobre el cálculo aproximado de lo que sería nuestra muestra final para poder aplicar el método cuantitativo de nuestra investigación. De esta manera se determinó la aceptabilidad que se tuvo con la intervención, de tal forma que nos ayudó a diseñar una buena manera para que los participantes se sintieran cómodos y en confianza al momento de intervenir con los métodos de investigación cuantitativos y cualitativos.

El tamaño de la muestra no necesariamente fue grande, lo importante aquí era demostrar un punto que ayudara a determinar si el estudio era viable, cabe recalcar que la prueba piloto no tenía un límite de participantes, pero si tenía un rango de edad establecidos.

Tema	Objetivo
Datos demográficos.	Identificar edad, idioma, escolaridad.
Tipos de medios de comunicación.	Identificar qué tipos de comunicación cuentan.
Medio de comunicación más utilizada.	Identificar que medio de comunicación utilizan en su día a día.
Frecuencia de conectividad y usos de los medios de comunicación	Identificar temas de interés, así como los comportamientos que optan en relación con el consumo de los distintos medios de comunicación.

Estos son los parámetros con las que se realizó la prueba piloto, los resultados fueron analizados mediante técnicas estadísticas con la finalidad de otorgar un análisis claro del ¿Por qué? Se realiza la presente investigación.

#### Fase cuantitativa de la investigación

Se procederá a elaborar un instrumento de carácter cuantitativo la cual será un formulario tomando en cuenta un muestro probabilístico. Para llevar a cabo esta entrevista se utilizará un cuadro de doble entrada parecida a la de la fase cualitativa donde se definirán que datos se busca obtener con dicha encuesta.

Tema	Objetivo
Datos demográficos.	Identificar edad, género, idioma, escolaridad y lugar de residencia del encuestado.
Tipos de medios de comunicación.	Identificar qué tipos de dispositivos cuentan para ver contenidos audiovisuales.
Datos socioeconómicos.	Conocer sobre el estado socioeconómico de los encuestados.
Consumo de medios de comunicación.	Conocer los principales contenidos que suelen consumir más y que usos le dan.
Relación en su comportamiento con base a la recepción del medio de comunicación más utilizado.	Identificar temas de interés, tiempo de conectividad, perfiles en plataformas y si influye en su desarrollo personal.
Grupos indígenas y medios de comunicación.	Identificar si se han visto o escuchado personajes indígenas en los medios de comunicación, así como el significado para ellos.

Con estos parámetros se llevará a cabo las encuestas una vez finalizadas la aplicación de la encuesta, las respuestas se analizarán mediante técnicas estadísticas este método facilitara la obtención, la cuantificación, el análisis y la interpretación de datos.

#### Fase cualitativa de la investigación

Para el instrumento cualitativo consistirá en una entrevista de profundidad, el espacio geográfico donde se realizarán ambas fases será en la comunidad indígena de Tepetzalan lugar donde se llevará acabo el estudio. Para llevar a cabo esta entrevista se utilizará un cuadro de doble entrada donde se definirán que datos se busca obtener con dicha entrevista.

Tema	Objetivo
1. Interpretación de la recepción de medios de comunicación.	Comprender las significaciones que le dan a lo que visualizan en los distintos medios de comunicación y la forma en que estos las desarrollan en su vida diaria.
2. Pertenencia étnica.	Identificar lo que representa pertenecer a una cultura indígena, así como su compromiso con el pueblo y sus tradiciones culturales.
3. Opinión acerca de los contenidos vistos en los medios de comunicación.	Identificar temas de interés, así como las problemáticas que pueden presentar su comunidad en base a los estereotipos generados por los contenidos vistos en los medios de comunicación.

Teniendo en cuenta estos parámetros se hará más fácil la realización de la entrevista de profundidad, pero para poder llevarla a cabo se realizará una pequeña introducción que tendrá la finalidad de facilitar la información al entrevistado del objetivo principal que tiene la entrevista para que este colabore y proporcione toda la información necesaria para llevar a cabo el estudio.

## **Capítulo IV** Análisis de la información

### 4.1 Resultados de la prueba piloto

La prueba piloto sirvió para verificar la fiabilidad de la investigación para tema de tesis. “Los estereotipos mostrados en la red social Facebook y su influencia en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan del municipio de Cuetzalan y cómo influyen en su cultura”

Contexto: Se llevo a cabo una prueba piloto mediante una encuesta en línea con un número de 7 preguntas, sin ningún límite de participantes, pero con la condición de estar entre el rango de edad de 12 a 15 años, no es necesario que sea estudiante o no, solo con que cumpla el criterio de edad.

El propósito de la prueba fue verificar la fiabilidad de la investigación sobre el tema de tesis titulado “Los estereotipos mostrados en la red social Facebook y su influencia en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan del municipio de Cuetzalan y cómo influyen en su cultura”. Con esto se buscó determinar si Facebook es el medio de comunicación que más usan los adolescentes de la comunidad de Tepetzalan de Hidalgo y así poder realizar dicha investigación basándose únicamente en esa red social.

Pregunta de investigación: ¿Cómo influyen los estereotipos mostrados en la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan?

Resultados principales:

La prueba piloto fue contestada por 23 participantes, se debe tomar en cuenta que la comunidad de Tepetzalan de Hidalgo, tiene un aproximado de 1,500 habitantes lo cual más del 80% son personas con una edad de 16 años para adelante. El 20% restante pertenece a bebés, niños y adolescentes. Es una comunidad pequeña y las respuestas obtenidas van de acuerdo con la población.

### Grafica 1: Hablantes de lengua náhuatl:



---

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de las encuestas de la prueba piloto

El 77% de los encuestados respondieron que sí hablan náhuatl mientras que el 23% de los encuestados respondieron que no hablan náhuatl.

Los datos de la encuesta demuestran que gran de los participantes, para ser exactos el 77%, afirmaron saber hablar la lengua indígena náhuatl. Esto significa que la mayoría de la población encuestada tiene la habilidad de entender y hablar esta lengua indígena.

Por otro lado, el 23% de los encuestados respondieron que no hablan náhuatl. Esto muestra que hay un menor número de personas en la población encuestada que no tiene la capacidad de hablar y entender esta lengua indígena.

### Grafica 2: Medio de comunicación más usado



---

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de las encuestas de la prueba piloto

El 41% de los encuestados respondieron que usan un servidor de red social como medio de comunicación que más utilizan, el 36% respondió que usa la televisión como medio de comunicación más usado, el 23% respondió que usa el internet como medio de comunicación más usado, mientras que el 0% de la población encuestada prácticamente no usa la radio como un medio de comunicación.

Los datos de la encuesta demuestran que, en esta muestra el 41% utilizan un servidor de red social como medio de comunicación más utilizado, esto sugiere que las redes sociales juegan un papel muy importante en este segmento de la población encuestada. La televisión pasa a ser el segundo medio más utilizado con un 36%, esto indica que este medio de comunicación tradicional sigue siendo de los más utilizados siendo una fuente de información y entretenimiento muy útil para los encuestados. El internet pasa como el tercer más utilizado con un 23%, lo cual refleja lo importante que va tomando esta herramienta para la búsqueda de información. Es interesante ver como nadie eligió la opción de radio como medio de comunicación es evidente que no cubre las necesidades que los adolescentes demandan

**Grafica 3: Red social mas usada**



---

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de las encuestas de la prueba piloto

El 47% de la población encuestada respondió que Facebook es la red social que mas utilizan, el 30% respondió que Instagram es la red social que mas utilizan, el 19% respondió que TikTok es la red social que mas usan, el 5% respondió que utilizan otras redes sociales mientras que el 0% de la población no utiliza X (anteriormente conocida como Twitter).

Los datos claramente dejan en claro que Facebook es la red social mas popular entre la población encuestada, con un solido 47% de las respuestas, esto demuestra que esta red social es la opcion principal para la interaccion y comunicación en línea. Instagram ocupa el segundo lugar con un 30% de la población encuestada, esto indica que empieza a ser una plataforma influyente dentro de los participantes. TikTok pasa a ser tercero, sin duda alguna esta red social es de las más populares en el mundo y era más que claro que también seria de las que mas utilizan los participantes de dicha encuesta. Un dato interesantes que el 5% usan otras redes sociales, ademas de que nadie utiliza X (anteriormente conocida como Twitter).

**Grafica 4: Frecuencia de uso de medio de comunicación**



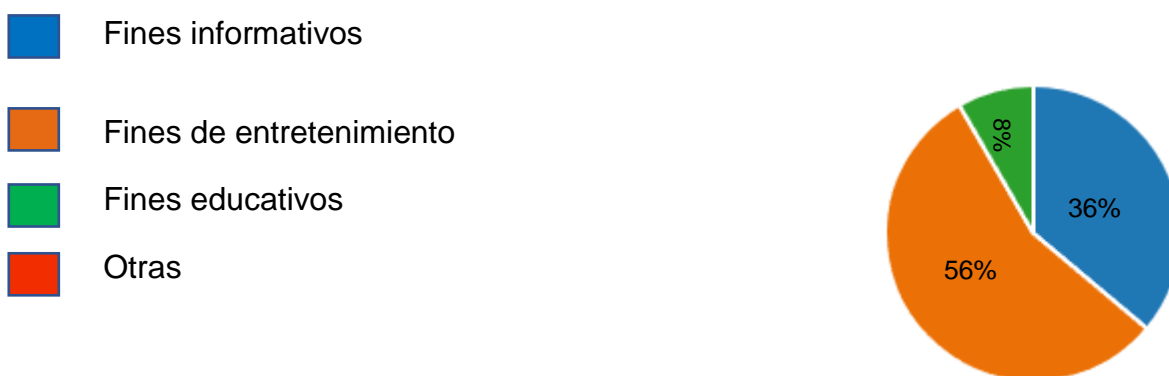
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de las encuestas de la prueba piloto

Al ser Facebook el medio de comunicación mas usada, teniendo ese dato claro se busco la frecuencia de conectividad por parte de los encuestados lo cual dio estos datos.

El 36% de los encuestados respondieron que pasan de 5 a 6 horas conectados a Facebook a lo largo del día, el 32% pasa de 3 a 4 horas conectados a Facebook, el 27% pasa de 7 a horas conectados a Facebook, mientras que el 5% pasa de 1 a 2 horas conectados a Facebook.

Los datos demuestran una variedad significativa en la cantidad de tiempo que pasan conectados a Facebook los encuestados. El 36% de la población encuestada pasan de 5 a 6 horas conectadas repartidos en todo el día, una buena cantidad de tiempo dentro de la plataforma. Por su parte el 32% pasa de 3 a 4 horas en Facebook una cantidad moderada a comparación del primer grupo. El 27% pasan de 7 a 8 horas, cantidad que rebasa el primer y segundo grupo, siendo este el grupo más activo dentro de la plataforma. Por el ultimo el 5% pasa de 1 a 2 horas dentro la plataforma una cantidad muy nula a comparación de los otros grupos. Los resultados son muy interesantes y valiosos para poder comprender los patrones de uso de esta red social en los encuestados, ya que pueden tener implicaciones en términos de influencia en la vida de las personas que participaron.

### **Grafica 5: Fines al uso de este medio de comunicación**



---

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados de las encuestas de la prueba piloto

El 56% de los participantes respondieron que usan Facebook para fines de entretenimiento, el 36% lo usa para fines informativos y solamente el 8% lo usa para fines educativos.

La mayoría de la población encuestada, para ser exactos el 56% utiliza Facebook para fines de entretenimiento, es decir, utilizan la plataforma para diversión, pasar el rato y socializar. El 36% de los participantes lo utilizan para fines informativos, un segmento considerable de los participantes está pendiente de noticias, eventos de interés. Solamente el 8% lo utiliza como una herramienta de aprendizaje, es un porcentaje bajo, pero demuestra que aún hay personas que lo utilizan como un método para seguir aprendiendo.

Interpretación de los resultados:

Los resultados de la prueba piloto indican que la encuesta diseñada para determinar si Facebook es el medio de comunicación que más usan los adolescentes de la comunidad de Tepetzalan de Hidalgo y así poder realizar dicha investigación basándose únicamente en esa red social es adecuado para su propósito.

Los datos reflejan que el medio de comunicación que más utilizan es un servidor de red social con un 41% de respuestas por parte de la población encuestada, con base a ello se muestra que Facebook es la red social más usada con un 47% debido a la gran popularidad que este posee.

Gran parte de los encuestados pasan mucho tiempo conectados en esta red social podemos intuir que hay implicaciones en cuestiones de influencia en el comportamiento de los adolescentes. Estos resultados sugieren que la investigación puede llevarse a cabo con la confianza de que, en el estudio previo del tema de investigación, arrojaron datos positivos para poder realizarse.

## 4.2 Resultados de la fase cuantitativa de investigación

**Título del estudio:** "Aplicación del método cuantitativo de investigación enfocado en el análisis de los estereotipos de comportamiento presentes en la red social Facebook en adolescentes indígenas. ".

Tema de tesis: "Los estereotipos mostrados en la red social Facebook y su influencia en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan del municipio de Cuetzalan y cómo influyen en su cultura"

**Contexto:** Se llevo a cabo una prueba del método cuantitativo de la investigación mediante un formulario en línea con un número de 16 preguntas, sin ningún límite de participantes, pero con la condición de estar entre el rango de edad de 12 a 15 años, no es necesario que sea estudiante o no, solo con que cumpla el criterio de edad. El propósito es saber más acerca de los adolescentes de la comunidad de Tepetzalan.

Los datos que se requieren saber son los siguientes: datos demográficos, tipos de medios de comunicación, datos socioeconómicos, consumo de medios de comunicación, relación en su comportamiento con base a la recepción de medios de comunicación y grupos indígenas y medios de comunicación.

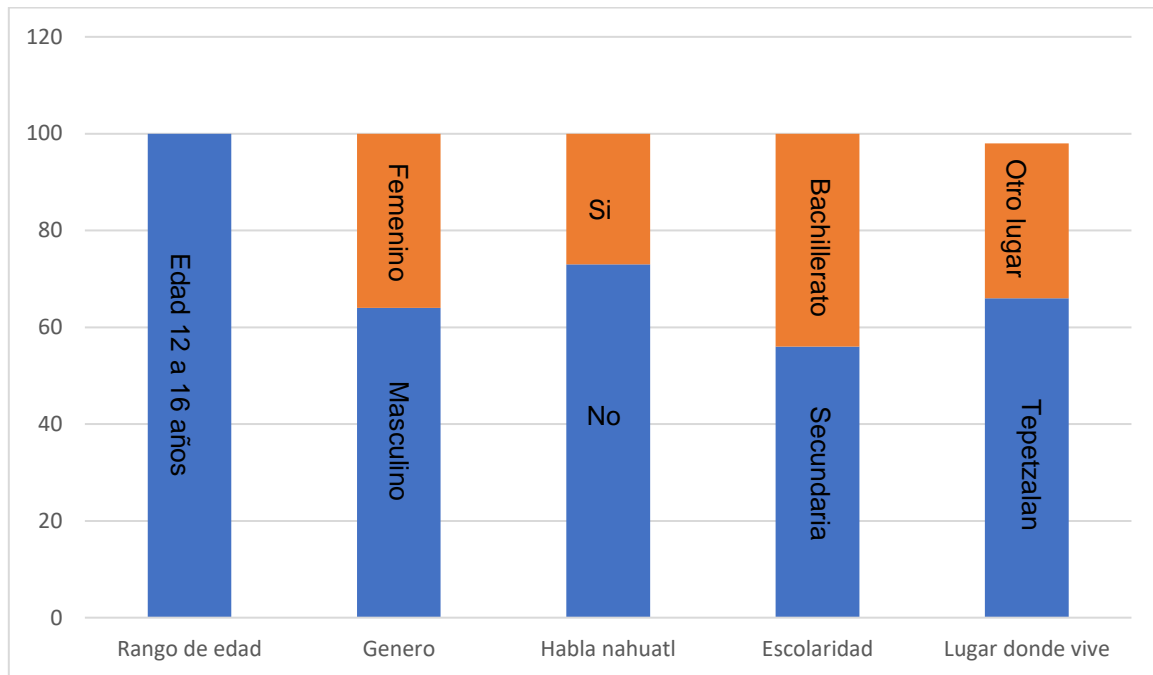
Este formulario determino los intereses de los entrevistados, así como las maneras en las que se mantienen conectados todo esto con base a la red social de Facebook, la prueba piloto realizada con anterioridad facilito la realización del formulario debido a que se tenía una estimación del cómo se comportó los participantes en la encuesta aplicada.

**Pregunta de investigación:** ¿Cómo influyen los estereotipos mostrados en la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan?

### **Resultados principales:**

Datos demográficos

**Grafica 6: Datos demográficos**



Entre los adolescentes que respondieron el formulario, el 100% cumple con el rango de edad que es de 12 a 15 años. Respectivamente el 64% son del género masculino y el 36% son del género femenino. Así, mismo el 73% respondió saber hablar español y náhuatl, mientras que el 27% únicamente habla español. El 56% de los adolescentes participantes cursan actualmente la secundaria, mientras que el 44% cursan el bachillerato. El 68% de los participantes viven en la comunidad de Tepetzalan de Hidalgo, el 32% vive en otras comunidades cercanas, pero con la distinción que son originarios de esa comunidad, que por razones personales tuvieron que mudarse a los lugares donde viven ahora.

## Datos socioeconómicos

### Grafica 7: Usuarios de Facebook

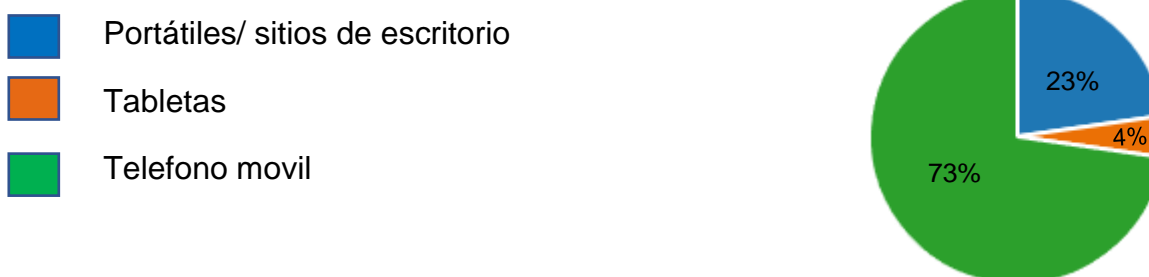


---

Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

El 97% de los participantes respondieron que sí cuentan con un perfil de Facebook, mientras que solo el 3% respondieron que no cuentan con un perfil en esta red social. Los datos reflejan que la mayoría usa esta red social, esto por la accesibilidad que este tiene, un porcentaje mínimo no cuenta con ello, puede ser porque no tiene al alcance para un dispositivo móvil o que ni siquiera cuenta con el recurso suficiente para poder ir a un ciber.

### Grafica 8: Dispositivo utilizado



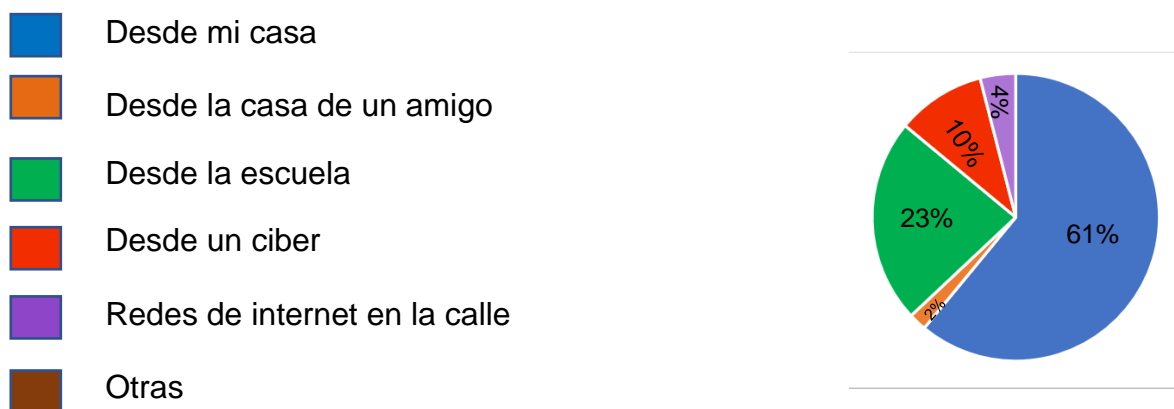
---

Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

El 73% de los participantes acceden a Facebook desde teléfonos móviles, lo que representa una evidente mayoría, de tal forma sugiere que los teléfonos celulares o smartphones, son la opción preferida para ingresar a la plataforma. Las computadoras de escritorio/portátiles representan solo el 23% esto indica que, si

son utilizados, pero por comodidad o accesibilidad los dispositivos móviles llevan ventaja. Por el ultimo tenemos a las tabletas que solo tienen el 4% de las respuestas, lo que sugiere que es la opción menos popular para entrar a la plataforma.

**Grafica 9: Lugar de conexión**



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

La mayoría de los participantes el 61% se conectan a la plataforma desde la comodidad de sus hogares, esto sugiere que hay mayor privacidad y conveniencia en cuestión de conectividad en sus hogares. Seguido de ello se encuentra la escuela con un 23% de respuestas, esto podría darse a que las instituciones cuentan con una buena cobertura además de que tienen acceso a Internet lo que facilita el ingreso a la plataforma. El 10% de las respuestas prefieren conectarse desde un ciber, esto sugiere que un sector de los participantes prefiere conectarse desde este sitio público, posiblemente a la falta de Internet o señal de celular en sus hogares o que de plano no cuentan con ningún dispositivo propio con el que puedan acceder. Las redes de internet en la calle y la casa de un amigo son las opciones menos comunes con el 4% y 2% respectivamente, son poco comunes pero existentes las cuales pueden ser utilizadas en situaciones más específicas.

Consumo de medios de comunicación.

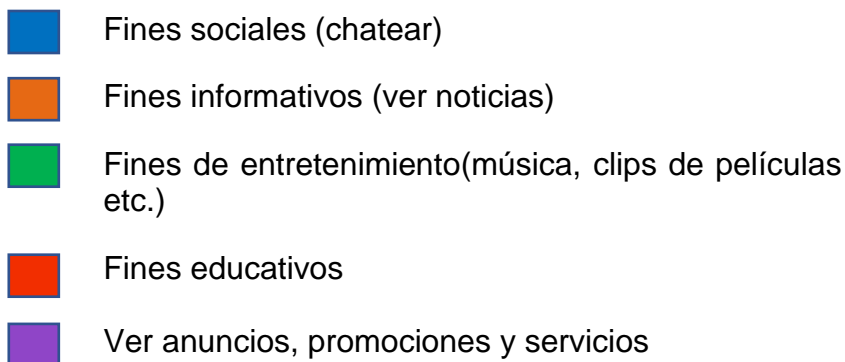
**Grafica 10: Tipo de contenido más consumido**



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

El tipo de contenido es variado por parte de los participantes, dentro de las nueve opciones que se presentaron dos opciones destacan por encima de las demás, siendo deportes/noticias deportivas y clips de películas con 20 elecciones para cada uno. Llevándose el segundo puesto se encuentra la opción de video vlogs con 15 selecciones siendo este de los contenidos más consumidos por parte de los adolescentes participantes. Con 13 selecciones se encuentra la opción de clips de novelas siendo así la tercera opción más consumida un número significativo y muy cercano a las primeras opciones. Con 9 selecciones se encuentra la opción de moda y ropa quedándose con el cuarto puesto de este rubro, siendo una cantidad relativamente significativa, el contenido de noticias comparte la quinta posición con la opción de belleza y salud ambas con 6 selecciones. Por último, la opción de streams en vivo solo tuvo 3 selecciones y con una sola opción se encuentra el contenido de videos educativos.

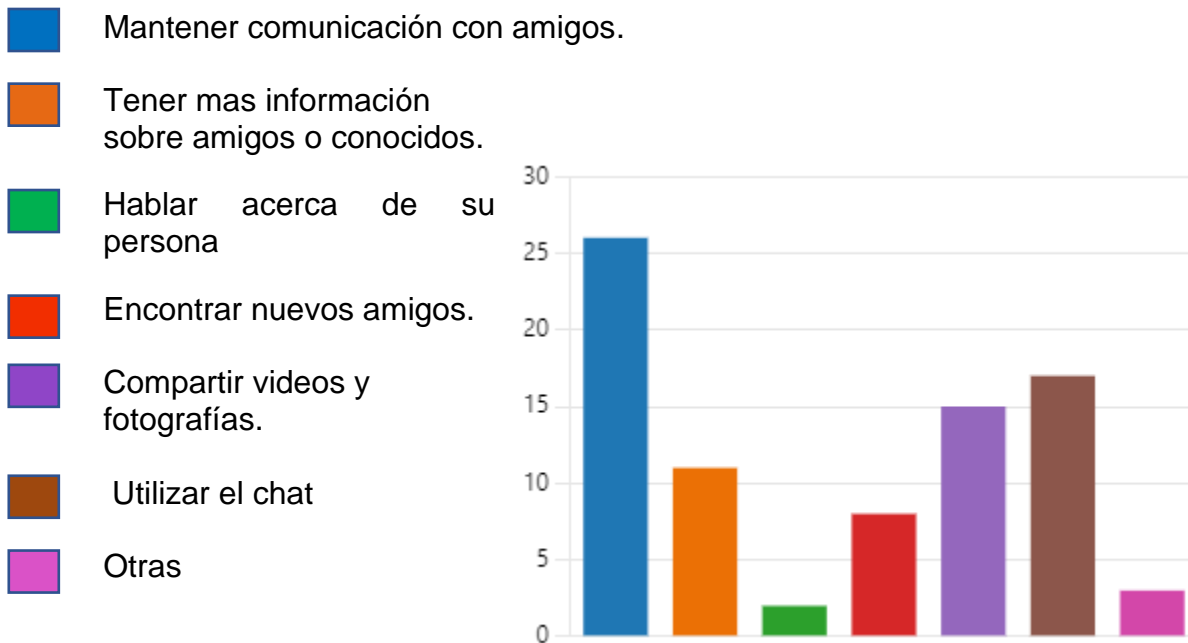
### Grafica 11: Fines de uso de Facebook



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

La mayoría de los adolescentes participantes, un 44% utilizan Facebook con fines de entretenimiento visualizando videos musicales, cortos de películas o lo que la persona considere entretenido, lo que sugiere que la plataforma es ideal para pasar tiempo de ocio y diversión. El 39% lo utiliza más para fines sociales, chatear con amigos o familiares demostrando así, que Facebook es una herramienta fundamental para el proceso de comunicación dentro de la sociedad y en esta comunidad no es la excepción. El 8% representa los fines educativos, es una minoría, pero demuestra que aun utilizan Facebook como una fuente de información, por su parte los fines educativos representan un 6% una cifra bastante baja para este rubro y es entendible en Facebook hay buen contenido educativo, pero es muy fácil distraerse con viendo otras cosas que la plataforma sugiere. La visualización de anuncios, promociones o servicios representa un 3%, esto indica que la mayoría de los participantes entrevistados no utilizan esta red social como una plataforma para informarse sobre algo que desean adquirir.

## Grafica 12: Utilidad que se le da a Facebook



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

Facebook es una red social muy importante por excelencia su fácil manejo hace que muchos lo utilicen fácilmente, esta red social puede ser utilizada para diferentes cosas. Los participantes dentro de este formulario indican con unas 26 selecciones utilizan esta plataforma como un medio para mantener comunicación con sus amigos, de esos 26 solo 17 ocupan el chat tener interacción en tiempo real con sus amigos o conocidos. Con 15 selecciones tenemos la opción de compartir videos y fotografías por parte de los usuarios, una cifra bastante significativa. Tener más información sobre amigos o conocidos cuenta con 11 selecciones, esto significa que si alguien está interesado en una persona en específico recurre a esta red social para saber más de él sin necesidad de hablar en persona. Con 8 selecciones encontramos la opción de hacer nuevos amigos, una cifra baja y dando a entender que para hacer amigos Facebook no es la herramienta que más utilizan, de tal manera con 3 selecciones tenemos la opción de otras es decir los participantes le dan otro uso. Con solo 2 selecciones se encuentra la opción de hablar acerca de su persona, es decir utilizan la plataforma para contar su día a día, situaciones por las que estén pasando etc.

Relación en su comportamiento con base a la recepción del medio de comunicación más utilizado.

### Grafica 13: Frecuencia de conectividad

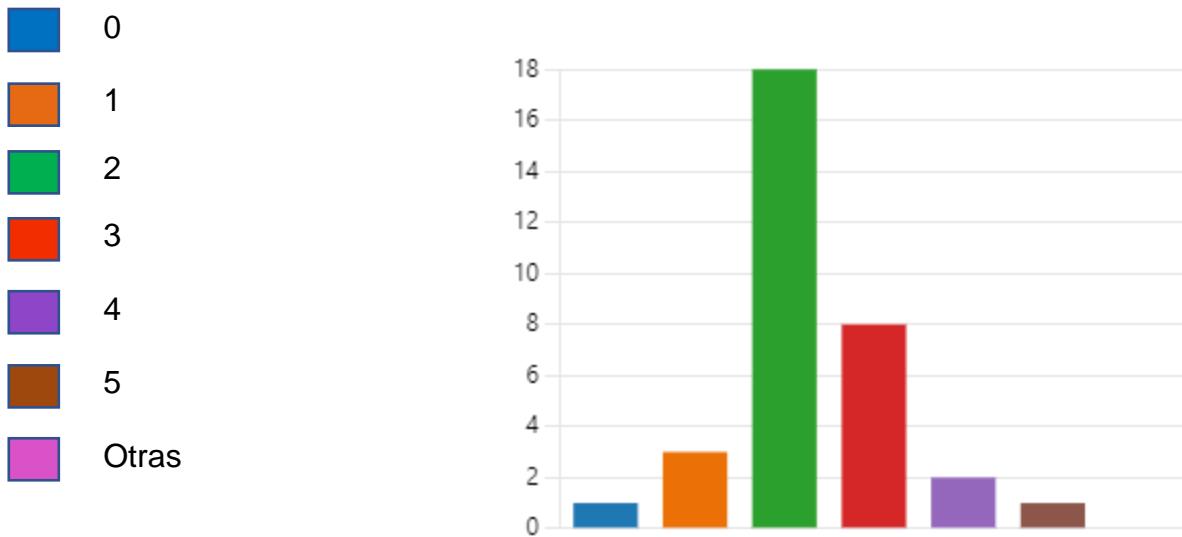


---

Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

Acerca de la frecuencia con la que se usa esta red social, muestran diferentes intervalos de tiempo. Con un 38% establecen que los adolescentes participantes pasan de 5 a 6 horas contestados a lo largo del día, esto sugiere una alta demanda de esta red social y lo importante que es para sus vidas. El 31% respondió que pasan de 1 a 2 horas conectados un tiempo bastante moderado, aquí hay un cambio muy grande respecto a la prueba piloto solo tenía un porcentaje del 5%, en un lapso de cuatro meses hubo un cambio significativo por diversos factores, el primero es que esta vez fueron más personas que contestaron el instrumento, el segundo es que muchas pasaron de secundaria a bachillerato lo cual quita un poco más de tiempo y la tercera podría ser que al conocer más personas se la pasan conviviendo más con ellos y estar conectados pasa a segundo plano. Por su parte el 25% pasa de 3 a 4 horas al día conectados una cifra muy normal sin excederse pero que tampoco se considera poco tiempo, un porcentaje que se encuentra dentro de los estándares. Solo el 6% utiliza la red social de 7 a 8 horas al día, aquí otra observación, en la prueba piloto salió con un 27%, son cambios muy significativos que demuestran lo cambiantes que pueden ser las personas en cuestión de prioridades de acuerdo con las necesidades que se les presenten.

**Grafica 14: Perfiles de usuario en otras redes sociales**



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

Facebook es la red social que más usan por excelencia, pero no es la única en la que tienen un perfil o usuario. Los participantes dentro de este formulario indicaron con 18 selecciones que cuentan con al menos otros dos perfiles en otras redes sociales, aunque Facebook es la que más usan. Con 8 selecciones encontramos que algunos participantes cuentan con 3 perfiles en otras redes sociales. Con 3 selecciones indican que solo cuentan con 1 perfil en una red social siendo este Facebook, mientras que con 2 selecciones indican que cuentan con al menos 4 perfiles en otras redes y con una sola selección encontramos que hay un participante que cuenta con al menos 5 perfiles de usuario en otras redes sociales. Cabe mencionar que una persona indicó que no tiene redes sociales, así que esa opción solo tuvo una selección.

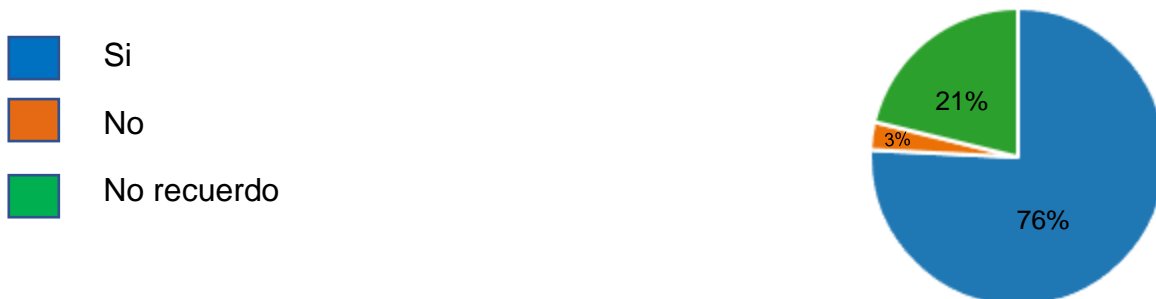
### Grafica 15: Influencia en comportamiento



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

Los datos demuestran que la mayoría de las personas encuestadas, el 79% considera que lo que visualizan en Facebook influye de manera directa en su comportamiento, mientras que el 21% un grupo más pequeño indica que lo que ve en la plataforma no influye en su comportamiento. Una cosa queda en claro y es, que existe una alta influencia de Facebook en el comportamiento de las personas de acuerdo con lo que ven, impactan de manera significativa, es decir, en la forma que piensan, actúan, toma de decisiones, vestimenta hasta incluso en gustos musicales. En términos generales no es malo, pero si se exagera claro que si porque afecta de manera directa en la manera de como perciben la realidad y las actitudes que puedan tomar ante distintas situaciones. Es aquí el punto donde se debe considerar el uso correcto de las redes sociales y la necesidad de tener los pies en la tierra sobre como toda esta influencia afecta de manera directa sus vidas. Grupos indígenas y medios de comunicación.

### Grafica 16: Visualización de contenido de culturas indígenas.



Fuente: Elaboración propia con base a 34 formularios

Los datos revelan por parte de los adolescentes participantes dentro del formulario, que el 76% han visto contenido relacionado a su cultura y otras culturas indígenas en videos o fotografías que circulan dentro de la red social. Un pequeño porcentaje del 3% indica que no ha visto nada en relación de su cultura u otras, esto sugiere que hay bastante contenido multimedia relacionado a su cultura circulando en redes, esto sucede más que nada por el algoritmo de la misma plataforma al saber la ubicación del usuario, amistades en común, páginas que sigue en automático recomienda videos al azar tomando en cuenta su ubicación geográfica e intereses. Por otra parte, el 21% no recuerda haber visto contenido multimedia relacionada a culturas indígenas, esto quiere decir que, si lo han visualizado en el pasado, pero no le dieron la importancia necesaria o simplemente no lo recordaron de manera inmediata al momento de responder el formulario.

#### 4.3 Resultados de la fase cualitativa de investigación

En el marco de nuestro estudio cualitativo sobre la influencia de Facebook en el comportamiento de los jóvenes, hemos realizado entrevistas en profundidad con varios participantes para explorar sus experiencias y percepciones. A continuación, presentaremos una interpretación inicial de los datos recopilados, destacando los temas y patrones emergentes:

Tras haber realizado un estudio en el marco cualitativo de la presente investigación, mediante una entrevista de profundidad sobre la influencia de los contenidos vistos en Facebook, y la manera de como influyen en los comportamientos de los adolescentes de la comunidad indígena de Tepetzalan y la forma en que este afecta directamente su cultura. Hemos llegado a la fase final de la interpretación de los resultados obtenidos. Las entrevistas que se realizaron representan parte fundamental para nuestro estudio, poder explorar sus experiencias, percepciones y perspectivas sobre todo este fenómeno nos ayudara a entender mejor como es que viven toda esta situación.

Se realizaron cinco entrevistas entre los adolescentes entrevistados de la comunidad de Tepetzalan, hubo dos mujeres y tres hombres en un rango de edad de 12 a 15 años. Son estudiantes de secundaria y de primer semestre de bachillerato.

Durante el análisis de las entrevistas, se llevó con base a los tres temas de interés:

1. Interpretación de la recepción de medios de comunicación
2. Pertenencia étnica
3. Opinión acerca de los contenidos vistos en los medios de comunicación.

Teniendo en cuenta los tres temas de interés, a continuación, presentaremos una visión general de los patrones emergentes que se observaron en las respuestas de nuestros participantes durante la entrevista y al momento de codificar sus respuestas.

#### Interpretación de la recepción de medios de comunicación

Los adolescentes entrevistados consideran, que Facebook influye de manera directa en su comportamiento, ya que existe una concentración muy grande en general en la que esta red social desempeña un papel en la creación y adopción de estereotipos.

“En mi opinión creo que influye porque en Facebook se ven cosas que suelen ser adoptados adolescentes como yo.... Siento que Facebook está lleno de cosas nuevas, y personas de mi edad se les hace fácil seguir lo que ven. Entonces es algo que influye en mi vida y de muchos más..... Yo he visto a compañeros míos en la escuela muy influidos por eso ya sabes, en la forma en que se visten, en la muisca que oyen y también cuando deciden algo” (Participante 2)

Albert Bandura en La Teoría del Aprendizaje Social (1977) plantea que existen cuatro procesos de aprendizajes la cual aquí se refleja el primero: la atención:

“Para aprender, es necesario estar enfocado y poner atención. Especialmente en el caso de los niños, si ven algo novedoso o diferente, es más probable que presten atención” (Bandura.1977)

En este caso para que un adolescente haya adoptado estereotipos tuvo que haber puesto demasiado atención para poder hacerlo, la teoría eje de la presente investigación se enfoca especialmente en niños, pero claramente podemos constatar que no es así, la atención es un aspecto clave para aprender algo nuevo, sino te interesa no le pones atención, en este caso si hay interés, si hay interés y si hay influencia en el comportamiento.

No obstante, la adopción de estereotipos es debatible, sino que también, existe la parte sobre el contenido no apto de acuerdo con la edad, dejando de lado el aspecto negativo encontramos la capacidad de conectar con el mundo exterior gracias a Facebook. La relación entre la influencia positiva y negativa de las redes sociales es un punto importante en el presente análisis.

“Pues mira, yo creo que sí influye bastante en la manera en que conocemos lo que hay a nuestro alrededor. Es que ves un montón de fotos y videos de lugares que están lejos de aquí y gente haciendo todo tipo cosas... La verdad, gracias a lo que yo he visto en Facebook, tengo una idea de cómo es la vida en otros lugares.... Incluso me daba una idea de cómo es la vida de otros chicos de mi edad y actualmente estoy viviendo eso y me dan más ganas explorar y descubrir más”  
(Participante 5)

Contar con alguna red social de cierta manera te da un estatus, talvez en zonas urbanas no se destaquen tanto debido a que están más acostumbrados a tener estas facilidades. En cambio, en una comunidad tan pequeña como Tepetzalan, una persona con una red social puede destacarse entre las demás. Dicho lo anterior esto puede influir en la vida de los usuarios el momento de tomar decisiones cotidianas, como su estilo de vida, elecciones culturales o preferencias.

En este caso los medios de comunicación se pueden destacar como facilitadores de información, que a la par juegan un papel importante para la toma de decisiones lo cual puede aplicarse a diversos temas lo que permite sacar sus propias conclusiones. No obstante Facebook es muy influyente al momento de la interacción social y de comportamiento en sectores específicos, es decir, en su comunidad pueden hablar náhuatl y hablar con amigos de la forma en que siempre lo han hecho y sentirse bien con ellos mismos, pero en la escuela o en algún lugar público es donde se encuentra la influencia en temas más específicos y destacando en el comportamiento y las interacciones sociales.

“Si influyen en mi vida y más con mi edad... Diría que influye al momento de comportarme en ciertos lugares... Por ejemplo, en Facebook puede mostrar mediante videos y fotos cómo es la vida de otras personas y nos inspiran a actuar de cierta manera... De esta manera siento que forma parte de este círculo social. (Participante 3)

Es aquí donde entran los otros dos procesos de aprendizaje la retención y la reproducción:

“Retención: Internalizar la información que acaban de aprender y almacenarla como recuerdo. Reproducción: Reproducir información que se retuvo anteriormente y utilizarla cuando sea necesario, como en un examen” (Bandura.1977)

Para que realmente para que lo que visualice tenga efecto en las personas, deben retener lo que ven para así poder reproducirlas ya que si no se hace el proceso las cosas no les saldrán bien. Para complementar estos dos procesos de aprendizaje, mediante las respuestas por parte de los entrevistados reflejan una variedad de formas en que los medios como Facebook influyen en sus decisiones cotidianas, estilo de vida, elecciones culturales y preferencias. Si bien algunos ven a esta red social como facilitador de información y socialización, otros señalan su influencia en temas más específicos y destacan su capacidad para influir en el comportamiento y las interacciones sociales reteniendo y reproduciendo lo que observan.

### Pertenencia étnica

La cultura nahua en esta comunidad es algo muy importante en esta comunidad y en todas las comunidades pertenecientes al municipio de Cuetzalan. Es lo más representativo e importante tradición cultural que poseen, la gente se siente identificada por sus raíces, la lengua náhuatl, la vestimenta típica son algunos ejemplos de esta cultura.

Los participantes en la entrevista de profundidad manifiestan que para ellos pertenecer a esta cultura forma parte de un legado histórico, ven su cultura como un tesoro de conocimientos transmitidos por sus antepasados a través de tradiciones, costumbres y, en algunos casos, su lengua materna como el náhuatl, además es una herencia cultural se remonta a tiempos antiguos, lo que le otorga un valor especial. Se menciona además el orgullo que tienen al formar parte de la cultura nahua y expresan su deseo de compartir y enseñar a otros sobre su herencia cultural, además de darle continuidad a una cultura antigua es otro aspecto que se destaca. Los participantes ven su papel como portadores de una tradición que debe perdurar y ser transmitida a las generaciones futuras.

“Para mí pertenecer a una cultura indígena es representar y formar parte de una gran familia en donde se comparten conocimientos que nos han dejado nuestros antepasados. La identidad cultural la describirá de esta forma; nos gusta compartir las tradiciones, las costumbres y nuestra lengua materna a las nuevas generaciones para que se pueden preservar y para que se sientan parte de la cultura indígena.” (Participante 1)

Se refleja una profunda apreciación y valoración de su identidad cultural indígena, para ellos, pertenecer a una cultura indígena como la nahua, significa estar arraigado en un legado histórico, mantener tradiciones y costumbres, y sentir orgullo por su herencia cultural. La antigüedad y la continuidad de la cultura son aspectos que resaltan en sus descripciones de identidad cultural.

“Me siento orgulloso de formar parte de la cultura nahua y trato de enseñarles a mis compañeros de escuela acerca de mi cultura... Para mí ser parte de una cultura indígena significa llevar con una responsabilidad de hacer que se siga manteniendo estas tradiciones” (Participante 4)

De tal forma podemos entender que la pertenencia étnica, tienen un patrón de significados que pueden incluir acciones, enunciados, tradiciones y objetos que son significativos para las personas pertenecientes de esta comunidad.

Por su parte plantean que la transmisión de su cultura ha sido buena, debido a la enseñanza activa y positiva, expresan una actitud positiva hacia su papel en la transmisión de la cultura y tradiciones. Consideran que están haciendo un esfuerzo activo para enseñar a los niños más acerca de su cultura y ven su papel como una contribución valiosa para preservar y transmitir las tradiciones.

“Considero que sí muestro lo bonito que es pertenecer a esta cultura... a través de mi participación en actividades culturales, así como compartir estas tradiciones con mis amigos y compañeros.... siento que contribuyó a la transmisión de mi cultura” (Participante 4)

Algunos señalan que, si bien están haciendo lo posible para la transmisión de su cultura, el interés y la disposición de los niños para aprender también son un factor importante. Se reconoce que las intenciones de aprender de las generaciones futuras pueden variar y que depende demasiado de la voluntad de los niños para aprender sobre su cultura. Otro aspecto para tomar en cuenta es que gran parte de la transmisión de la cultura depende de la educación que los niños reciben en casa, destacando la importancia de la educación familiar en la preservación de las tradiciones culturales.

“Creo que estoy haciendo lo que puedo para transmitir nuestra cultura y tradiciones a los niños... Aunque siento que depende de los niños si desean saber más o no sobre nuestra cultura” (Participante 2)

Aquí es donde se incluye el último proceso de aprendizaje que es la motivación:

“Sin motivación no hay interés de hacer cualquier cosa. Esta motivación se puede originar cuando observamos que otra persona es recompensada o reprochada por hacer o no algo, lo que motiva al observante a querer hacer lo mismo o evitarlo” (Bandura.1977)

Tal y como lo manifiestan los participantes si los niños o mismos chicos de su edad no tienen motivación por aprender más acerca de su cultura no lo harán, ya sea porque no les interesa o por el simple hecho de observar lo discriminados que son las personas de origen indígena, pero si no ven algo beneficioso para ellos, no tendrán la motivación suficiente para aprender más.

Volviendo al tema central sobre Facebook, esta red social puede funcionar como una plataforma de difusión cultural, las respuestas de los participantes plantean que esta red social tiene un alcance muy alto de audiencia, es una herramienta efectiva para la difusión de las tradiciones culturales, gracias a su alcance pueden conectar con personas de diferentes lugares y culturas.

“Considero que Facebook si puede ser una herramienta que nos ayuda a difundir y preservar las tradiciones porque en el momento en que se comparten imágenes, videos o textos, no sólo lo vemos las personas que formamos parte de esta cultura, sino que también personas que son de otros lugares, que les podría interesar, conocer y aprender de nosotros” (Participante 1)

Se enfatiza que es esencial transmitir las tradiciones culturales de manera adecuada. Consideran que la representación precisa y respetuosa de su cultura es fundamental para el éxito de la difusión en Facebook. También se plantea que el sector del turismo juega un papel importante en la difusión de las tradiciones a través de esta red social. La promoción sobre experiencias durante la estancia en el municipio y las visitas a las comunidades son una estrategia efectiva para la difusión de la cultura.

“Yo siento que si siempre y cuando se difunda de buena manera porque si no se estaría haciendo lo mismo de siempre...Creo que daría resultado porque puede llegar a mucha gente” (Participante 4)

Opinión acerca de los contenidos vistos en los medios de comunicación.

Facebook es una plataforma con mucho contenido visual por lo que Identifica temas de interés, así como las problemáticas que pueden presentar su comunidad o hacia ellos mismos en base a los estereotipos generados por los contenidos vistos en los medios de comunicación. Por ello es necesario poder identificar situaciones de

discriminación o prejuicios en línea relacionados con su identidad indígena en Facebook.

Por parte de los participantes existieron muchas opiniones divididas debido a que destacan la ausencia de discriminación en línea debido a su identidad indígena, con lo que esto sugiere que su experiencia en línea ha sido libre de prejuicios en este sentido. Por otra parte, se plantea que en algunos casos si sufren discriminación por sus raíces en la escuela, pero estas experiencias desagradables de discriminación no están relacionadas directamente con Facebook, sino con interacciones sociales que se viven durante la estancia en la escuela. Por su parte un testimonio interesante ya que ha sufrido discriminación, particularmente después de mudarse a una nueva ciudad y por ende una nueva escuela donde sus compañeros de ciudad tienden a burlarse de él. Lo que hace creer que todo lo que solía ver en videos de como juzgaban a personas de origen indígenas era cierto, provocando en la mucha incertidumbre.

“En la escuela si he sido objeto de discriminación... Algunos compañeros hacen chistes o comentarios malos sobre mis orígenes... Creo que también importa de que son chicos de ciudad y piensan diferente a mi” (Participante 5)

La adopción de estereotipos de comportamiento que genera Facebook afecta de manera directa a los adolescentes de la comunidad en términos de percepciones y oportunidades. Los participantes manifestaron el impacto en el comportamiento y la identidad, es decir, indican que estos estereotipos influyen en cómo se comportan en casa y en otros lugares, lo que a menudo los lleva a adoptar ciertos comportamientos para sentirse aceptados. Todo esto se debe a la influencia en la interacción social, se menciona que a menudo influyen en la forma en que los adolescentes interactúan con los demás, todo esto afecta la dinámica y las relaciones sociales en la comunidad.

“Sí porque lo que observamos en Facebook por lo normal influye en cómo nos comportamos al interactuar con los demás más que nada en personas de mi edad... Si vemos cosas en que nos gustan y así en las redes sociales, podemos comenzar a imitarlos sin que nos demos cuenta” (Participante 2)

Los participantes destacan que los estereotipos generados por Facebook han llevado a que más adolescentes nieguen sus raíces o eviten revelar su identidad cultural por temor a ser rechazados. Esto tiene un impacto en la percepción de la identidad cultural y su propia aceptación.

“Me he dado cuenta de que niegan mucho de dónde vienen y eso afecta mucho ya que con tal de sentirse aceptados en ciertos lugares... Sentirse aceptados al parecer es muy importante no está mal, pero creo que hay formas correctas de hacerlo” (Participante 4)

También se plantea que los adolescentes sienten esa necesidad de unirse a las tendencias que ven en Facebook. Lo cual conlleva a una negación de su origen y cultura en un intento por sentirse aceptados.

“Pues cuando estuve viviendo en el pueblo me daba cuenta de que muchos intentaban adoptar cosas que veían... Intentan seguir tendencias que observaban para sentirse aceptados... Lo hacían a su manera ya que al estar viviendo en una comunidad pequeña hay muchas cosas que puedes y no hacer” (Participante 5)

La comunidad de Tepetzalan tiene problemáticas debido a los contenidos vistos en Facebook por parte de los adolescentes y la población en general. Todo esto podrá ser algo irrelevante, pero deja de serlo cuando pasa a afectar de manera directa a la cultura nahua. Los testimonios por parte de los participantes en la entrevista de profundidad plantean que hay un consumo excesivo de Facebook, se sugiera que el problema principal no es necesariamente el contenido en sí, sino el hecho de que

pasan demasiado tiempo conectados a esta plataforma, lo que puede tener un impacto negativo en su vida cotidiana.

“Quizá no es un problema con el contenido, sino que el verdadero problema es que la mayoría de las personas pasa muchas horas en las redes sociales y ya no aprovecha para hacer alguna otra actividad”  
(Participante 1)

Por su parte uno de los problemas específicos más latentes es la pérdida del náhuatl como lengua materna entre los niños. Los padres prefieren que el español sea la lengua materna de sus hijos, con lo que atribuye a la disminución del uso y la transmisión de la lengua indígena, cuando antes era común que empezaran hablando nahual y luego aprendieran español.

“Mas niños ya no hablan náhuatl como su lengua materna, los padres de familia consideran que es mejor que aprendan español desde niños y ya que ellos si quieren aprender náhuatl está bien, pero es algo que no era así antes” (Participante 3)

Aunado a eso se señala la poca participación en las actividades religiosas tradicionales, incluso se ve en la disminución de actividades deportivas con una mayor dependencia de los dispositivos móviles, especialmente entre los adolescentes.

“Creo que sería la falta de interés en aprender la lengua indígena... Negación de sus raíces, poca participación en las actividades religiosas del pueblo... Otra cosa sería que ya no se practica el deporte y es más común ven a adolescentes con celular en mano” (Participante 5)

Debemos tomar en cuenta como Facebook es una herramienta muy útil para diversas cosas, pero también afecta sino se le da un uso moderado, pero se puede usar para realizar acciones que podrían ayudar a combatir los estereotipos negativos hacia personas indígenas y promover una representación más positiva de las culturas nativas en las redes sociales para no crear más incertidumbre en los adolescentes. Los participantes plantean realizar publicaciones informativas, donde se ofrezca contenido con información verídica sobre las costumbres y tradiciones de la cultura indígena de esta comunidad. Este tipo de publicaciones pueden educar al público y hacer un cambio en las percepciones erróneas de las culturas indígenas.

“Me parece buena idea el hacer más publicaciones acerca de nuestra cultura con información verídica sobre lo que hacemos y el proceso de nuestras costumbres y tradiciones” (Participante 1)

La creación de videos es una acción interesante para mostrar la relevancia y el valor de la cultura nahua, estos videos pueden transmitir historias, tradiciones, fiestas y la identidad cultural de manera visual atractiva.

“Pues sería bueno hacer videos mostrando la importancia que tiene esta cultura sabes... Pero sería hacerlo bien para que se ve padre y de preferencia que sea gente de aquí que conozca como están las cosas” (Participante 3)

Se destaca la necesidad de hacer reflexionar a los adolescentes sobre la importancia de la cultura indígena a la cual pertenecen y lo que representa en todo el país no solo dentro del estado de Puebla. Se sugiere la creación de talleres donde los niños, adolescentes y las personas que quieran unirse conozcan más sobre su cultura, esto contribuirá de manera directa a su comprensión y aprecio hacia esta cultura.

“Hacer reflexionar los jóvenes con la importancia la cultura y que son representativas no solo del estado sino de todo el país...Una propuesta que puedo hacer es poner talleres donde se les enseñe a los adolescentes más acerca de su cultura... Puede tratar acerca de la enseñanza de la lengua náhuatl, así como la historia de esta cultura en todo el municipio” (Participante 4)

## **Capítulo V Conclusiones**

Durante la realización del estudio hemos adquirido muchos aprendizajes, entendimos como Facebook y los estereotipos de comportamiento que genera en los adolescentes indígenas de la comunidad indígena de Tepetzalan ha influido de manera crucial en su identidad cultural y como es su participación es esta red social. Al sumergirnos en este tema de estudio podemos destacar las expectativas sociales que esperan tener al adoptar estereotipos y la dinámica que tienen para querer aprender algo nuevo.

En primer lugar, la presente investigación revelo que los estereotipos de comportamiento que genera Facebook no solo manifiestan la influencia social existente dentro de esta plataforma, sino también funge como una canal de construcción para dar pie a nuevas representaciones sociales. Este fenómeno indica la importancia de abordar no solo a los estereotipos presentes en Facebook, sino abordarlos desde la manera de como impactan en forma de ver el mundo por parte de los adolescentes indígenas. Lo que queremos decir es que todas estas adopciones de estereotipos generan una expectativa en los adolescentes, es decir, aspiran a algo y por ello se motivan a hacer cosas que normalmente no se harían.

En segundo lugar, quiero hacer énfasis en como los adolescentes de la comunidad de Tepetzalan aprenden algo nuevo, el proceso de aprendizaje lo realizan tal como lo plantea Albert Bandura en, *La Teoría del Aprendizaje Social* (1977), deben tener motivación para aprender, atención para identificar si le interesa o no para después

poder retener la información adquirida y procesarla para así reproducirla de acuerdo con lo comprendido. Es interesante que esta teoría fue hecha especialmente para niños, pero una cosa que si podemos afirmar es que los procesos de aprendizaje de las personas son tal cual como las plantea el autor, la cual se puede presenciar en las personas sin tener en cuenta la edad con la que cuenta. Actualmente puede tener variaciones sobre los postulados que el autor propone, pero son hasta la fecha importantes para poder identificar como se pueden aprender algo de forma independiente.

En la comunidad de Tepetzalan de hidalgo, donde se desarrolló el siguiente estudio, se identifican patrones en relación con su historia cultural y las dinámicas sociales locales. Se aprendió que hay una brecha muy amplia en cuestiones de comportamiento de generación a generación. Es decir las percepciones son muy cambiantes por parte de los adolescentes en la forma de como entienden su identidad cultural la cual va relacionada a su legado cultural. Por su parte las dinámicas sociales son muy cambiantes de acuerdo al contexto en el que se encuentren algo curioso e interesante poder haber visto esa situación pero volvemos a lo mismo es algo que se generando mediante lo que se observa en la plataforma que se utiliza como objetos de estudio.

Para aquellos que intenten realizar una investigación similar a la que hemos realizado, se sugiere adoptar un acercamiento previo a la comunidad con la que deseen trabajar, priorizando la participación activa y respetuosa. La finalidad de establecer un acercamiento previo es para poder simpatizar con los habitantes del lugar para que no haya inconveniente para realizar la investigación ya que a pesar de que los habitantes ya tienen una mentalidad más abierta, eso no quita que desconfíen de las personas ajenas a su comunidad y más sabiendo que no pertenecen al municipio, por su parte los adolescentes y jóvenes son más sociables en ese aspecto, pero son muy precavidos si así lo requiere. Se recomienda la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos la cual permitirá una comprensión más completa de como los estereotipos generados por Facebook impactan en la formación de la identidad cultural de los adolescentes.

Como se comentó al principio para poder aplicar los métodos de investigación, se recomienda primero acercarse a la comunidad con la intención de conocer como son las personas, en mi caso a pesar de conocer la comunidad y como es su gente, aplicar las entrevistas causo complicaciones por diversos factores como la desconfianza, problemas de conectividad, climas cambiantes, falta de interés por parte de algunos participantes. Son cuestiones que se deben considerar antes de aplicar nuestros métodos de investigación, por mi parte cometí el error de confiar en que ya conocía a la gente de allí y no me esperaba que hubiera complicaciones durante la realización del estudio.

En última instancia, se sugiere para quien desee realizar una investigación similar a esta, que no solo se centren en lo cultural sino también llevarlo a la parte emocional de las personas. Como se mencionó antes los adolescentes crean expectativas y aspiran a algo más cuando adoptan estereotipos, entrando la parte emocional. Es decir que sienten cuando forman parte de una tendencia, ya sea de ropa, música, series o de lo que sea que vean en Facebook, les debe crear una sensación de aceptación o rechazo si no forman parte de lo nuevo. Llevarlo a una parte más emocional ayudara a comprender cómo las personas experimentan y gestionan emocionalmente las transformaciones culturales que van sufriendo ante este fenómeno social llamado Facebook. Una ventaja de abordar la parte emocional es poder establecer una conexión más profunda con los participantes. Las experiencias emocionales están ligadas directamente a la identidad cultural y la cultura a la que pertenecen, permitiendo una comprensión más completa de la realidad vivida por los individuos.

## Referencias

- Ardila, R. (1988) Síntesis experimental del comportamiento. Madrid: Alhambra.
- Ardila, R. (1991) Relaciones entre el análisis y la síntesis experimental del comportamiento. *Apuntes de Psicología*, 33, 143-146
- Aguilar, J- Valencia, A- Gonzáles, D- Romero P. (2005). Identidad nacional y estereotipos entre estudiantes universitarios: *Psicología y Ciencia Social*, vol. 7, núm. 1-2, Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Austin, M.R.1994. Comunicación Intercultural. Fundamentos y Sugerencias. (En Línea) Disponible en [http://www.geocities.com/tomaustin\\_cl/com/ComIntercult.htm](http://www.geocities.com/tomaustin_cl/com/ComIntercult.htm).
- Caille, P. (1984). Introduction à la grille de lecture systémique. *Psychology Scolaire*, 50. pp. 21-31.
- Bayés, R. (1978) Una introducción al método científico en psicología. 2ª Edición. Barcelona: Fontanella.
- Campuseducacion, E. P. de. (2021, 20 diciembre). El Aprendizaje Social y la importancia del entorno. BLOG Noticias Oposiciones y bolsas Trabajo Interinos. [Campuseducacion.com](http://Campuseducacion.com).
- Chavez, J. (2022, 4 agosto). ¿Qué es la Opinión pública? Significado, tipos y características. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/opinion-publica.html>
- Comportamiento - Qué es, concepto, tipos y características. (s. f.-b). Concepto. Recuperado 2 de noviembre de 2022, de <https://concepto.de/comportamiento/>
- Delgado, P. (2021, 16 febrero). ¿Qué es la teoría del aprendizaje social? Observatorio | Instituto para el Futuro de la Educación. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/teoria-del-aprendizaje-social>
- Hernández Mendo, A. (1998). La comunicación grupal. En J.M. Canto (dir.). *Psicología de los grupos. Estructura y procesos*. Pp.131-156. Archidona (Málaga): Aljibe.
- Inegi. (2020, 4 marzo). México en cifras. <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=21043#collapse-Indicadores>
- Jáñez, L. (1989) *Fundamentos de Psicología Matemática*. p.139. Madrid: Pirámide.
- Martínez Torvisco, J. (1998). Espacio personal y ecología del pequeño grupo. En J. I. Aragonés y M. Amérigo. *Psicología ambiental*. Pp.101-121. Madrid: Pirámide.

Meichenbaum, D. H. & Goodman, J. (1982) Training impulsive children to talk to themselves: a means of developing self-control. *J. Abnormal Psycho.* 77:115-126, 1971.

Palenque, M. (2015, diciembre). Los estereotipos en la construcción de la Integración Latinoamericana. [sciELO.org.bo. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2223-30322015000200003#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20%22estereotipo%22%20fue%20introducido,Smith%20Castro%20Vanesa%2C%202006\)](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-30322015000200003#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20%22estereotipo%22%20fue%20introducido,Smith%20Castro%20Vanesa%2C%202006)

Paredes Juárez, S. (2015, 27 octubre). Formación de la opinión pública indígena. La ficción televisiva y los jóvenes nahuas de Cuetzalan del Progreso. [sciELO.org.mx. Recuperado 3 de octubre de 2022, de https://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n20/2448-4911-rmop-20-00129.pdf](https://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n20/2448-4911-rmop-20-00129.pdf)

Parra, A. (2022, 24 febrero). Metodología de la investigación cuantitativa [Vídeo]. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion-cuantitativa/>

Regader, B. & Regader, B. (2015, 6 septiembre). La Teoría de la Personalidad de Albert Bandura. <https://psicologiyamente.com/personalidad/teoria-de-la-personalidad-albert-bandura>

Ruesch, J. y Bateson, G. (1984). En Bateson y Ruesch (autores). Individuo grupo y cultura: Una reseña de la Teoría de la Comunicación Humana. *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría.* Pp. 226-238 Barcelona: Paidós.

Scott, M.D. y Powers, V.G. (1985). *La comunicación interpersonal como necesidad.* Madrid: Narcea.

SEMIÓTICA, CULTURA Y COMUNICACIÓN. LAS BASES TEÓRICAS DE ALGUNAS CONFUSIONES CONCEPTUALES ENTRE LA SEMIÓTICA Y LOS ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN - Razón y Palabra. (s. f.). *Semiótica.* <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/actual/cvidales.html>

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories.* Cambridge: Cambridge University Press.

Tajfel, H. (1983): *Psicología y procesos sociales.* En: Torregrosa y Sarabia (eds.) *Perspectivas y contextos de la psicología social,* 177-215. Barcelona: Editorial Hispano-europea.

Tesche, P. (s. f.). UMBERTO ECO. 2009. *Cultura y semiótica.* *Cultura y semiótica.* Recuperado 28 de noviembre de 2020, de

[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0071-17132011000200013](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0071-17132011000200013)

Thompson, J. B. (1998). ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. (2.<sup>a</sup> ed.).

## **Anexos**

### Preguntas de prueba piloto

1. ¿Edad?
2. ¿Escolaridad?
3. ¿Hablas la lengua indígena náhuatl?
4. ¿Medio de comunicación más usado?
5. Cuenta con alguna red social ¿cuál? (Puedes elegir más de una opción)
6. ¿Frecuencia con la que usa un medio de comunicación?
7. ¿Con que fines usa los medios de comunicación? (Puedes elegir más de una opción)

### Preguntas del método cuantitativo de investigación

1. ¿Edad?
2. ¿Genero?
3. Aparte del español. ¿Hablas la lengua indígena náhuatl?
4. ¿Escolaridad actual?
5. ¿Lugar donde vive?
6. ¿Cuentas con un perfil de Facebook?
7. ¿Desde que dispositivo entras a tu perfil de Facebook?
8. ¿Desde donde sueles conectarte habitualmente a Facebook?
9. ¿Tipo de contenido que más consumes en Facebook?
10. ¿Con que fines utilizas la red social Facebook?
11. ¿Por qué utilizas la red social Facebook?
12. ¿Frecuencia con la que se usa la red social Facebook?

13. Aparte de Facebook ¿Cuenta con más perfiles en alguna otra red social? De ser así seleccione un numero
14. ¿Consideras que influye en su comportamiento lo que vez en la red social Facebook?
15. ¿Has visto o escuchado de personas indígenas en videos o fotografías dentro de la red social Facebook?
16. ¿Consideras que las personas indígenas son representadas de forma correcta en los distintos videos o fotografías que circulan dentro de la plataforma Facebook? Justifique su respuesta

#### Preguntas del método cualitativo de investigación

##### Tema 1: Interpretacion de la recepción de contenido de Facebook

1. ¿Cómo crees que los contenidos que vez en Facebook influyen en su forma de ver el mundo y en sus relaciones cotidianas?
2. ¿Ha notado algún tipo de contenido relacionado con su cultura indígena en Facebook? ¿Qué opinas sobre ello?
3. ¿Ha notado estereotipos o representaciones negativas de las culturas indígenas en este medio? ¿Puede dar ejemplos?
4. ¿Cómo se siente cuando ven representaciones de su cultura en fotos y videos en esta red social? ¿Lo hacen sentir orgullo o preocupación?
5. ¿Cómo influyen los medios en sus decisiones cotidianas, como su estilo de vida, elecciones culturales o preferencias?

##### Tema 2: Pertenencia étnica

1. ¿Qué significa para usted pertenecer a una cultura indígena? ¿Cómo describiría su identidad cultural?
2. ¿Cuáles son las tradiciones culturales más importantes para su comunidad y cómo las prácticas en la vida diaria?
3. ¿Ha participado en actividades o proyectos para preservar y promover su cultura indígena en su comunidad?

4. ¿Cómo ve su papel en la transmisión de la cultura y tradiciones a las generaciones futuras?
5. ¿Crees que Facebook puede ser una herramienta para preservar y difundir sus tradiciones culturales? ¿Cómo?

### Tema 3: Opinión acerca de los contenidos vistos en Facebook

1. ¿Ha experimentado situaciones de discriminación o prejuicios en línea relacionados con su identidad indígena en Facebook?
2. ¿Cómo cree que los estereotipos de comportamiento generados por Facebook afectan a su comunidad en términos de oportunidades y percepciones?
3. ¿Qué temas o problemáticas específicas enfrenta su comunidad debido a los contenidos vistos en Facebook?
4. ¿Qué acciones crees que podrían ayudar a combatir los estereotipos y promover una representación más positiva de las culturas indígenas en las redes sociales?