



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTONÓMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE EDUCACIÓN Y ARTES



“Análisis del proceso de difusión de la festividad religiosa San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco”

TRABAJO RECEPCIONAL BAJO LA MODALIDAD DE

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTAN:

**CARLOS DANIEL MENDOZA
HERNÁNDEZ
IVÁN VENTURA JIMÉNEZ**

DIRECTOR(A):

DOCTOR ROBERTO CARRERA RUIZ

CODIRECTOR(A):

DOCTOR IGNACIO ÁLVAREZ LÓPEZ

Carlos Daniel Mendoza Hernández - Iván Ventura Jiménez.pdf

 Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::3117:584666853

Fecha de entrega

29 abr 2026, 3:38 p.m. GMT-6

Fecha de descarga

29 abr 2026, 3:46 p.m. GMT-6

Nombre del archivo

Carlos Daniel Mendoza Hernández - Iván Ventura Jiménez.pdf

Tamaño del archivo

1.3 MB

117 páginas

24.706 palabras

182.613 caracteres

13% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)
- Abstract
- Methods and Materials

Fuentes principales

- 13%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

-  **Caracteres reemplazados**
60 caracteres sospechosos en N.º de páginas
Las letras son intercambiadas por caracteres similares de otro alfabeto.
-  **Texto oculto**
72 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 13%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
docplayer.es		1%
2	Internet	
www.iconos.edu.mx		1%
3	Internet	
www.scribd.com		<1%
4	Internet	
core.ac.uk		<1%
5	Internet	
www.uv.mx		<1%
6	Internet	
bdigital.uexternado.edu.co		<1%
7	Internet	
ri.uaemex.mx		<1%
8	Internet	
repositorio.uam.es		<1%
9	Internet	
hdl.handle.net		<1%
10	Internet	
www.coursehero.com		<1%
11	Internet	
eprints.ucm.es		<1%

12	Internet	es.slideshare.net	<1%
13	Internet	reader.digitalbooks.pro	<1%
14	Internet	ri.ujat.mx	<1%
15	Internet	tabasco.gob.mx	<1%
16	Internet	digibug.ugr.es	<1%
17	Internet	ojs.ehu.eus	<1%
18	Internet	amic2020.riaeditorial.com	<1%
19	Internet	www.camjol.info	<1%
20	Internet	documents.mx	<1%
21	Internet	tede.ufam.edu.br	<1%
22	Internet	edoc.pub	<1%
23	Internet	hal.archives-ouvertes.fr	<1%
24	Internet	alacip.org	<1%
25	Internet	doczz.es	<1%

26	Internet	repository.upb.edu.co	<1%
27	Internet	upc.aws.openrepository.com	<1%
28	Internet	repositorio.uti.edu.ec	<1%
29	Internet	www.dspace.uce.edu.ec	<1%
30	Internet	repositorio.unan.edu.ni	<1%
31	Internet	www.imim.es	<1%
32	Internet	repositorio.uesiglo21.edu.ar	<1%
33	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
34	Internet	documentop.com	<1%
35	Internet	jesmaarti.wordpress.com	<1%
36	Internet	zaloamati.azc.uam.mx	<1%
37	Internet	www.researchgate.net	<1%
38	Internet	www.dgadae.sep.gob.mx	<1%
39	Internet	www.pinterest.com	<1%

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DIRECCIÓN

REF: DAEA/927/21

Villahermosa, Tabasco; a 19 de octubre de 2021

Lic. Maribel Valencia Thompson

Jefe del Depto. de Certificación

y Titulación de la U.J.A.T.

P R E S E N T E

En conformidad con lo establecido en el Artículo 87 del Reglamento de Titulación de la U.J.A.T., me permito comunicar a Usted que el Dr. Roberto Carrera Ruiz (Director) y el Dr. Ignacio Álvarez López (Codirector), dirigieron y supervisaron el Trabajo Recepcional de "TESIS" denominado "ANÁLISIS DEL PROCESO DE DIFUSIÓN DE LA FESTIVIDAD RELIGIOSA SAN FRANCISCO DE ASÍS EN TAMULTÉ DE LAS SABANAS, CENTRO, TABASCO." elaborado por los CC. Iván Ventura Jiménez y Carlos Daniel Mendoza Hernández, pasantes de la Licenciatura en Comunicación. El jurado para el examen profesional de la misma (Dra. Rocío López Martínez, Dra. Rosa Cornelio Landero, Dr. Roberto Carrera Ruiz, Dr. José Concepción Aquino Arias), revisaron y señalaron las modificaciones que había que hacerle a dicho trabajo y que los interesados han llevado a efecto. Por lo tanto, puede imprimirse.

Atentamente

M.A.E.E. Thelma Leticia Ruiz Becerra
Directora

mf C.c.p Archivo



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



División
Académica
de Educación
y Artes

COORDINACIÓN DE ESTUDIOS TERMINALES

Villahermosa, Tabasco a 04 de noviembre de 2021.

Los/Las que suscriben **Carlos Daniel Mendoza Hernández e Iván Ventura Jiménez (as)** autorizan por medio del presente escrito a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco para que utilice tanto física como digitalmente la **tesis de pregrado** denominada:

Análisis del proceso de difusión de la festividad religiosa San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco

De la cual somos autores(as) y titulares de los Derechos de Autor.

La finalidad del uso por parte de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de la tesis antes mencionada, será única y exclusivamente para difusión, educación y sin fines de lucro; autorización que se hace de manera enunciativa más no limitativa para subirla a la Red Abierta de Bibliotecas Digitales (RABID) y a cualquier otra red académica con las que la Universidad tenga relación institucional.

Por lo antes manifestado, liberamos a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de cualquier reclamación legal que pudiera ejercer respecto al uso y manipulación de la tesis mencionada y para los fines estipulados en este documento.

Se firma la presente autorización en la ciudad de Villahermosa, Tabasco a los cuatro días, del mes de noviembre del año dos mil veintiuno.

Firma

Firma

AGRADECIMIENTO

Carlos Daniel Mendoza Hernández

En primer lugar, agradezco a Dios por darme vida, salud y conocimiento durante mi estadía en toda la carrera universitaria, así como guardarme de todo peligro, porque a pesar de los desánimos siempre me daba las fuerzas para continuar en esa trayectoria de la vida profesional y nunca abandonarme en esas dificultades.

Agradezco el apoyo de mi familia que me animaron a continuar estudiando y me dieron el apoyo para poder lograrlo. En los momentos de evaluación, frustración y cansancio, hubo comprensión por parte de cada uno de mi familia que siguen estanco conmigo apoyándome; en especial a mi madre por darme la vida y hacer todo el esfuerzo posible en sacarnos adelante, todo su esfuerzo y empeño; a mis tíos con quienes vivo y me apoyaron para dar un paso más en mi vida profesional; así como todos aquellos que me enviaron palabras de aliento, Dios bendiga a cada uno.

A mis profesores que fueron parte de mi vida universitaria e influyeron en mi persona, en mi carácter profesional; les estoy muy agradecido, por la paciencia y dedicación. Muchas gracias profesores por todo su esfuerzo, dedicación, fueron y seguirán siendo parte de mi ser profesional.

Mas gracias sean dadas a Dios,
que nos da la victoria por medio
de nuestro Señor Jesucristo.

1 corintios 15:57

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1.2 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.1.3 DELIMITACIÓN.....	7
1.1.4 PROBLEMATIZACIÓN.....	7
1.1.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	12
1.1.6 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	12
1.1.7 SUPUESTOS	13
1.1.8 MARCO METODOLÓGICO	14
 CAPITULO II BASAMENTOS TEÓRICOS.....	16
2.1. TEORÍA CULTUROLÓGICA	17
2.1.1. LA MULTICULTURALIDAD EN EL ÁMBITO SOCIAL	20
2.1.2. LA CULTURA EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS: IMPRESOS Y DIGITAL ..	24
2.1.3. CAPITAL CULTURAL.....	27
2.2. DIVULGACIÓN SOCIAL	33
2.2.1. ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN SOCIAL	37
2.2.2. ESCENARIOS MEDIÁTICOS PARA LA DIVULGACIÓN.....	40
2.3. CULTURA E IDENTIDAD.....	45
2.3.1. IDENTIDAD SOCIAL DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS	49
2.3.2. RELIGIÓN Y COSTUMBRES IDENTITARIAS.....	52
2.4. FIESTAS RELIGIOSAS.....	56
2.4.1. SIMBOLISMOS RELIGIOSOS	58
2.4.2. VALOR DE LA CREENCIA	63
2.4.3. FIESTA DE SAN FRANCISCO DE ASÍS.....	64

CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	68
3.1 MATRIZ DE INVESTIGACIÓN	69
3.2 ENCUESTA.....	70
3.2.1 MUESTRA.....	72
3.2.2 MODELO DE ENCUESTA	73
3.3 ENTREVISTA	75
3.3.1 INFORMANTES	77
3.3.2 MODELO DE ENTREVISTA.....	78
 CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	 80
4.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA.....	81
4.1.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS	87
4.2 RESULTADO DE ENTREVISTA.....	93
4.2.1 ANÁLISIS DE RESULTADO.....	96
 CONCLUSIONES	 101
BIBLIOGRAFÍA.....	105
ANEXOS.....	109
GLOSARIO.....	110

INTRODUCCIÓN

Esta tesis contiene una visión de la perspectiva analítica de la festividad del santo que se conmemora en el mes de octubre en Tamulté de las Sabanas, 'San Francisco de Asís, la cual tiene gran importancia en la comunidad católica y también, probablemente influyentísimo en el comportamiento social de las personas que participan directamente.

La construcción del mensaje que se difunde en los medios de comunicación con el que se da a conocer el acercamiento de las fechas de celebración al santo, en muchas ocasiones toda creación de material tiene un objetivo de convencer en lo más relevante al público al que está dirigido. Por ello, uno de los autores a los que Wolf cita es a Edgar Morín (1987), con una obra magistral de la cultura “el objetivo de Morín es elaborar una sociología de la cultura contemporánea, sin pasar por el falso dilema que la sociología tradicional propone cada vez que se dirige su mirada sobre la cultura de masas” (pág. 113).

Con la finalidad de identificar los tipos de medios de comunicación que se están utilizando actualmente para difundir una festividad religiosa, es decir, en esta investigación se da a conocer si los materiales de comunicación y el mensaje que está empleando la iglesia tiene efecto en los receptores, de igual forma la estructuración de la difusión en su proceso. También, al grupo poblacional al que se está dirigiendo, se conocerá a las personas quienes participan en la festividad, quienes forman parte de la estructura religiosa que hacen posible la difusión, desde la relación que tienen y el trabajo que hacen con los medios de comunicación

La comunicación digital en la que se informan las personas en este tiempo ha cambiado, por lo que distintos sectores han sido obligados a innovar las estrategias de difusión, por lo que la iglesia católica se ha visto en la necesidad de incursionar en las nuevas formas de comunicación con los feligreses, por lo que miembros mencionan dentro del texto. Uno de los datos curiosos que se descubre en la investigación es que personas externas a la religión católica participan de manera indirecta con este acto de fe a un santo.

El capítulo 1, contextualiza el motivo por el que se estudiará dicho evento religioso, como la problematización que se considera que está ocurriendo en la sociedad en relación con la fiesta. Está la planeación de las principales interrogantes que dan causa y efecto al problema, así como también los objetivos a cumplir, además del marco metodológico.

El capitulo 2, aborda la parte de la multiculturalidad que hay en la sociedad actual, en la que los individuos interactúan y comparten ideologías propias de su comunidad, ya que hay diversidad en la cultura y religión. Este punto de la investigación este concentrado en la base teórica que va a sustentar la problematización de la investigación. Abordando a detalle los conceptos relaciones con la festividad del santo, desde lo religioso, lo social y lo cultural.

En el capítulo 3, se encuentra compuesto por la selección de las técnicas de recolección de información, es decir, la decisión de lo que se va a trabajar en el campo de la investigación. Con el objetivo de cumplir lo que se quiere obtener del estudio, se formula una mixta, compuesta por encuesta y entrevista, dando resultados favorables para lo que se está indagando. De acuerdo a los objetivos planteados desde el principio, se ajustó mejor el modelo mixto para conocer dos posturas contrarias, la de los creadores de mensaje y de quienes reciben el mensaje.

Continuamente, el capítulo 4 está referido exclusivamente, a los resultados de las encuestas y de las entrevistas que se lograron aplicar en el tiempo establecido en el capítulo anterior. Complementando con el análisis de los resultados que fueron obtenidos de los instrumentos de recolección de información.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Análisis del proceso de difusión de la festividad religiosa San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco.

Problema	Positivo	Negativo	Intermedio.
Difusión de la fiesta patronal de Tamulté de las Sabanas	Es una actividad que tiene mucha cultura e historia.	Es una actividad que ha perdido valor cultural.	Tiene mucho significado para las personas religiosas.
El uso de los medios para difundir la fiesta religiosa	La participación de las personas en la fiesta patronal.	Las generaciones nuevas dejan de continuar con la tradición	El uso de los medios de comunicación para difundir.

1.1.2 JUSTIFICACIÓN

La fiesta patronal de Tamulté de las Sabanas es una actividad religiosa que se realiza cada año en el mes de octubre, en conmemoración al santo, San Francisco de asís.

Así pues, la poca difusión que tiene la fiesta religiosa de la iglesia católica, en la comunidad, es uno de los motivos por los que despierta mi interés de profundizar e indagar, que la mínima difusión que se le está dando, no está funcionando. Ya que como es una actividad religiosa, pero a la vez cultural, algo que debe de mantenerse como tradición y usar los medios de comunicación para hacer una correcta difusión de la misma, para que no se pierda la actividad tradicional.

Como es de mencionar, las redes sociales tienen un mayor alcance en la población, pero que, para eso se debe de realizar una revisión adecuada de las mismas. Pero, no todo está en ellas. Por ejemplo, aún existen otros medios de difusión en la sociedad y que estos llegan a un número de personas que pueden no contar con redes sociales en sus teléfonos celulares.

Por lo tanto, el contenido que conlleva la difusión debe de estar cargado con la información de lo que se hace en la fiesta. No solamente informar que se aproxima la fiesta, por lo que muchas veces la difusión de algún cartel no es suficiente y mucho menos si no se reparte en otras comunidades. El interés principal de investigar que está pasando con la difusión recae en el contenido de un cartel, de un spot o hasta de las mismas actividades que conllevan a la realización de la fiesta. Porque es el contenido la información más relevante al momento de dar a conocer algo o en este caso de la fiesta patronal de Tamulté.

También, es importante identificar los motivos por lo que muchas de las personas han dejado de participar en esta actividad, ya que cada persona piensa diferente, todo individuo tiene un contraste de una celebración religiosa.

Actualmente las nuevas generaciones no simbolizan a la fiesta patronal, a como una persona mayor lo hace, es sumamente primordial conocer cuáles son los motivos que ha llevado a la nueva generación darle otro valor. Como dice Zygmunt Bauman, las generaciones líquidas son las que hacen un cambio en la sociedad y creo que en esta fiesta los participantes son líquidos y que le han cambiado el valor a la fiesta. Creo que de ahí surge una baja visita.

Al ser una actividad cultural y es algo que representa el pasado a una zona indígena, y que son actividades que están en peligro de extinción, porque está cambiando cada día la sociedad, generando pérdida de identidad cultural.

El uso de los medios para difundir se debe de usar adecuadamente y conocer las estructuras del contenido que ha de llevar el mensaje. Las personas encargadas de realizar dicho evento, tienen la responsabilidad de trabajar juntamente con los medios de comunicación para lograr una mayor difusión (televisión, radio, periódico, revista), ahora se incluyen las redes sociales, como plataformas donde se concentran una mayoría de personas, sobre todo los más jóvenes.

La fiesta de San Francisco de Asís, es considerada como una actividad que muchas personas conocen, ya que por ser una actividad “tradicional”, puede considerarse innecesario el uso de los medios para dar realce a la celebración del santo patrono de la parroquia de la Villa Tamulté de las Sabanas.

La realización de toda actividad, de interés público, requiere de una difusión en los medios de comunicación adecuados para llegar a las masas, considerando que hay un gran cumulo de personas accediendo constantemente en las diversas plataformas de información, donde buscan sitios de interés social o sitios de entretenimiento.

1.1.3 DELIMITACIÓN

Esta investigación se realizó entre habitantes de la villa Tamulté de las Sabanas y líderes religiosos con los principales cargos.

1.1.4 PROBLEMATIZACIÓN

Hablar de comunicación es algo que muchos no comprenderíamos, es como adentrarse al mar e ir sin salvavidas. Aunque algunos prefieren tomar un bote o simplemente, quienes no hacen nada. Muchos escritores se dieron a la tarea de crear algo que por concepto se le conoce como “comunicación”. Aristóteles menciona que *“la comunicación es la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”*. Es decir, lograr que el emisor logre en los receptores un mismo punto de vista. (Flores de Gortario, 2019). Es un hecho que el hombre por naturaleza es un ser social. Como decía al inicio, hablar de comunicación es como meterse al mar, porque muchos nos perderíamos y nos ahogaríamos en el intento, para entender todas las partes que componen esa simple palabra.

Ya que la persona que emite un mensaje/información/datos tiene que lograr convencer al receptor, quien recibe, para así ponerlo en el mismo punto de quien envía el mensaje, ya sea de una ideología, en una postura social o una preferencia.

La comunicación es una actividad natural que el hombre ha desarrollado para sus necesidades, necesidades que cada vez más van aumentando y que ha provocado la creación de diversos medios que utilizara para emitir sus gustos o disgusto. Pues, el medio vendría siendo el canal/ducto/ ese objeto por el cual el mensaje viajará para ser entregado a su destinatario y que de ahí nacen los medios de comunicación masivos.

Para definir que son los medios de comunicación, hubo alguien que pensó y concluyo en algo, que dice, *los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros*. (Domínguez, Emelia. 2012.pag12). Se puede decir que son herramientas que el propio hombre creó para suplir una necesidad. Enfocado a algo que sería una comunicación a larga

distancia y emitiendo para muchas personas. Es de esperarse, la comunicación en la cultura se transmite de manera generacional, por lo tanto, la cultura se puede ver como una forma de comunicar, pero, ¿Qué quiere comunicar?, de manera innata transmiten; conocimientos, costumbres, pensamientos, tradiciones y conductas, a través de un lenguaje corporal o verbal, ya sea por la manera de expresión de los movimientos.

Tal como dice un Emmanuel Amodio, *La forma simple se genera cuando los contenidos culturales son transmitidos directamente de un individuo a otro*, (Amodio, 2019), tales contenidos se van dando a cada individuo, conforme va procreando en generaciones que cambian y se transforman.

La cultura está conformada por un número de personas que forman identidades en una sociedad. Se puede decir que construyen su propiedad, por medio de representaciones o movimientos que impactan al entorno que pertenece. Los mismos miembros de la cultura se encargan de mantener viva las costumbres y las tradiciones. Cada cultura está sometida a una constante emisión de mensajes y se vuelven el punto central de la sociedad. Los mensajes que emiten son tomados en común acuerdo de su valor y el significado que tendrá.

De la cultura surgen las tradiciones, algunas que representaran a un pueblo, ya sea por su creencia o costumbre de actividades constantes, y otra que le dará la identidad a un pueblo. Dice Marcos Arévalo, que *la tradición varía dentro de cada cultura, en el tiempo y según los grupos sociales; y entre las diferentes culturas* (Arévalo, 2019). Una actividad que dependerá de las personas, algo que se construye con el tiempo y la diferenciación de que cada cultura tendrá.

Aunque de la parte tradicional, surgen las conductas que adoptan las personas. Los individuos actúan conforme a la misma tradición que imponen, pero, que, con beneficio para todos, digamos que es lo que los mueve. Dentro de la tradición, forma parte la identidad. Tal como dice Laing, la define como todo *“aquello por lo que uno siente que es “él mismo” en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasados o futuros; es aquello por lo cual se es identificado”* (Laing, 2019).

Por eso, los grupos culturales forman una identidad propia, que los identificará ante los demás, llena de características, rasgos, formas de hablar, entre otras. Un pueblo identificado es aquel que con sus antecedentes es fácil de localizar, de ver, y de descubrir. La comida, la vestimenta, la lengua, la danza. Son partes de una cultura que se identifica y se encuentra identificada. Las

hibridaciones de las nuevas tendencias pueden generar o provocar escases de identidad y en efecto se pierdan las tradiciones.

Abarcando un área poco fuera de lo ya visto. Tema por el cual la cultura se apalanca para darse a conocer e impactar en su entorno. la difusión sería algo que no se ve a simple vista, pero que esta puesta en medio de la jugada de la cultura, sin esta no se conocería o no se darían a conocer las culturas de los pueblos. Tampoco nadie podría darse a conocer sin esta herramienta indivisible, pero que es un arma clave para expandir algo o a alguien.

La difusión puede ser algo que las personas mismas se encargan de realizar, de una manera expansiva y masiva, para lograr su objetivo. Con el fin de entrar a la mente de los demás.

Cargada de información la difusión es *"acción y efecto de difundir o difundirse"*. El verbo *difundir* invoca los significados de *"extender, esparcir, propagar"* (Nieto, 2019). Sin la difusión, no sería nada fácil darse a conocer una identidad, como la de una cultura, por ello se usan medios que harán propagar la tradición y estos medios son los que llegan a las distintas culturas. Anteriormente era muy difícil dar difusión a algo, por muchas razones, por costo, por los escases de medios, por la poca accesibilidad que tenían algunos, el tiempo y muchos otros factores.

Si bien, actualmente vivimos en una sociedad que constantemente está generando información, algunas se saturan y se distorsiona el objetivo de la información. Solo es cuestión de saber manipular la manera de difundir, a través de los distintos medios plataforma. Podrían ser los medios digitales o sitios web, que se usan para generar difusión, pero ¿Qué es lo que se difunde?, pues, información, de ahí entra la acción de expandir una cultura, que buscan darse a conocer por sus tradiciones y costumbres.

En resumen, la difusión sería la práctica de hacer crecer las informaciones que impactan a la sociedad, generando los resultados esperados y cumpliendo los objetivos. Para que llegue a un mayor número de personas, por ello es importante que la cultura sepa aprovechar y manejar la difusión de sus tradiciones y costumbres, dándose a conocer.

Esta investigación se llevará a cabo en la Villa Tamulté de las Sabanas, zona *Yokot'an* e indígena del Centro, municipio del estado de Tabasco, la conservación de la lengua chontal, la feria patronal de San Francisco de asís, sus múltiples actividades que la identifican como un pueblo indígena. Sus calles repletas de cada persona, son el sentido de ser del pueblo y quienes le dan sentido al festín. Cada parte que conforma a sus habitantes y la unidad que hay entre todos para lograr esa identidad propia.

Una de las cosas que ha mantenido viva a la zona de Tamulté, es la fiesta religiosa de San Francisco de Asís, que por largos años ha pasado de generación y se ha conservado hasta la actualidad. Una creencia que ha pasado de los abuelos, a padres e hijos. Cada vez que llega el mes de octubre, los días finales de septiembre, el pueblo inicia con la ceremonia del *Maromo*, actividad donde se realizan cultos al santo en casa de un creyente, hacen comida para dar a las personas que están en los rezos y reparten en la misa. Sus calles repletas de gente, algunos de otros puntos del estado, entre otros de la misma zona indígena.

Desde el inicio de la conmemoración los habitantes están día y noche trabajando, para un beneficio espiritual y ser conocidos entre los creyentes, mostrar la cultura y transmitir sus costumbres. Las personas que sienten agradecimiento por algún “milagro”, “favor” hacen sus promesas al santo, el baile del caballito, la cabalgata, y una gran multitud de personas. Todo el día hay actividades en la iglesia para los feligreses de la religión, se ven grandes números de carros, grandes multitudes de personas caminando por los juegos mecánicos y mucha convivencia. La cultura comunica, todo proceso de ritual, también, claro ejemplo es, la danza del caballo blanco, misma que se realiza por las calles de la villa Tamulté de las Sabanas.

El punto aquí es, si hay muchas cosas que difundir, entonces, ¿cómo decirlas? Si en los últimos 10 años la cultura indígena de la zona se ha vuelto líquida, esa que hacía mover grandes multitudes de gente, para crear este movimiento ancestral, tradicional y que era lo que identificaba a las personas.

Al acercarse las fechas de “feria”, porque ese es el nombre que actualmente recibe, se genera una buena divulgación entre los habitantes creyentes de la religión católica, mismos que se organizan para llevar a cabo las actividades. Uno de los motivos por los cuales la identidad patronal ha perdido peso, se debe a la falta de estrategias de comunicación, ya que no ha permitido que se aproveche el internet donde se llegue a un campo geográfico más amplio de personas.

Los puntos positivos de esta actividad tradicional y patronal son las grandes costumbres que aún se conservan, me refiero, a los rituales religiosos. De los puntos negativos resaltaría muchos, pero uno principalmente, es el no involucrar a las personas que vienen de “afuera” y que quieren conocer más, aprender una actividad y llevarse un recuerdo. La fiesta patronal de Tamulté de las Sabanas es una de las características de identidad de la cultura indígena que perdura en la actualidad, simplemente es de poner la mirada a las nuevas tendencias de comunicación que son

los medios por los cuales el mensaje o información llegará a una multitud de números de personas. Sabiendo aplicar y difundiendo parte de la vida de las personas y promocionando lo que se puede hacer en el lugar. El uso de los medios de comunicación es importante para la divulgación y si tratamos con la recuperación de la fiesta patronal de la zona de Tamulté, esos medios juegan un papel muy importante.

1.1.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

GENERAL

¿Cuál es el proceso de difusión de la festividad religiosa San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco?

ESPECIFICAS

¿Qué tipos de medios de comunicación utilizan para la difusión?

¿Cómo se estructura el proceso de difusión?

¿Quiénes y cómo dirigen la difusión?

¿A quiénes va dirigida la difusión?

1.1.6 Objetivos de investigación

Objetivo general:

Analizar el proceso de difusión de la festividad religiosa San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco

Específicos

Identificar qué tipos de medios de comunicación utilizan para la difusión

Analizar la estructura del proceso de difusión.

Describir a quiénes va dirigida la difusión de la festividad patronal.

Identificar quienes y cómo dirigen la difusión.

1.1.7 Supuestos

- El proceso de difusión de la fiesta patronal de Tamulté de las Sabanas está desvinculado con los requerimientos contemporáneos de la comunicación, principalmente con los posibles asistentes jóvenes ya que ha cambiado la manera de simbolizar la fiesta patronal en las sociedades actuales, por lo que se ha perdido desinterés en participar y formar parte de la misma, provocando pérdida de miembros religiosos.

1.1.8 MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación se realizó bajo el enfoque estructuralista, por ser un estudio que tiene características referentes al lenguaje que se usa en la divulgación de la fiesta patronal de Tamulté de las Sabanas, también porque la estructura de la difusión tiene que estar sujeta al tipo de audiencia que será emitida y para que la decodificación no sea agresiva.

El antropólogo Lave-Strauss (conocido así en todo el mundo) toma la gramática estructural de Ferdinand Saussure, diciendo que la lingüística estructural no se queda en el análisis simple de las oraciones, sino que penetra en su estructura profunda y pretende ser capaz de reconocer pautas comunes a todas las lenguas. (Collado, 2019). Sigue diciendo que descomponer la cultura en sus unidades básicas y comprender las reglas mediante las cuales se combinan, es entender el significado de la cultura.

La investigación utilizó una metodología cualitativa, por ser un método que resulta ser un estudio donde se recaba información bajo entrevistas a ciertas fuentes de información que serán objetos de estudios a lo largo de la exploración y también porque recabara testimonios hablados de un número pequeño de personas.

Para Sampieri, el enfoque cualitativo de una investigación es un proceso inductivo contextualizado en un ámbito natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías. (Sampieri, 2019).

Unidad de análisis	Temporalidad	Propósitos de la investigación	Tipo de experimento
Para llevar a cabo la investigación se estudió a los individuos	La investigación de la fiesta patronal de Tamulté de las Sabanas, se llevó en un tiempo transversal.	Los propósitos de esta investigación fueron bajo los tipos descriptivo	Esta investigación fue bajo la no experimental,

Para llevar a cabo la recolección de la información, se aplicaron entrevista y encuesta.

Cuando dos personas se ponen de acuerdo para iniciar una conversación privada, se intercambian información por parte de ambas personas, donde una realiza ciertas preguntas preparadas para la otra, se puede decir que la charla es con un objetivo y de un término metodológico surge lo que es la entrevista, ya que esta es una técnica cualitativa que busca información a fondo y se basa bajo testimonio de las personas, por lo que la palabra entrevista toma un concepto y por lo que Fernández dice.

Que es una investigación, es por lo tanto una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental, no fragmentada, segmentada, precodificado y cerrado por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de la investigación. (Jiménez, 2019, pág. 124)

Para continuar con la recolección de información, el instrumento de investigación de la encuesta consistió en la realización de preguntas opcionales, que cierto grupo de personas respondió al investigador, es una técnica de recolección de información que usa el investigador. Al aplicar esta técnica como opción, queda a entender que la investigación será cuantitativa, es a lo que, en su mayoría de los investigadores está bien, la cultura es un gran mundo por descubrir y para eso se debe de tener cuidado con las técnicas de investigación.

“la encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano (Lòpez Roldàn & Fechelli, 2015)

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

CAPITULO II BASAMENTOS TEÓRICOS

2.1. TEORÍA CULTUROLÓGICA

El uso de los *mass media*, de la teoría culturológica no señala directamente los efectos que se dan sobre los receptores, ya que el objetivo de análisis que existe en la definición de las nuevas formas en las que la cultura se emerge en una sociedad contemporánea. Por ello, es aclarado que la teoría culturológica, tiene como característica explorar la cultura de masas, dejando en manifiesto los elementos antropológicos principales y la relación que se manifiesta entre el consumidor y el objeto de estudio.

Los medios de otro modo dan paso a la transmisión y difusión de la cultura de masas, dejando en controversia el objeto de investigación al que representa los medios y lo relacionado con la sociología de las comunicaciones de masas. En la vertiente que señala la comunicación de masas, no permite que haya captación de problema “cultura de masas”. Las variables con las que está conformada con la unidad de la cultura principal que se da en las comunicaciones de masas. Wolf (1987), “el objetivo de Morin es elaborar una sociología de la cultura contemporánea, sin pasar por el falso dilema que la sociología tradicional propone cada vez que se dirige su mirada sobre la cultura de masas” (pág. 113), tratando de esclarecer los puntos favorables o las debilidades que existan. Siendo momento de dejar pasar las controversias del punto para iniciar con los nuevos estudios de la realidad. La propuesta que plantea Edgar Morín se trata de una fenomenología sistemática resguardada por un estudio empírico.

Todos los conjuntos de símbolos, valores, mitos e imágenes que se encuentran en la cotidianidad señalados como lo no existente en lo colectivo, pues es una de las muchas maneras en las que se compone el sistema de las sociedades contemporáneas. Dentro de la sociedad, se encuentra sumergida por contenerse, dejarse controlar, censurar, llevando a desgastar y des valer a las demás culturas, por la realidad policultural. Todo este componente que no es autónomo se encuentra enlazado a la cultura nacional, religiosa y humanista, al mismo tiempo se adentra a la cultura nacional, religiosa y humanista, siendo la corriente más nueva de este siglo XX.

Edgar Morín citado por Wolf (19987), señala que existen nuevas formas de producciones técnicas, por las que se estandariza en las naturalezas individuales e innovadora del consumo cultural en el desarrollo de los materiales de comunicación. En cualquier estructuración de lo imaginario conlleva vertientes en su producción, en donde “los modelos guía y las formas arquetípicas de lo imaginario, los temas míticos, los personajes-tipo constituyen las estructuras

internas, constantes, que utiliza la industria cultural. Por otra parte, esta reduce los arquetipos a estereotipos” (pág. 114). En lo que cabe, toda aquella estandarización debe de mantener originalidad, con un gran peso en los papeles creativos, a la competitividad, por medio de los resultados de la mediación y del equilibrio.

Dentro de la prensa, se encuentra una mayor organización burocrática y con mayor peso, comparado a otros medios, donde los individuos conocen las definiciones de “noticia” como novedad, algo inesperado, que se encuentra fuera de las leyes, en la frecuencia cotidiana de difusión.

Dentro del medio, se conoce esas características generales de la cultura de masas en las que se especifican aun género perteneciente, generando puntos de representaciones propias a la cultura de masa en la participación, revolucionando a las capacidades de adaptarse a los distintos públicos y contorno sociales que se presenten en el contexto social.

La cultura de masa se contempla, así como una ética *loisir*: el consumo de los productos se convierte a la vez en autoconsumo de la vida individual y autorrealización. La cultura de masas es una moderna religión de la salvación terrenal que contiene en si misma las potencialidades y los límites de su propio desarrollo: por un lado, indica el camino que necesariamente toda sociedad de consumo deberá de seguir, pero por otro lado es vulnerable a todos los movimientos colectivos que se hacen portadores de exigencias meta individuales y meta espiritual. (Wolf, 1987, pág. 115)

Los individuos que requieren una autoayuda en la selección de los consumos a los que se acostumbren o a los que los considera parte de su vida cotidiana en la formación personal como persona en la sociedad, ya que de la ética *loisir* es todo aquello que es entreteniendo para los individuos en las que el tiempo libre se aprovecha con los gustos y actividades que son consideradas gustos por las personas en las que se conectan con el producto se consume en el desarrollo individual en las que se dirige el sujeto de manera personal, siempre buscando tener tranquilidad consigo mismo en lo que hace.

Muchos escritores dan cita a la Escuela de Frankfurt, quienes estudiaban la teoría culturoológica dando aportaciones al conocimiento de los medios de comunicación. Dicha estructura se ha

enfocado en el campo de la comunicación, integrada por grandes representantes de la recepción que se vivió en América Latina y agregando los pensamientos contruidos por parte de Paulo Freire. En esta teoría de los medios de comunicación abordada por la Escuela de Frankfurt, desde el punto de vista en que el objetivo es hacer crítica a la sociedad conjunta, iniciando por los distintos conjuntos que hay dentro de la sociedad llena de industrialización de medios y con alto consumo. Cruz habla del uso de los medios de comunicación como instrumento de dominación por parte de los dueños del capital para manipular la masa es estudiado y denunciado en las reflexiones críticas de los pensadores de la Escuela de Frankfurt. Esto lleva a expresar a Víctor Lenarduzzi (2013, pág. 3) quienes tienen el control de las masas, no son más que los mismos creadores de los programas, encargados del mensaje emitido para las masas.

La Escuela de Frankfurt fue una de las que influyo mucho en los estudios de comunicación hechos en el continente nuevo (América Latina), lograron establecer los sustentos de las teorías Recepción activa y Mediación Cultural, Cruz retoma a la Escuela de Frankfurt, analiza de una forma muy oportuna la actuación de los medios masivos de comunicación y las intenciones de sus dueños por someter a los receptores, a quienes veían como clientes pasivos de un gran mercado. (Cruz, 2013, pág. 4) antes de la era digital, los medios tradicionales mantenían al público pasivo, en el sentido que la producción era impuesta a su gusto, no generando conocimiento crítico, ni siquiera, conocimiento como tal.

El enfoque que hay tiene predicho acerca de la industria cultural, donde las personas crean círculos viciosos, no es tratando de estar disponible al servicio del hombre, es todo lo contrario; atados a una fantasía existencial en la que lo bueno, lo bonito, lo feo, lo positivo, lo negativo, será recreado según la industria cultural no dicte entre los individuos.

En las primeras reflexiones hechos por la Escuela de Frankfurt donde los medios en la cultura han sido relacionados entre la tecnología y la cultura, centradas desde la Teoría Crítica y la cultura. Cruz dice que los primeros descalifican de manera contundente las ventajas que la tecnología podría tener para la difusión y el fortalecimiento cultural, mientras que los segundos le encuentran un lado positivo a los avances tecnológicos, como señala Agustín Girard. (2013, pág. 6)

La Teoría Culturológica, a diferencia de la Teoría Crítica, trata de encontrar los puntos de coincidencia entre la producción de los medios de comunicación y las soluciones teóricas y prácticas para poder establecer una comunicación entre industria y arte, pero, sobre todo, se interesan por la cuestión de cómo industrializar la cultura sin que ésta pierda su identidad nata, alejándose así de las posturas radicales de los frankfurtianos. Para Agustín Girard (París, 1982) mayoría de la población en los últimos treinta años más que en los cien anteriores”.¹⁰ (Cruz, 2013, pág. 6)

En los estudios realizados por analistas, de las teorías de Frankfurt, marcaron todo el poder que tiene el emisor. Cruz citando a Richard Hoggart, al referirse a los medios que esas influencias culturales ejercen una acción muy lenta sobre la transformación de las actitudes dándole reconocimiento al perceptor como un individuo pensante, capaz de discernir los mensajes que tratan de imponer los medios masivos (Cruz, 2013, pág. 9) se dieron cuenta que hay audiencias que pensaban más de lo que veían, activando de algún modo al individuo pensante, que decodifica los mensajes emitidos por parte de los medios de comunicación, donde antes eran pasivos a ellos pasan a ser activos sociales. según Stuart Hall, “dependerá de las distintas formas de mediaciones que pueden ir desde la clase social hasta el contexto y las prácticas culturales de los grupos receptores”.

Con el avance de conocimiento y de pensamiento, las masas dejaron de ser manipulables, pasando a ser transformables, pues el apropiarse de los mensajes que predominaban en el receptor. Hay quienes no tienen acercamiento con dichos medios de comunicación, pero que son capaces de moldear a su propia manera, de la cultura predominante.

2.1.1. LA MULTICULTURALIDAD EN EL ÁMBITO SOCIAL

Para poder abordar a la multiculturalidad en el ámbito social, primero se debe de tener en claro el término de la multiculturalidad, para irnos relacionando con su concepto y el camino que recorre a lo que queremos encontrar. Junto al ámbito social. Es por ello, que en este contexto de cultura en la que vivimos actualmente hay una ausencia de identidad como ciudadano, en la que

se chocan culturas específicas, para formar una mezcla de múltiples culturas en un espacio compuesto por características propias.

En la multiculturalidad existe un fenómeno que lo ha causado a lo largo de la vida del hombre, en lo social, es la inmigración, creando una hibridación de culturas por parte de los individuos y se conforman ciudades. Existen múltiples motivos por los que se inicia una búsqueda, ya sea para mejorar la vida familiar, el ámbito económico, pero actualmente la parte cultural e intelectual que se dan entre miembros de una cultura o simplemente por encontrar la comodidad, dejan una vida para iniciar otra en una nueva sociedad y rodearse múltiples culturas.

Para Mauricio Mayol (1999) “La complejidad multicultural de grandes urbes como Buenos Aires, México o Sao Paulo es, en gran medida, resultado de lo que las migraciones han hecho con estas ciudades al poner a coexistir a múltiples grupos étnicos” (pág. 137) de este modo se responde a la conglomerante de las existencias urbanas, diferenciadas por las características que los subgrupos tienen en común, una relación de vivencia por similitudes en culturas. Donde la multiculturalidad, se muestra visiblemente cuando en una ciudad está integrada por los múltiples sujetos que la habitan.

Cuando un espacio público dentro de la sociedad esta abarcado por estas múltiples culturas que le son añadidas al lugar, todo ese espacio físico dentro de la ciudad se hace presente un fenómeno expresivo, en otras palabras, una ciudad que tiene lenguaje múltiple. Dicha expresión, es creada por aquellos que inmigran a un punto de la ciudad, pues son quienes dan pie a ese lenguaje.

Dos características que definirían a la ciudad a partir de la experiencia del habitar: la densidad de interacción y la aceleración del intercambio de mensajes. Este fenómeno, no es sólo de naturaleza cuantitativa, sino también cualitativa, ya que exige a los habitantes de las ciudades adquirir continuamente nuevas competencias para comprender los distintos códigos ciudadanos que son cada vez más complejos. (Daniel Quilaqueo R. Héctor Torres C., 2013, pág. 138)

Dentro de un contexto social, como lo son las grandes urbes, metrópolis de un país los habitantes que viven en las estructuras culturales de origen van agregando otros lenguajes de culturas por parte de aquellos que se integran a la sociedad. El individuo entabla interacción con los

habitantes, lo que causa intercambios de palabras y al mismo tiempo se comparten culturas desconocidas, dando a la ciudad un amplio panorama de vida e identidad múltiple.

Por otra parte, Quilaqueo y Torres (2013), abordan el termino de multiculturalidad como “la existencia de varias culturas presentes en un mismo territorio y es lo que permite explicar el desafío que presenta la incorporación de los conocimientos” (pág. 286), ya sea que se de en un territorio geográfico, un país con fronteras y zonas continentales, en las que la diversidad está presente en los aspectos de vidas de las personas. Algo que siempre predomina en una mezcla de culturas, es la religión, que se mantiene casi intacta.

Demorgon citado por Quilaqueo y Torres. Desde una perspectiva mundial, la separación de las zonas culturales o de civilizaciones diferentes es de tipo geohistórico. Esta multiculturalidad de civilización, con sus orientaciones culturales históricas, es evidente en todos los continentes, aunque las grandes zonas culturales diferentes, particularmente las religiosas, han sido regiones que están aisladas unas de otras. (Daniel Quilaqueo R. Hector Torres , 2013, pág. 286)

En las grandes ciudades se van formando grupos de inmigrantes, hasta llegar a un número amplio de personas que comparten la misma lengua, cultura e identidad, para conformar una subcultura y sub-identidad en una cultura general, pero muy dentro de esa nueva forma de relación, es una multicultural, porque ya ocupa un lugar importante dentro de la ciudad, es notable la presencia del grupo. Los barrios chinos, se encuentran en Estados Unidos, son un grupo de individuos que conforman parte de una multicultural, interactuando con los ciudadanos de otras culturas, Walsh citado por Quilaqueo y Torres (2013), “la escuela, por su parte, ha funcionado sistemáticamente para reproducir y perpetuar el pensamiento eurocéntrico” (pág. 288), los grupos escolares que existen en las escuelas crean discriminación hacia los estudiantes de origen indígena, esta forma de disciplina no debería de darse, ya que la escuela debe de funcionar como aquella institución que transmite conocimiento, generando identidad en los jóvenes, pero fuera de eso, hay exclusión hacia lo grupos étnicos por el Estado.

En tanto, en Estados Unidos el concepto multicultural se refiere a los grupos de inmigrados como producto de la política migratoria, que denominan *meltingpot*, es decir, la integración de inmigrantes de diferentes condiciones sociales a una misma cultura

En América Latina, por otro lado, el término multicultural se aplica principalmente a los pueblos indígenas, como minorías étnicas, según la formulación política de cada país y la implementación de la Educación Intercultural Bilingüe (Daniel Quilaqueo R. Héctor Torres C., 2013, pág. 288)

Los países de Europa, Canadá, Estados Unidos, existen un reflejo claro de las múltiples formas de vida en las que los inmigrantes salen de su país, ya por circunstancias precarias de vidas; económicas, políticas, sociales, muchas veces de seguridad, llegan a otra nación a reincorporarse a las condiciones de vidas que se tiene en unas urbes, también dejan de sus costumbres para adoptar una nueva o tratar de integrar su cultura como un estilo de vida al lugar que llegan. Contrario a la multiculturalidad que existen en América Latina, que son entre los grupos étnicos de indígenas que puedan tener existencia en una solo ciudad y comparten entre ellos el lenguaje, costumbres, forma de vida, existe esa interacción social entre los individuos que conforman a la sociedad.

También Fernando Bernard aborda la existencia del multiculturalismo, desde la perspectiva de la educación que busca esas estrategias pedagógicas de enseñanzas y sobre todo de tolerancia hacia los grupos culturales, de los indígenas. Actualmente ese fenómeno social a lo largo de los últimos años se ha incrementado, Bernard dice que es preocupante educar a la solidaridad y al respeto.

Bernard citando a Sales y García (2007), “el fenómeno del multiculturalismo está asociado a factores sociopolíticos que se han desarrollado en las últimas décadas. El fenómeno migratorio de los países tercermundistas a los países industrializados es otro aspecto que impulsa la interacción entre culturas” (págs. 58-59), para los países desarrollados industrialmente y económicamente, a los inicios del movimiento migratoria fue un problema y en la actualidad lo sigue siendo, pero los pequeños grupos lucharon para preservar su identidad en otro territorio, logrando la existencia de las múltiples culturas que llevan.

Al tener en claro, sabiendo que es el termine multiculturalidad, como esta misma se incorpora al ámbito social de una sociedad existente en la vida de los ciudadanos que viven día con día sus vidas. La manera de desenvolvimiento e interacción entre sujetos.

Adentrando a la forma de vida que se dan en las ciudades conglomeradas, la multiculturalidad se hace presente en la vida de los ciudadanos generando posibles cambios en el entorno social, es como se llega a conectar el termino multiculturalidad en relación al ámbito social, en la estructuración de la cultura establecida.

2.1.2. LA CULTURA EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS: IMPRESOS Y DIGITAL

Durante la historia del proceso de los medios de comunicación, que a su vez se vuelven informativos, han jugado un papel importante en la vida de las personas que conforman a la sociedad contemporánea. Actualmente, el mundo se encuentra a un paso acelerado en la generación de información de inmediatez, a través de la tecnología y generando a su vez que la información sea una prioridad, necesidad y una obligación, pero veraz. En el siglo XXI la vida de las personas ha sido programada en recibir, difundir y compartir noticias, para estar en sintonía al contexto social.

Los medios impresos surgen a través de la fundación de la imprenta, con esta herramienta se inició la comunicación masiva, ya que la información llega a grandes escalas, a personas con la misma información, ya sea por medio de la prensa escrita, radio, televisión e internet.

En la radio, o lo que se ve en televisión, todo lo que se escribe, publica en periódicos es sustento conceptual, ideológico y cultural, que brinda vida a estos medios informativos. La vida que hay en los medios, se comportan bajo la cultura del país, para incluir material de aprendizaje en contenidos de producción, para profundizar más, dándole valor.

En palabras del periodista y escritor francés Jacques Verger (1999:109) “la imprenta alteró completamente la circulación de la información escrita en el seno de la sociedad, tanto en cuanto a la rapidez como a la cantidad, fue sin duda una de las revoluciones técnicas más importantes de la historia de la humanidad”. (Rogel, 2013, pág. 22)

Tras las primeras publicaciones del periódico, se vino realizando patrones de comportamientos en los mismos, abordado por la información escrita, en la rapidez y cantidad de producción,

donde explotó la información a las masas, así pues, Rogel citando a Rubén Gil (1993: 42) “los inventos posteriores de composición mecánica y hasta por control electrónico, no son sino versiones perfeccionadas del genial invento de Gutenberg”. (2013, pág. 22) este medio tuvo mucha influencia en la sociedad, dando como inicio la expresión a través de los distintos géneros de opinión, donde el papel del medio de comunicación es hacer expresa la información que se presenta dentro de la sociedad.

Los estilos se eligen conforme a lo que se tiene como objetivo de publicación, que está controlado por el diseñador por la selección basada no en las demandas personales, será conforme al contexto social.

Durante el siglo XIX hasta comienzos de la I Guerra Mundial, el diseño de mensajes fue trabajado por dos profesionales: el dibujante y el impresor, el primero estaba educado como artista y el segundo como artesano, es decir no había un tratamiento de la información, como hoy lo trabajan los periodistas, que no diseñan algo sin antes conocer el público al que va dirigida la comunicación (Rogel, 2013, pág. 26).

La cultura de los medios ha llegado al uso del internet, para la generación de conocimiento, ya que permite llegar a una cantidad mayor de gente en el mundo, también con rapidez y contenidos de calidad. Dicha cultura tradicional que había en los medios (periódico, radio, tv) se ha traspasado a las nuevas formas de comunicar usando las nuevas tecnologías publicando contenidos con mejor resolución visual, en accesibilidad y en cualquier momento. El diseño del medio impreso está en manos del diseñador. Como el encargado de darle buena presentación, cubriendo los factores como, el traslado de lo invisible a lo visible, comunicar, que será el objetivo principal de todo medio impreso. En el diseño recae el implementar conocimientos, generarlos, así como usar la experiencia para sugerir las decisiones del lector.

Como parte de la cultura de los medios impresos, el punto muy relevante que resalta todos los valores del medio es el diseño, por ello Rogel considera que el diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, en el ordenamiento y comunicación de la información. Un diseñador no ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza, la pertinencia y la economía de los mensajes. (2013, pág. 32) dicha persona encargada de darle forma al mensaje en diseño, pues no es fuente de información, es considerado el que configura el mensaje

por otras personas, para hacerlo accesible al público y alcanzable, sin meter personalidad propia al diseño porque va bajo los criterios que pida el mensaje, ya que el todo medio comunica. Lo que se busca con el diseño es reencontrar la armonía entre función y forma. Dicho modo se crea un valor cultural en la relación hombre y cosas que utiliza, ajustando lo útil con lo bello.

Rogel tomando a Wucius Wong de González y Pérez, “señala que el embellecimiento de las cosas es tan sólo uno de los objetivos del diseño. La creación no debe ser únicamente estética, sino también funcional”. (2013, pág. 42) todos los diseños que se encuentran en los medios impresos han formado parte de su historia para la cultura de los mismos con los que se identifican entre uno del otro, así el público se familiariza con cada uno, eligiendo que medio prefiere adquirir para informarse. Bajo la premisa de la comunicación que da hincapié al futuro diseño que tendrá el periódico siguiendo el lineamiento.

Al igual que los medios tradicionales, en los medios digitales se trabaja mucho, se exige la misma calidad informativa y de diseño. Actualmente la mayoría de medios tradicionales tienen sus contenidos en la Web, por ello es importante utilizar los mejores recursos; la gente por su trabajo tiende a leer en Internet, e incluso porque la información es más escueta (Rogel, 2013, pág. 57).

En este siglo XXI la era digital también ha sido implementado como medio de comunicación por parte del público que tienen acceso a internet, donde se encuentran plataformas que buscan como fin, informar. Marín define lo digital como “un mundo digital, el medio no es el mensaje, sino una encarnación de éste. Un mensaje puede tener varias encarnaciones que derivan de manera automática de la misma información” (2009, pág. 3)

Ésta es una constante en todos los estudios realizados sobre el papel de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Pero no es tan importante tratar de otorgar un papel causal a la técnica sobre los cambios que acontecen en la sociedad, ni tampoco dotar de excesivo protagonismo e importancia a la propia tecnología. Señala la existencia de una evolución en los medios muy parecida a la teoría de la evolución de las especies de Darwin: “Los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Cuando emergen nuevas

formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose” (Fidler, 1998:57). (Marín, 2009, pág. 4)

Gracias a las implementaciones hechas por los sistemas digitales y las TIC ha tenido lugar redituable redefiniendo a los medios de comunicación tradicionales, provocando que sean híbridos para su sobrevivencia en el mundo de la información. Ahora son considerados como new media, no se han de digitalizar totalmente estos medios tradicionales, sino agregando nueva estructura en su formato para estar presente en la tecnología, de cierto modo se reconfigura toda la esencia del medio, dando oportunidad a la profundización de los temas y la participación de contenidos a los usuarios.

“Es preciso conseguir que esas nuevas tecnologías alcancen su mayor eficacia al servicio de la comunicación humana; asimismo, que los especialistas puedan participar con plena responsabilidad en el desarrollo de las potencialidades que exhibe el nuevo sistema de comunicación” (Aguilera, 1998:18). En este contexto de innovación tecnológica encontramos una transformación generalizada de los medios, soportes y canales de información. (Marín, 2009, pág. 6)

El apalancamiento de los medios en la digitalización hace más amplio al campo de la divulgación, llegando a una diversidad de público, considerando que Enrique la aborda, como la que permite estudiar e investigar sobre comportamientos culturales actuales, analizarlos y esperar cambios de comportamiento de los alumnos al conocer la manipulación a la que están expuestos. (1994, pág. 101) reestructurando los spots hechos en televisión, generando un efecto en el público.

2.1.3. Capital cultural

La dupla de lo que es capital cultural, se refleja en todas las personas a través de la capacidad que se tienen en la interacción social, por medio de las habilidades, aptitudes, que tiene el individuo en la sociedad y eso lo lleva a una distinción dentro de la misma sociedad en la que

se desenvuelve. Existe una de las grandes claridades del comportamiento de los individuos dentro de la sociedad, mostrando las estrategias de educación propuesta por el sistema humano, de reproducción de comportamientos, donde la transmisión de formación personal se vuelve necesaria y parte de sociedad. También, el hecho de estar sometidas por las percepciones de las personas en el entorno familiar o educativo.

Sus interrogantes sobre la relación entre la "aptitud" (ability) por los estudios y la inversión en los estudios, demuestran que ignoran que la "aptitud" o el "don" es también el producto de una inversión en tiempo y capital cultural. Y se entiende entonces, que, al evaluar los beneficios de la inversión escolar, sólo se pueden interrogar sobre la rentabilidad de los gastos educativos para la "sociedad" en su conjunto (Bourdieu, 1967, pág. 1)

Una de las instituciones que se hacen presentes en el concepto del capital cultural propuesto por Bourdieu, en las connotaciones humanistas, ha sido la familia en latitudes de acción escolar, Bourdieu habla de un desconocimiento en el rendimiento económico y social del título escolar, depende del capital social, también heredado, y que puede ponerse a su servicio. (1967, pág. 2) el capital cultural depende de la aportación familiar que exista en el individuo para adentrarse a la sociedad. Planteados en tres estados se define lo que es el capital cultural, que posteriormente se aborda.

El Estado incorporado

Se va adquiriendo por el trabajo personal, dado por cada individuo de distintas formas, donde el sujeto mismo se auto conoce, tratando de cultivarse, Bourdieu dice que el capital cultural es un tener transformador en ser, una propiedad hecha cuerpo que se convierte en una parte integrante de la "persona", un hábito (Bourdieu, 1967, pág. 2). El hábito traspasa más allá de una persona simple, relacionado con el tiempo personal. No existe manera de poder enseñar este capital, que sea transmitido por generaciones o familia, como suele suceder con un objeto, dinero o propiedades, no hay método en el que el hábito se transmita.

De allí que este capital cultural presenta un más alto grado de encubrimiento que el capital económico, por lo que está predispuesto a funcionar como capital simbólico, es decir desconocido y reconocido, ejerciendo un efecto de (des) conocimiento, por ejemplo, sobre el mercado matrimonial o el mercado de bienes culturales en los que el capital económico no está plenamente reconocido (Bourdieu, 1967, pág. 2).

La eficacia ideológica de este capital cultural es independiente de la lógica de la transmisión del mismo. La transmisión no es con la que se basa para formar a un individuo social.

la capacidad de satisfacer las exigencias propiamente culturales de una empresa de adquisición prolongada. Además, y correlativamente, el tiempo durante el que un individuo puede prolongar su esfuerzo de adquisición, depende del tiempo libre que su familia le puede asegurar, es decir, liberar de la necesidad económica, como condición de la acumulación inicial (Bourdieu, 1967, pág. 3).

El estado objetivado

También el capital cultural en su estado objetivado es tiene ciertas propiedades en las que se van a definir las relaciones que tiene el capital cultural en su aspecto incorporado. El capital cultural objetivado está basado por el materialismo conformados por escritos, pinturas, monumentos, etc., es transmitido en su estructura material.

El capital cultural en su estado objetivado se presenta con todas las apariencias de un universo autónomo y coherente, que, a pesar de ser el producto del actuar histórico, tiene sus propias leyes trascendentes a las voluntades individuales, y que, como lo muestra claramente el ejemplo de la lengua, permanece irreductible ante lo que cada agente o aún el conjunto de agentes puede apropiarse (es decir, de capital cultural incorporado).

Dicho capital cultural se encuentra relacionado completamente a lo material y que se encuentra activo simbólicamente por los individuos, conforme se va transmitiendo por cada sujeto en el tiempo y llenos hechos que lo comprometen, de este modo se mantienen vivas historias humanas en donde resalta la producción cultural (campo artístico, campo científico, etc.) abordando también a las clases sociales existentes, sitio donde el individuo se beneficia con este capital objetivado, avalando el peso de su capital incorporado con el material

El estado institucionalizado.

Con el título escolar -esa patente de competencia cultural que confiere a su portador un valor convencional, constante y jurídicamente garantizado desde el punto de vista de la cultura- la alquimia social produce una forma de capital cultural que tiene una autonomía relativa respecto de su portador y del capital cultural que él posee efectivamente en un momento dado; instituye el capital cultural por la magia colectiva, a la manera (Bourdieu, 1967, pág. 4)

Basados por una estrategia en la que la reconversión del capital económico pasa a ser capital cultural, donde la escolaridad es influyente en el individuo y la obtención de un reconocimiento, por medio de un título que da identidad e importancia dentro de la sociedad, determinadas por parte de las estructuras que rodean al capital cultural.

Queda a responsabilidad de la familia el proporcionar el referendo del capital cultural, para que el sujeto refleje las buenas actitudes, valores y conocimiento con las que inicia el camino institucional de la escuela. Un complemento de este capital cultural han sido las experiencias y conocimientos posee innatamente o que desarrolla con posterioridad.

Por ello, el planteamiento que se hace Bourdieu, el capital se ha de manifestar de tres formas, 1 estado incorporado, adquirido por el individuo mismo sin que se dé cuenta y formando su carácter, 2 estado objetivo, bajo la premisa del materialismo, transmitido y cargado de efecto formativo, 3 estado institucional, donde el reconocimiento educativo por medio de un título hace acreedora de ser reconocido por una institución.

Por otra parte, el desarrollo del individuo en la sociedad es una de las partes bases de los valores y de comportamiento, que no es imposible dejar a un lado el capital cultural en la formación que tiene el individuo en la educación personal, también el influyente que hay en la familia que brinda las herramientas principales que harán que el sujeto tenga control emocional y de actitudes dentro de la sociedad misma. El capital cultural visto por Chacón en la que dice, en las últimas décadas, se ha ampliado la escolaridad de los jóvenes y también su mayor permanencia en los hogares, ello de algún modo, ha influido en las representaciones que los jóvenes construyen en torno a su formación, de cara al mercado laboral (2015, pág. 8) lo que determina la aproximación que el miembro familiar posee de capital personal. Desde las aristas sociales en la que se mide dicho capital, basados en lo económico como en lo cultural, son los individuos que tendrán mayores oportunidades, contrario a los que tengan bajo capital, se sitúan a bajo inferioridad, con muchas limitaciones sociales.

Chacón hace referente que el capital cultural está constituido por una serie de atributos, propiedades y manifestaciones de naturaleza compleja, en la que intervienen aquellas condiciones de tipo formativo (material- inmaterial) (Chacón, 2015, pág. 8) lo cual hace que sea de provecho para todo individuo que posee las características capitales culturales, para el conocimiento, actitudes, destaque entre todos, poniendo en uso los sentidos y significados lingüísticos, en los escenarios educativos. También el capital cultural se compone de variables como son: 1 expectativas en la educación de los individuos y los familiares, 2 la lectura que tiene, número de libros en casa, 3 nivel educativo por parte de los padres, 4 reconocimiento social del trabajo de los padres, 5 internet en casa.

Los planteamientos de Bourdieu ubican al concepto acción en el lugar central de su propuesta; en ella se reconoce a un sujeto social que se construye en los contextos concretos y en las razones prácticas. En esta trama surge el habitus, concepto esencial para hacer posible la noción de necesidad en un marco conceptual en el que los sujetos tienen un sentido práctico; de esta manera la noción necesidad puede ir vinculada con la sociología del consumo (2013, pág. 57).

El término por solo del habitus es la que pone en distinción social a cada individuo, lo que es toda forma de hacer valer las relaciones sociales a través de los actos y actores concretos. La

que impulsa a realizar necesidades virtuales de relaciones personales. A través del habitus se obtiene lo que se quiere, porque se quiere lo que se tiene, formándolo parte del desarrollo humano del individuo social. Unido con el discurso se manifiesta las necesidades, demostrando que no es solo simbólico o ideológico, sino que también toma de lo socialmente relativo, por las prácticas con las que se deja en visto el consumo individual.

García Canclini expresaría: —Si la apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo —y no sólo las relaciones con el arte y el saber— son hechos culturales‖ (2013, pág. 59).

Gutiérrez, Reyes y Gómez, hablan del capital como el consumo de bienes culturales es, por consecuencia, un trabajo de apropiación que requiere un tiempo y unas habilidades adquiridas en ese tiempo. Se trata, en ese lapso, de adquirir el gusto estético y con ello asegurar un beneficio de distinción (2013, pág. 59)

2.2. DIVULGACIÓN SOCIAL

El compromiso que se tiene con la sociedad es una tarea sumamente importante que conlleva responsabilidad en las personas que se enfocan a la divulgar información a través de los canales informativos, como son los conocidos medios tradicionales y medios digitales, por ello en el siglo XXI la divulgación se encuentra muy activa en los distintos medios existentes en la sociedad actual, por ello Vladimir Semir dice que hay más divulgación que nunca, aunque la calidad es muy variable según cuales sean las fuentes y los medios para su difusión. Cantidad y calidad también dependen y mucho de las tradiciones y usos culturales de cada país (2015, pág. 167) con apoyo de los diversos medios existentes la divulgación logra un gran impulso por medio de la radio, la televisión, libros.

A través del tiempo el comportamiento y la demanda de las personas se vuelven cada vez más exigente en los contenidos que se ofrecen en los medios, pues en cada escenario se encuentra una sociedad que requiere información, pues el dilema para llegar es el cómo y el para qué hacer divulgación.

Del modo en que lo trata Semir, es como la sociedad liquida demanda consumo, aunque en muchas ocasiones los sujetos no cuentan con recursos para digerir el saber que se les ofrece (2015, pág. 168) actualmente hay diversidad de gustos por parte de la sociedad, que ha generado la existencia de segmentar a las personas por edad, genero, estatus social (que siempre ha existido), geografía, nivel educativo. Dichos recursos llegan a todos, que ocasiona que sea mal empleado por personas a las que no está dirigido dicho recurso o contenido.

Es el conjunto de intereses y creencias comunes del lector común el que orienta al divulgar en la elección de lo más adecuado. Ahí se sitúa precisamente la responsabilidad del divulgador, ese no se puedes presentar como si fuera para especialista. Por tanto. Se ha de proceder a borrar y dejar lo que no es relevante en el sentido que se le da la pragmática (Semir, 2015, pág. 177).

Dentro de la sociedad la divulgación se vuelve segmentada, por los intereses que tenga la sociedad en conocer lo que acontece en el contexto cultural o político, pues la construcción de

la divulgación carga con una responsabilidad mayor para dirigir a las personas al objetivo que se desea sea consumido. Los canales que se usan para la transmisión de información y dar difusión han dado un paso gigantesco, tras pasar de los medios tradicionales, a medios digitales por el avance de la tecnología, recurriendo a los sitios webs, blogs, redes sociales, que son requerido para comunicar.

Aunado a todos los medios de comunicación existente, los que divulgan son consciente que el mensaje no llega a un solo público, sino a uno muy amplio y heterogéneo, que puede no conocer de lo que habla, llenándose de dudas. La divulgación se encuentra encargada de hacer dejar claro el mensaje que circula.

También, Semir profundiza diciendo que tradicionalmente los medios han solicitado y solicitan la participación de los expertos, provocando su participación ante el público en la radio, en la televisión y en los periódicos (2015, pág. 180) ya que para dejar claro un mensaje técnico, la intervención de la persona que conoce a excelencia el tema debe de aclarar las incertidumbres que se crean, que haya una retroalimentación en los medios por parte de los expertos en materia. En los medios de comunicación usados para dar difusión, de índole digital o analógico hay intervenciones de explicaciones de lo que está conversando, para que el receptor tenga en claro lo que menciona entre conductor e invitado, por ello Semir aclara que en cualquier unidad de comunicación divulgativa podemos encontrar una distribución de menor a mayor grado de explicación. Depende pues de dicho despliegue y de su alcance (2015, pág. 182). El aprendizaje que hay por parte de la difusión a través de los medios de comunicación, influyen para el conocimiento de las personas que tiene intereses en común.

El sujeto divulgador utiliza recursos de intensificación, de realce. Utiliza la ambigüedad para después clarificar. Recurre al humor, al cambio de registro (del común al coloquial, por ejemplo). Pero principalmente usa la metáfora para dar cuenta de conceptos abstractos y sin denominación en el uso común (Semir, 2015, pág. 187).

En los tiempos de información la audiencia de la radio, la televisión, medio impreso y del internet, se alimentas de conocimientos de temas de interés personal, por ello, implementar la divulgación en los medio, que estos mismos conectan con la sociedad, aportar a la conducta de

la sociedad, compartiendo valores, creencias, normas y actitudes frente a los grupos existente de distintos ámbitos sociales, Ferreiro agrega que se considera a la divulgación como un medio de enseñanza, como un complemento a la educación formal (2003, pág. 16) en todo medio de comunicación lo que se genera es divulgación por medio de temas sociales, tanto, político, económicos, cultural y hasta de religión, estructurados para un público específico que se busca educar/informar por medio de la divulgación.

Dentro del proceso de la divulgación social, que su misma vez se da a través de los medios de comunicación se contempla en primer lugar a la información, del modo en que se publicara para hacerla llegar a las masas, se encuentra el mensaje cargado de la información puesta en circulación en lo social, Alonso y Galán, no significa más que poner en circulación (difundir) una noticia, se ha asociado, por inevitable vecindad semántica con “vulgo” o “vulgar” (2014, pág. 171) en el fondo de la divulgación hay un punto central, que no va más allá de lo simple, sino que es alcanzar distancias sociales que indagan acontecimientos ocurridos en su contexto actual o histórico, ya que la difusión de los sucesos ya están en una plataforma, algunas hasta la almacenan.

Tampoco el público es homogéneo, por lo que quizás convendría hablar de públicos en plural; y, en último lugar, así como no existe una divulgación científica con carácter universal, tampoco está reglada la manera en que el público la asume pues tiene que ver fundamentalmente con las expectativas y motivaciones personales más que con el propio discurso en sí (Alonso & Galán, 2014, pág. 177).

En la divulgación solo hay una percepción y esa persona que se dedica a divulgar no toma en cuenta lo que dice el público o más bien no se entera del todo de la opinión del público cuando este no es activo, pues las personas que se vuelven participes en la divulgación es escasa en conocimiento de los temas que se tratan, Galán pone a discusión que la divulgación es información jerárquica y no comunicación, el público es un receptor pasivo, incapaz de juzgar o de tomar partido. Divulgar es necesario porque, si el público conocer mejor la actividad de los científicos, la financiara de buen grado (Alonso & Galán, 2014, pág. 173) la importancia de la divulgación dentro una sociedad es muy importante, por simple hecho de ser el único modo en

que el público tiene para conocer al mundo, las actividades de las instituciones que controlan el orden social.

Por el hecho de ser una herramienta útil la divulgación en el proceso de interacción social entre público y experto en materias. El camino de la información es llegar a cubrir las expectativas que tienen las personas de lo dicho, ya que Garde Sánchez considera que la información divulgada es útil si satisface las necesidades de información de los diferentes grupos de interés. El desarrollo de las TIC podría facilitar el acceso y la oportunidad de dicha información. (2013, pág. 184) generar divulgación que informa para los sectores con intereses diferentes en conocimiento y comportamientos dentro del ámbito social, el uso de unas nuevas herramientas de medios de comunicación donde el público consume información.

Los contenidos de los mensajes divulgativos son estructurados con códigos exclusivos, dependiendo de su público receptor por parte del divulgador, Quiñonez citando a Pasquali (1979) explica que la difusión es la elaboración de mensajes accesibles a todo el público preceptor, independientemente que trate o no temas de interés científico, mientras que la divulgación tiene que ver con la depuración del contenido de los mensajes científicos a lenguajes asimilables por un mayor número de personas (2014, pág. 6) en todo medio la divulgación se tiene código de traducción, que no usa tecnicismo en el lenguaje

Pasquali (1979) define a la divulgación como la transmisión de mensajes estructurados, pasando por un proceso decodificador del contenido del lenguaje científico, es decir, las palabras técnicas son redefinidas de una manera comprensible, disponible para cualquier individuo. El surgimiento de la divulgación, en palabras de Calvo (1983), se da en el momento cuando la información de un hecho científico deja de ser exclusividad de una minoría dominada por clases sociales con alto poder y pasa a ser interés general de todas las personas (Quiñónez , Guerrer, & Rengel , 2014, pág. 6).

La divulgación es todo lo que está relacionado con la comunicación de los medios, como creador de contenidos que tiene alcance con el público heterogéneo.

2.2.1. ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN SOCIAL

Para llevar a cabo todo trabajo en los medios de comunicación sea, tema cualquiera, los creadores de información que buscan llegar a los distintos públicos, creando una estrategia de contenidos y de información. Desde que se tiene registro de lo que es una estrategia, fue desde las evasiones militares, quienes derrotaban a sus oponentes con estrategias para derrotarlos, Rodríguez consideró que las estrategias están reflejando el arte de dirigir las operaciones militares, así como al conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. (2015, pág. 192) en toda estrategia se siguen objetivos alcanzables, que acompañados con un plan llegan a cumplir su prometido, ya que toda información se comparte diferente en algunos medios de comunicación.

El divulgar es considerado la forma de dar conocer un hecho, la estrategia del uso de los medios, considerando su rentabilidad y demanda. Las plataformas digitales son auge de informarse y de inmediatez en la actualidad, la información usada en medios tradicionales, pasa a ser modificado para estas plataformas, por resta ser precavido con el contenido a crear, donde la estrategia divulgación se vuelve una alternativa de guía.

la estrategia como un proceso de acción para alcanzar los objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y planes esenciales para lograrlos, establecidos de tal modo que permitan definir la actividad a que se dedica o quiere dedicar la organización y donde se encuentra o planea estar en el futuro (Rodríguez F. D., 2015, pág. 192)

Rodríguez citando a Michael Porter: el término de estrategia competitiva como la fórmula para competir, identificar objetivos y definir las políticas necesarias para alcanzarlos a largo plazo consiguiendo una ventaja competitiva sostenible (2015, pág. 193) en los medios de comunicación se dan las competencias por el público al cual se deben de ganar por ser un medio de divulgación ejemplar. En la estrategia lleva fuertes objetivos que cumplir por parte de las personas que dan uso de esta forma de hacer cumplir las metas personales. También ayuda en ver más allá de un corto tiempo, una estrategia es usado por mucho tiempo mientras sea efectiva en la producción de información.

Por su parte Mintzberg, considerado como uno de los mayores detractores del concepto clásico, propone un enfoque más moderno identificando cinco concepciones diferentes de la estrategia basándose en las que denomina las cinco P (2015, pág. 193) una buena estrategia para la divulgación social requiere mirar muchos matices que compone a la sociedad en general a la que buscan atrapar con los conocimientos que son también compartidos en radio, televisión, periódico e internet. En el siglo XXI las generaciones se han vuelto líquidas en los conocimientos personales que tienen los individuos pertenecientes a los grupos culturales, étnicos y/o políticos.

- Estrategia definida como un plan; un curso de acción que sirve de guía para alcanzar objetivos. El plan precede a la acción, se prepara con anterioridad y se desarrolla de manera consciente con un propósito determinado.
- La estrategia como pauta de acción; una maniobra para ganar a un oponente o competidor. En este caso la verdadera estrategia es la amenaza.
- Estrategia definida como patrón; funciona como un modelo o patrón en un flujo de acciones. La estrategia debe ser consistente con el comportamiento deseado, sea esta intencionada o no.
- La estrategia como posición; es la fuerza de mediación entre la organización y su entorno, tanto el interno como el externo. Mira hacia el exterior de la organización buscando su ubicación.
- La estrategia como perspectiva; su contenido implica no solo la selección de una posición, sino una forma particular de percibir el mundo. En este sentido la estrategia es para la organización lo que la personalidad para el individuo (Rodríguez F. D., 2015, pág. 195).

Igor Ansoff, la define como un proceso de decisión que debe conducir a seleccionar las estrategias a poner en práctica con objeto de alcanzar los objetivos establecidos (Rodríguez F. D., 2015, pág. 195) para llevar a cabo toda actividad con objetivo único de alcanzar o cumplir, las decisiones que se vayan a tomar para el proceso tienen pasos que sirven de guía en el transcurso de la divulgación, la selección del medio en donde el público objetivo se encuentra, sin salirse del margen establecido, acordado por los integrantes de producción de estrategia. Para Ruiz (2009) una estrategia comunicacional es cuando dos o más personas con objetivos similares se unen para alcanzar una meta, estableciendo parámetros específicos con una coordinación impecable en todos sus aspectos (Quiñónez, Guerrer, & Rengel, 2014, pág. 8) ya

se parte de una institución, un grupo político, empresarial, social y/o religioso, dichas personas se unen para alcanzar los mismos objetivos en una comunidad heterogénea. El apoyo que se brinda voluntariamente en las aportaciones de ideas, facilitaciones en los medios, apoyo económico, que aportan entre cada individuo cooperación para cumplir los parámetros establecidos. En la vida colectiva se crean estrategias de recolección e información.

Por su parte, Izurieta (2003), quien aporta que una estrategia: “Es un plan integral en el que cobra sentido todo lo que se hace y se deja de hacer y todo lo que se comunica y se deja de comunicar” (2014, pág. 8) es considero su realización para no perder los objetivos, una buena planeación en la divulgación siempre cumplirá las expectativas del público, en cuento a contenido. Contando con un plan nunca se divagará en los objetivos, ni de ir a un público a otro. Es estar centrados, trabajando y moldeando a seleccionados sujetos. También, es crear un discurso de lo que se busca decir, para no mezclar un tema con otro.

Para crear una estrategia comunicacional se requiere determinar un plan que sea coherente, con técnicas y creatividad, que se ajuste a un proceso de comunicación viable, ligero, ordenado, llevado con mucha armonía para que sea digerida la información de una manera sencilla a quienes sean los receptores en cualquiera de los casos (Quiñónez , Guerrer, & Rengel , 2014, pág. 8).

En una estrategia para la divulgación social hay un representante o el encargado de la realización de los contenidos a difundir, sin pasar por alto demás temas, la estrategia vista desde una mirada meramente militar. En las guerras suscitadas en el mundo hay un mando al frente, quien tiene a su mando a sin número de personas y le obedecen las ordenes, Sierra creía que el estratega era el individuo (o individuos) que se encargaba de dirigir o de conducir al ejército en las guerras por el dominio territorial o por imponer su hegemonía (2013, pág. 158) una estrategia nunca falla para lograr los objetivos de invasión al enemigo. Similar a las estrategias en la divulgación, es ganar al público, invadirlo con los ideales que tiene el emisor y persuadirlos con los pensamientos, convencimiento.

Queda claro que una estrategia, es un apoyo. La divulgación requiere inversión económica, de ahí, la medición del presupuesto que se tiene, la estrategia nos dirá cuáles son los medios de

comunicación en donde se puedan invertir para crear los contenidos de información que van a llegar al público en general. El uso de boletín informativo digital; usado mucho actualmente, se da por medio de correo electrónico, sitio web o página institucional, que solamente informa lo que acontece; programas de radio, donde la emisora brinda un espacio de entrevista o mención, pensando cuantas personas participaran y en días; el uso de las redes sociales, Facebook una plataforma mundial, multicultural donde se publican mensajes e informas de interés que tienen los seguidores; los anuncios impresos, en este caso los carteles, se encuentra donde los transeúntes transitan constantemente y lo único que hace es avisar de un evento.

Por otro lado, Sierra citando a Galbraith y Nathanson (1978) afirman que la estrategia es una acción específica, que normalmente va acompañada de la correspondiente asignación de recursos, para alcanzar un objetivo decidido sobre un plan estratégico (2013, pág. 165) queda claro que una estrategia es similar a un plan, que juntamente cumplen las expectativas específicas puestas por un grupo de personas con objetivos iguales. Dentro de la divulgación social la necesidad de requerir materiales de difusión es de principal importancia para llevar a cabo la estrategia que apoyaran en la realización de los objetivos.

Sierra citando a Chandler (2003), la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas (Sierra, 2013, pág. 161) dentro de una institución como la iglesia, existen metas que cumplir por la realización de festividades de un santo, los cuales desde ya un tiempo se tiene planeado los recursos de medios a usar para llevar a cabo la actividad, llegar al público religioso a través de los medios posibles que dispongan en la difusión de la actividad para cumplir con dichos objetivos.

2.2.2. ESCENARIOS MEDIÁTICOS PARA LA DIVULGACIÓN

La utilización de los escenarios en que se presentan a través de los distintos medios de comunicación por cuales las personas e individuos de índole divergente usan a diario. El aprendizaje de las personas se da de manera visual, oral y auditivo, los sentidos por donde la información del entorno ingresa a nuestro cerebro. Desde el inicio en que las herramientas de

comunicación llegan a las *mass media* se han construidos diferentes maneras de presentar los mensajes, Herrera dice que los recursos visuales y sonoros se utilizan sobre todo para la información y comunicación especializada dirigida a colectivos y públicos específicos (2014, pág. 100) expresar los beneficios que nos brindan los medios de comunicación para llegar a las personas a través de los sentidos en que la divulgación queda plasmada en la mente del público. La información se vuelve sonora y visual, por medio de imágenes y sonidos grabados.

las imágenes y los sonidos de la ciencia, que se transmiten o se distribuyen por distintos medios audiovisuales, deberán servir para impulsar y fortalecer las relaciones entre ciencia, comunicación y sociedad, y con el objetivo de que las personas puedan participar en los procesos científicos y comunicativos de un modo más activo (Herreros, 2014, pág. 100).

El conocimiento y aprendizaje intelectual se fortalecen a través de la divulgación que hay en los medios de comunicación, la fortalece de los conceptos técnicos de lo que el contenido carga con la información en los distintos escenarios que se da la divulgación. La participación del público que se encuentran en la radio, la televisión, internet y redes sociales, tiene retroalimentación de inmediatez, dice Herrera que Considerar los actuales conceptos y metodologías sobre el diseño y producción de innovadores formatos científicos y tecnológicos en el campo de la comunicación audiovisual interactiva hiper o multimediática en red (Herreros, 2014, pág. 101)

Asimismo, se revisan los distintos medios tradicionales del audiovisual científico como la fotografía, el cine o video, y otros soportes multimedia; haciendo hincapié en los contenidos de divulgación a través de medios generalistas y temáticos en la radio, TV y en especial en los cibermedios que se han ido generando por Internet y en aquellos sitios Web, repositorios y multiplataformas de TV Web, canales IP TV, redes sociales y lo que existe en la blogosfera científica (Herreros, 2014, pág. 101).

En la actualidad las distintas plataformas digitales, la comunicación se encuentra en constante movimiento a gran velocidad de inmediatez por la rapidez del tiempo que se vive en este siglo

XXI, la implementación de las herramientas que proporcionan cada medio de comunicación se meramente transcrito a los parámetros que establecen para su redacción, de ahí Herreros dice que son transformadas en relatos y narraciones interactivas permiten que sus usuario/ as dejen de ser pasivo/as ante la posibilidad de reconstruir y apropiarse de ellos según los soportes, pantallas o dispositivos multiplataforma (2014, pág. 101) constantemente en la plataforma de Facebook, existe gran interacción por parte de los internautas con las instituciones que se prestan a la retroinformación, los contenido que son permitidos por dicho canal, que son videos, textos y sonidos por donde el mensaje es transmitido para llegar a incontables números de personas.

En la sociedad que consume información a través de la televisión, como una herramienta fuerte aun para la divulgación, es preciso decir que el público es contable en su rating por la baja audiencia que ha tenido en los últimos años, a pesar que la adquisición del espacio es muy costosa por unos segundos. La radio se encuentra en pruebas de adaptación a las plataformas digitales, se creía que podría desaparecer, pero aún se mantiene, tiene un costo los espacios más bajos que en la televisión para la divulgación por hacer mención de alguna festividad o institucional. No dejando a un lado los medios menos costosos que llegan a un grupo mucho menor a los que hay en la televisión o radio, los que iniciaron con la imprenta hace dos siglos, por ello Monsalve y Ochoa hacen preciso mencionar entonces que por mucho tiempo los medios impresos y tradicionales (periódicos, revistas, televisión y radio) han sido los más utilizados para divulgar (2014, pág. 36) los medios de comunicación del siglo pasado, por dicha razón están arraigados con la divulgación social, pero que cada uno crea su propio escenario en narrativa del mensaje difundido.

Le era de la tecnología ha llegado a todo el mundo, a cualquier espacio territorial, Monsalve y Ochoa dicen que con la llegada de la Internet y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, los espacios y plataformas se incrementaron (2014, pág. 36) con la creación de este potente medio de información que ha crecido gigantescamente, llegando a todas las personas que tienen en su mano un teléfono celular inteligente, ciertamente las plataformas que han sido creadas para la comunicación de las personas, ha alcanzado a suplir a los medios tradicionales, provocando un desequilibrio en la manera de hacer divulgación y transformando la manera de ver a los medios de comunicación existente, por la facilitación en la elección de información que el público desea saber, ya no lo que impongan.

Las nuevas TIC han facilitado la retroalimentación de las audiencias y sus reacciones frente a la información que entregamos a través de sus canales. Los tradicionales medios escritos, los programas de noticias de radio y de televisión se complementan hoy en día con los portales en Internet (Monsalve & Marín Ochoa, 2014, pág. 36)

La diferencia que ha generado la implementación de hacer divulgación a través de los sitios digitales pone a disposición los contenidos pasados, ha sido ese flashback con la información que se maneja a través de los distintos medios informativos de la internet. Monsalve y Ochoa aclaran que la Web, a diferencia de los medios tradicionales, ofrece la posibilidad de interactuar con los usuarios, puesto que permite que los contenidos traspasen las fronteras, sean inmediatos e impacten a un mayor número de personas (2014, pág. 38) generar divulgación por medio de estos sitios resulta a un bajo costo y manipulable (hasta cierto punto) pero tiene una durabilidad de impacto un corto tiempo, siendo reemplazada por otro impacto pasando a segundo plano, mantenerse es lo que cuesta.

Por otra parte, los internautas van de un medio a otro, pasan de una información a otra pasando de la actual, por lo que los contenidos de videos, textos o sonidos son de corta duración, sin desgastar la mente del usuario, se concreta por parte de Monsalve y Ochoa que “El tema digital es de la inmediatez, de lo preciso, de lo conciso, de lo que me genera interactividad. No es posible concebir un mundo Web sin interactividad, sin conversación constante sin la posibilidad de co-construcción de contenidos, esa es la clave” (2014, pág. 38) la manera de hacer divulgación ya no consta de saturarla de información, ya que se super resume en un video o audio que va directo al punto, sin divagar en lo que se desea alcanzar.

Castrillón considera que las redes de la informática, cada vez más poderosas en cuanto a capacidad de transmisión, determinan industrias especializadas de alta rentabilidad (2010, pág. 109) para dar a conocer un producto o una marca, se opta por ir a las redes sociales donde las personas que consumen (que antes se encontraban en los medios tradicionales) son quienes compran lo que ven y escuchan.

Sánchez y Pinochet concuerdan diciendo que las redes sociales ayudan en la difusión de información y conocimiento haciéndola más eficiente (2017, pág. 109) la manera de informarse

ha cambiado, por lo que se debe de adaptarse a esa vida que nos ofrece la divulgación que se transmite por estos canales digitales aprovechando al máximo la facilidad que se brindan por estas herramientas que han reemplazado (no en todo) a los medios del siglo pasado.

2.3. Cultura e identidad

Se puede creer que el término cultura e identidad son conceptos sumamente diferentes, pero que realmente ambos van de la mano. Sin cultura no puede haber identidad y sin identidad no hay cultura, porque una hace a la otra, lo cual distingue que haya una relación paralela entre ambas. Como la define Giménez “que la cultura se presenta como una “telaraña de significados” que nosotros mismos hemos tejido a nuestro alrededor y dentro de la cual quedamos ineluctablemente atrapados (2019, pág. 20) Ya que se van creando significados que un grupo de personas de una región le asigna a algo tangible o intangible, por medio de las asignaciones a las cosas del entorno físico.

La cultura es lo que crea el hombre mismo en una sociedad, de una cultura general se crean subculturas y grupos como una manera de ver en común la vida, la sociedad, manera de desenvolverse, de expresar las ideologías. La cultura está conformada por un número de personas que forman identidades en una sociedad. Se puede decir que construyen su propiedad, por medio de representaciones o movimientos que impactan al entorno que pertenece. Los mismos miembros de la cultura se encargan de mantener viva las costumbres de las tradiciones, los cuales puedo considerar que son identidades que cada subcultura proyecta ante las demás. Tanto en su contexto social como en la manera de expresión lingüística.

Los hábitos que definen a una persona, lo que día a día genera en su entorno, puede considerarse identidad, porque son características que tiene dicha persona ante los demás que lo hace ser diferente. Lo mismo ocurre en una identidad cultural y en la cultura de identidad, porque simplemente, la cultura crea identidades en una mayoría de personas lo que se encuentra en una miticultura general.

En la escala individual, la identidad puede ser definida como 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, así dice Giménez (2019)

Los grupos que actualmente se han creado Giménez los considera como identidad colectiva, ya que son pequeñas culturas dentro de una general, en que “las identidades colectivas (1) carecen de autoconciencia y de psicología propias; (2) en que no son entidades discretas, homogéneas y bien delimitadas; y (3) en que no constituyen un “dato”, sino un “acontecimiento” contingente que tiene que ser explicado” (2019), se puede considerar a los grupos sociales, religiosos, étnicos, que conforman mismos intereses e identidades iguales. Buscando ser tomados como una fuerza social o rebelde o tradicionalista, que depende cuales sean los objetivos de cada grupo se identifica dentro de la cultura general.

Muchas cosas que puede definir a una identidad como cultura es la manera de crear pertenencias que la misma cultura designa como puede ser usos y costumbres que tienen dentro de una comunidad y que los identifica de una sociedad, como dice Giménez. “La tradición sociológica ha establecido sólidamente la tesis de que la identidad del individuo se define principalmente —aunque no exclusivamente— por la pluralidad de sus pertenencias sociales” (1997).

Por lo tanto, la cultura es identidad y la identidad es cultura, si una falta no existe la otra, ya que cada una depende de la otra. Mientras que la cultura hace referencia a un sistema de símbolos y significados compartidos por los actores sociales que son los conductores de aquélla, (Geertz, 1973) ya que muchas de las culturas en el mundo asignan un valor al signo, como hablo al inicio, estos son compartidos dentro del mismo grupo que crea su propia identidad en la cultura.

Dicho de algún otro modo la identidad es identificación, identificación desde otros y que nuestra identidad es, con anterioridad nuestra, personal una identidad para otros. Solo desde los otros podemos tener noticia inicial de quiénes somos (Calderon, 1998) como recalca anteriormente con Giménez, la identidad individual que tiene cada persona a otra y que se crea en sí mismas experiencias que otras no tiene lo cual lo hace ser único con unas características.

El término de la palabra cultura no se centra solamente en el análisis de la cultura misma, sino también en al de los sujetos que la conforman, dentro de la estructura se entiende que son homogéneos los sujetos y las divisiones grupales que conforman las características semejantes, con límites específicos e identidad colectiva de los grupos

Samuel Huntington son muy elocuentes. Según el autor, el concepto de cultura, “hace referencia a la lengua, a las creencias religiosas, a los valores sociales y políticos, a las concepciones de lo

que está bien y lo que está mal, de lo apropiado y lo inapropiado, y a las instituciones objetivas y las pautas de comportamiento que reflejan esos elementos subjetivos” (2003, pág. 111)

Los elementos que forman a una cultura son sujeta a diversas actividades; como las creencias religiosas, las costumbres, los mitos, los valores familiares. Toda la gama de cotidianidad que tienen los pueblos originarios de una región, son más que actividades que inconscientemente se genera identidad individual y al mismo tiempo cuando es representada por todos los sujetos de la cultura, se da una identidad colectiva, es una dupla. Por lo que la identidad se vuelve una ayuda que se define desde la cultura. A lo que Rivero considera que la cultura se conforma por estructuras físicas, como son aldeas, ciudades, regiones, grupos étnicos, nacionalidades y grupos religiosos son, para el autor, todas culturas distintas con diferentes niveles de heterogeneidad cultural. (2003, pág. 111)

En la actualidad ha habido una revolución en la civilización, que son las que avanzan ante las agrupaciones culturales de los pueblos, por lo tanto, se expande a otro nivel su identidad cultural, Rivero citando a Huntington, define que es tanto por elementos objetivos comunes (idioma, historia, religión, costumbres, instituciones), como por autoidentificación subjetiva de los sujetos (2003, pág. 113) dentro de la cultura los individuos se auto proclaman su identidad, la manera en que van construyendo ese estilo de vida que tiene cada pueblo.

Entre las culturales de todo el mundo existe una división de culturas armónicas, que son establecidas por la interconexión (desigual) entre dichos grupos sociales, por el simple hecho de sus heterogeneidades, los conflictos y desigualdad interna entre los integrantes de una cultura.

Christopher Brumann desde una perspectiva distribucional, el autor define a la cultura como “un conjunto de rutinas específicas aprendidas (y/o sus productos materiales y no materiales) que son característicos de un grupo delineado de personas” y que esa delimitación está dada por una distribución no azarosa, aunque no perfecta, de atributos individuales. Brumann entiende que un riesgo importante que conlleva abandonar el uso del concepto de cultura es que parezca que se está indicando que esos atributos se distribuyen al azar. (2003, pág. 114)

Incluyendo las diversas vertientes, los individuos forman una identidad, a través de un reflejo de listados que son los rasgos culturales que comparten, dicho de otro modo, que están llenas de expectativas que las personas buscan explicar lo que un individuo hace o que debería de hacer conforme a su cultura los dicte.

Esta idea de vínculo de implicación simple entre cultura e identidad o, dicho de otra forma, de superposición de las fronteras culturales e identitarias (Grimson, 2011), refuerza la proposición fundamental del esencialismo cultural: las identidades derivan de la cultura. Brubaker y Cooper (2001) llaman conceptos fuertes o duros a estas formas de definir la identidad. Estos suponen, en el plano colectivo, una igualdad fundamental entre los miembros de un grupo que va a manifestarse como una solidaridad con los otros miembros, es decir, como una acción colectiva. Implican, entonces, nociones fuertes de límite y homogeneidad entre los miembros y, al mismo tiempo, una marcada distinción de los no miembros, lo que determina un límite claro entre el adentro y el afuera. En el plano individual, la identidad aparece como aspecto central de la conciencia del ser individual, evocando algo profundo y perdurable a ser preservado más que algo superficial y efímero. En palabras de Stuart Hall (1996), son enfoques que postulan la idea de núcleo estable del yo, como así también la de un yo verdadero que se oculta bajo los muchos otros yos superficiales y artificialmente impuestos, que un pueblo con una historia y una ascendencia compartida tiene en común.

Por otra parte, Tylor planteó explícitamente que «la cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye conocimientos, creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad» (2011, pág. 34) sigue repuntando que la cultura son todas aquellas actividades que realizan los miembros de un grupo de personas, conformando una cultura, como en la de los pintores, son una cultura de personas con motivos, deseos, sueños personales, pero con un mismo objetivo. Tylor las considera como la identidad cultural es una categoría omniabarcadora y compleja, que como identidad en la diferencia contiene, en correlación, la mismidad y la alteridad, el yo y el otro, de aquí su carácter inclusivo (2011, pág. 57)

2.3.1. IDENTIDAD SOCIAL DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS

Alrededor del mundo aún se conserva la existencia de los pueblos indígenas o de pueblos originarios de un país, en todos sus rasgos. Las personas pertenecientes a este grupo son visibles, pero a la vez invisibles para la sociedad y al gobierno, son las personas más vulnerables en un país, en México no están excepto a sufrir de decadencias económicas, de alimentación, de vivienda, de trabajo, de las oportunidades sociales que ofrecen los gobiernos al resto de la sociedad rural.

Los asentamientos de los pueblos indígenas han evidenciado de la existencia de una civilización de muchos años atrás. En México hay una diversidad de cultura, que sin lugar a duda tienen características heterogéneas, pero con similitudes, después y antes de la conquista española, los indígenas han coexistido y se han mantenido ya muchos años en sociedades liquidas, donde la presencia de estos es menos.

La manera en que son visto ante la sociedad mexicana, en la que son concebidos, ante las leyes y sobre todo las políticas que el gobierno usa para definir quiénes son, lo cierto que hay un amplio sector de mexicanos que se considera a sí mismo como indígena, por el hecho de ser parte de una comunidad indígena. Cabe señalar que esta identificación es individual, que al mismo tiempo se vuelve colectiva. En México hay diversos individuos indígenas provenientes de alguna comunidad indígena. Linares considera que los pueblos indígenas de nuestro país tienen identidades culturales y étnicas muy fuertes (2008, pág. 18).

Cada miembro de una comunidad comparte con sus vecinos una serie de elementos culturales, como la lengua, el territorio, los cultos religiosos, las formas de vestir, las creencias, la historia, todo lo cual le permite decir que es parecido a ellos y que comparten una identidad común que lo distingue de otros seres humanos, sean los vecinos de la comunidad más próxima, los habitantes no indígenas de su región o de la ciudad, o los extranjeros (Linares, 2008, pág. 18).

En una sociedad moderna, los individuos tienen comportamientos heterogéneos intrapersonales, reflejando cambios de actitudes al resto de la sociedad. En las comunidades indígenas que se encuentran inmateralizadas por los elementos básicos de sobrevivencia, a lo que el resto de una población tiene acceso. Estructurados con cierto matiz en sus vestimentas reflejan a la población profundamente alejada a la modernidad social, con decadencias en educación.

Los elementos que resaltan la identidad de un indígena se sitúan en el dialecto, los colores y formas de sus vestuarios, las creencias religiosas, así como la historia que enmarca al pueblo. Son personas fieles a sus principios, por lo tanto, se identifican al resto. Linares dice que, en primer lugar, aunque se ha hecho frecuente que llamemos “grupos étnicos” a los pueblos indígenas para distinguirlos de los grupos no indígenas (2008, pág. 19) hay una gran variedad de grupos en México, que determinadamente se nombren como “grupos sociales” lo que los hace ser diferente a los grupos étnicos de pueblos indígenas.

A principios del siglo XX las autoridades del gobierno, así como intelectuales definieron la “ideología del mestizaje” del mexicano, lo que en general a la sociedad mexicana los hace ser parte de una identidad étnica. Linares afirma que en nuestro país existen muchos grupos étnicos y que los diferentes grupos indígenas forman parte de la diversidad étnica de nuestro país, al igual que los no indígenas (2008, págs. 19-20) en México existe una identidad cultural general, de la cual se desprenden cada en distintas regionales geográficas del territorio. La cuestión es la existencia de una raza indígena y de una raza mestiza, es de dudar si la hay dentro de estos grupos llenos de diversidad.

La segunda aclaración es que, si bien las comunidades y pueblos indígenas tienen identidades étnicas y culturales definidas, esto no quiere decir que posean una identidad “indígena” (2008, págs. 19-20) los pueblos indígenas han perdido identidad que solamente han quedado actividades esenciales de entrenamiento a turistas extranjeros no perteneciente a la comunidad.

Los pueblos indígenas han participado en los cambios económicos, políticos y sociales que ha experimentado México en las últimas décadas y están buscando nuevas formas de organización social, económica y política. Como parte de esa búsqueda, están demandando una nueva posición en la nación mexicana, ya no como minoría marginada y atrasada, sino como miembros activos y reconocidos de la comunidad nacional, con derechos propios y, sobre todo, con la capacidad

de gobernarse a sí mismos de acuerdo con sus culturas y sus tradiciones (Linares, 2008, págs. 19-20).

Los indígenas son considerados los primeros fundadores de una sociedad, su historia ha remontado desde los primeros cambios de la sociedad mexicana, en sus diversos ámbitos sociales que han sobrevenido en los cambios de organización social, económica y política. En los últimos años las demandas hechas por los pueblos indígenas de ser incluidos en las políticas de la nación, para pasar a ser de una sociedad con beneficios sociales, dejando a tras el concepto de ser minoría marginada y atrasada, que los derechos formen parte de sus vidas.

Las políticas del país, los pueblos indígenas han llegado a ser parte de la constitución que emana todo derecho ciudadano, por eso, Schmidt cita que en el artículo 2o de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, legislado en su forma actual por el Congreso de la Unión en 2001, reconoce a los distintos grupos autóctonos de México el carácter de pueblo y los define como pueblo indígena (2008, pág. 52) tras el reconocimientos que han ganado los pueblos indígena en el país, han formado parte de una sociedad nueva, que son visibles en cualquier parte del país, los derechos de los pueblos indígenas son más fuertes que de otra persona común, pues el gobierno ha iniciado a darle prioridad a las demandas de las comunidades.

En los últimos años habían carecido de crecimiento económicos e interés político, nuevamente son vistos de una modo inusual por el resto de la sociedad mexicana, ya que en México, las personas son clasista en todas sus vertientes de Los pueblos indígenas como sujetos “de interés público” y no sujetos “de derecho” refleja la concepción de que los indígenas son los pobres de los pobres (Schmidt, 2008, pág. 57) acompañados de actividades culturales que forman parte de sus identidades, las danzas son parte de sus vidas, que usan como entretenimiento en lugares públicos, para recibir un pago económico para llevar a casa, por lo que son considerados que son personas sin empleos formales, sin seguro médico, sobre todo que forman parte del 41.9% de la población que vive en situación de pobreza. Lo que más guardan las comunidades indígenas son las reservas naturales que rodean sus viviendas por lo que son conservadora de lo inmaterial, por otra parte, Schmidt las considera diciendo que el territorio es un concepto, pero también un referente identitario, es un paisaje cultural y una historia social y natural (2008, pág.

63)

2.3.2. RELIGIÓN Y COSTUMBRES IDENTITARIAS

Las instituciones sociales influyen fuertemente en el crecimiento y desarrollo de una sociedad basada en los principios bíblicos, la región es una de las grandes instituciones fundamentales en las sociedades cristianas basadas en la fe que proclaman las personas. Durante muchos años la iglesia católica ha predominado en todo el mundo siendo a la religión con el mayor número de fieles en el mundo, en templos en donde asisten las personas a practicar la fe. Lo que caracteriza a la iglesia católica durante los años, han sido sus santos, desde la imagen de la virgen maría a considerar al papa Juan Pablo uno de los santos en la historia del catolicismo. Cada comunidad de México se encuentra por lo menos una iglesia católica, con un respectivo principal que se vuelve importante para los individuos, a modo de creencia de la comunidad y por tradición se realizan fiestas, en una fecha específica en el que se celebra el aniversario de dicho santo, volviéndose una de las costumbres por decreto para la propia comunidad.

La religión es una de las instituciones que fortalecen los valores, actitudes, así como el comportamiento de todo individuo, a parte de la familia. Ha sido la creencia hacia la región que profesan las personas, lo que lleva a que sea transmitida de generación en generación, manteniéndose fuerte en números de fieles. Santos considera que la definición de religión debe atender a la función de religare, de tal modo que cualquier conjunto de creencias y prácticas puede ser concebido (2016, pág. 5) ya que todo individuo es libre de profesar cualquier religión existente en el mundo, va a depender de la persona misma cual será la práctica espiritual.

La iglesia católica ha impuesto sus costumbres entre su propia comunidad, basada en actividades únicas que practican, lo que forma estructuras de identidad que tiene la religión ante las demás, también con la que las personas se identifican, para no perder el boleto de la salvación que se promete en la biblia.

Santiago describe a la religión como la cual no remite ni a creencias ni a prácticas específicas, sino que debe ser entendida como un modo particular de organización y funcionamiento del creer (2016, pág. 5) en las iglesias se manejan a las personas a modo de organización para cumplir un objetivo en la doctrina que profesen, tomando como base a la función que tiene la palabra “creer” o el efecto de creer en algo divino, no dejándose llevar por las actividades

establecidas desde el inicio de la religión en el mundo, sino que esta se va moldeando conforme al proceso de las necesidades de la sociedad que demanda a los templos.

En muchas latitudes sociales, llámese comunidad, pueblo, ciudad, villa, los sinónimos alcanzables para referirse a los espacios territorial ocupados por un grupo de personas que se establecen en dichos sitios geográficos, juntamente se adjuntan ciertos valores sociales, espirituales, que con el tiempo moldean identidad propia, a través de la tradición que se va procesando con el tiempo, Santiago dice que para poder hablar de religión se requiere, por tanto, que la invocación a la tradición que tiene lugar en el acto de creer encuentre su razón de ser última en la consideración del pasado como algo transcendente y sagrado (2016, pág. 6) de cierto modo en las comunidades hay protocolos en las practicas festivas, en donde la tradición pasa a formar parte de la identidad religiosa, por el simple hecho de mezclarse en las practicas,

la posibilidad de que un grupo humano (o un individuo) se reconozca como parte de un linaje depende en efecto, al menos, por una parte, de las referencias al pasado y de los recuerdos que tiene conciencia de compartir con otros y que se siente responsable de transmitir (Santiago, 2016, pág. 6)

A lo largo de la historia de la religión, representada principalmente por la iglesia católica, reconocida por implementar al mundo y a sus fieles las imágenes santas, Santiago se refiere a las “imágenes religiosas del mundo” en sentido weberiano, es preciso señalar que la idea de una divinidad que elige a un pueblo coadyuvó al surgimiento de las identidades nacionales (2016, pág. 7) en la doctrina católica hay lineamientos de estructuras en diversos puntos de una región, donde se asienta a una imagen santa, como lo ha sido por mucho tiempo la virgen Guadalupe en México, que es la representante de toda una nación en el mundo, de ahí se desprenden otros santos repartidos en cada templo. Antes del catolicismo había identidad nacional inconcebible, pues se ha vuelto la esencia de los rasgos que marcan los límites fronterizos entre las naciones, Por otra parte, Agote considera que todas las creencias que, como las religiosas, constituyen la plataforma de concepción básica del mundo y de la vida para los individuos (2016, pág. 3) de cierto modo la religión es la causante de los comportamientos de los individuos en su entorno social, brindando herramientas para ver la vida del mundo y la que comparte con los otros

sujetos. La religión se encuentra en todo el mundo, con prácticas totalmente diferentes al catolicismo, también está el cristianismo, el budismo, el islán, el musulmán, distintas formas de hacer valer en los principios de las personas, de un modo a otro son toda autoridad. Agote citando a Durkheim, en “la religión se encuentra la forma primera de ese espíritu común que hace que la sociedad se mantenga unida en su conjunto” (Agote, 2016, pág. 8) para las personas que profesan la misma religión y creencias de lo que se mantiene lo espiritual, hay atributos compartidos que hacen la unidad, separando a los individuos que no entran en su círculo espiritual en la forma de fe.

La esencia de toda una sociedad se compone de ideas, de creencias, de sentimientos, todo tipo de valores que con el proceso de desarrollo humano el individuo moldea personalmente. Agote dice que Durkheim es un autor dedicado a “estudiar la religión es, por tanto, remontar a las fuentes del vínculo social para poder pensar mejor la refundación posible de este vínculo en una sociedad que ha llegado a ser laica” (2016, pág. 11) las personas no activas en la religión, son partícipes de la identidad colectiva religiosa, siendo manifiesta a través de la convivencia sociales de los diferentes confesiones religiosas, es decir, que hay un acercamiento.

La diversidad religiosa presente en una sociedad puede dar lugar a diferentes formas de convivencia. Un factor fundamental que define la forma de la coexistencia es la posible jerarquización social de las diferentes confesiones; es el caso de los países en los que una determinada confesión es la confesión que ha sido históricamente la de referencia y a los que, con posterioridad a esa homogeneidad, van llegando flujos de población extranjera portadora de creencias religiosas diferentes. una reactiva, que surge frente a los estímulos externos; y la otra proactiva, que resulta de las acciones planeadas y controladas por sus miembros para producir un efecto determinado (Fuentes, 2012, pág. 52).

Actualmente con la sociedad de diversidad, el catolicismo ha generado posturas que responden a su exterior, de un modo respetable. Toda religión se mantiene estable, pero de alguno modo busca hacer frente con estrategias proactivas cubriendo las necesidades al nuevo contexto. Es decir, que demuestra la fortaleza de sus acciones para acoplarse a los ajustes del sistema político y en el propio sistema social.

Para nosotros aquí, religión tiene un significado preciso: conjunto de convicciones que articulan una visión del mundo y confieren un sentido a la existencia de un individuo o de una colectividad. Sobre tales convicciones se fundamenta un proyecto de vida que se despliega en creencias, valores, normas, usos y costumbres. Peculiar del fenómeno religioso es que su mundo se vincula a la esfera de lo sagrado y trascendente, originando un sistema sociocultural que vincula a sus seguidores en el saber y en el obrar. Así se entienden a sí mismas religiones como el cristianismo, el judaísmo, el islamismo, por citar solamente a las que nos son familiares en Occidente (Gómez-Heras, 2014, pág. 190)

Los individuos expresan por medio del comportamiento, consciente e inconscientemente acciones que dejan mostrar su identidad y el núcleo de vida de las personas en sociedades. Dicha forma narrativa de las personas representa la identidad de la comunidad religiosa, dejando encubierto la historia de la misma práctica religiosa. El hombre transforma su historia y cultura, como forma de sustentar la temporalidad de la existencia del humano por medio del tiempo.

Freud dice que la religión se puede remontar hasta los albores de la vida del ser humano sobre la faz de la tierra, en donde los grupos de seres humanos se encontraban dominados por un tirano que retenía a todas las mujeres para sí, de tal forma que los que eran excluidos reunieron fuerzas para poder matar al tirano, pero tras el asesinato, los remordimientos que éste provocó se vieron reflejados en las expresiones de matar a los animales totémicos que fungieron como sustituto del padre-tirano (Camarena Adame & Tunal Santiago, 2009, pág. 3)

Camarena y Tunal citando Weber no se aventuró a definirla de manera directa, ya que consideraba que la religión es un fenómeno demasiado complejo, aunque sí puntualizó la existencia universal de la creencia de lo sobrenatural en la gran mayoría de las sociedades del mundo (2009, pág. 6), la religión tiene muchas aristas por lo que la hace ser casi imposible de darle una definición en concreto, pues no hay explicación clara. Basándose de la creencia de lo invisible, considerado espiritual, es algo inmaterial, imposible de ver para el ojo humano.

2.4. FIESTAS RELIGIOSAS

El hombre a lo largo de la historia ha sido un ser de festividad, en el inicio de la civilización las tribus realizaban rituales a sus dioses, a través de los movimientos corporales, el uso de vestimenta y las danzas. Con la llegada de los españoles a México, en la colonización y la imposición de una religión desconocida para el pueblo de Tenochtitlan es entonces adoptaron nuevas formas de expresiones corporales que fueron denominadas con el transcurso del tiempo, fiestas religiosas, actos religiosos de la iglesia católica.

Para Sinning, considera que el término de la palabra fiesta en general permite mirar desde una perspectiva, tanto antropológica como sociológica; porque se entiende enmarcada dentro de una colectividad grande o pequeña (2016) desde cierta perspectiva hay un mito por el que se crea una actividad, sobre todo cuando se trata de las religiones, el comportamiento y la creación de nuevas expresiones que el hombre

También, aborda que la estructura de la fiesta no la realiza una sola persona, no es tampoco un acto anárquico, sino todo lo contrario, todo está definido previamente, desde la fecha, sus preparativos y todos sus aditamentos están arreglados y aceptados por todos (2016) dentro de las iglesias existen ciertos subgrupos que están encargados de realizar todas las actividades que se ven por fuera, es decir, la estructura interna de una institución que a través de los valores, el respeto y moral, aporta a la sociedad un bien.

Se hace referencia a una de las religiones reconocida por su modo de hacerse notar, que ha sido la iglesia católica en su trayecto de historia, dice Sinning, “cuando la iglesia católica inició un proceso de canonización de seres humanos, de carne y hueso, nacidos o que hayan vivido en América, que por sus acciones y dedicación a sanar almas y brindar con devoción un buen pasto espiritual” (2016) el bautizo católico como el ritual de gran valor para los padres que presentan a un hijo antes Dios, y señal de ser miembro de la iglesia católica. La conversión católica es una de las acciones del ser humana, es una persona que busca la gracia de Dios y de estar bien consigo mismo.

La existencia de estos días festivos libres de las ataduras del trabajo fue duramente criticada en especial por los encomenderos y los hacendados, quienes consideraban que existían demasiadas fiestas, culpables del atraso y de la pobreza del virreinato, ya que estimulaban el ocio y bajaban la productividad; igualmente advertían que las actividades de las instituciones político-administrativas y de justicia se veían fuertemente afectadas por la no atención al público durante estos días (Sinning, 2016, pág. 11).

Por su parte Zabala aborda, “a la vieja España en su apogeo con la iglesia católica, dice que todas estas celebraciones religiosas, con una gran diversidad de manifestaciones por todo el territorio español, y ciertos valores culturales y sociales hacen recomendable el reconocimiento de su importancia como Manifestaciones Representativas del Patrimonio Cultural Inmaterial de nuestra sociedad” (2016, págs. 3-4) las festividades humanas son parte de la vida del ser humano, lo que hace valer el comportamiento, actitudes y respeto de una persona ante el mundo que lo rodea, manifestando un ser de divinidad que aporta a la sociedad un bien.

La libertad religiosa se refiere, pues, a tres cosas distintas, aunque íntimamente relacionadas entre sí: libertad para creer y no creer, para tener unas y otras convicciones religiosas; libertad para expresar y manifestar esas convicciones; y libertad para comportarse de acuerdo a esas convicciones y para no ser obligado en contra de las mismas (Ortega, 2006, pág. 244).

Por otra parte, Ameigeiras aborda el termino de fiesta como un rito, considerando que los ritos siguen siendo espacios privilegiados de la memoria en la larga duración. Quizás aquí deberíamos, una vez más, tratar de compartir nuestros análisis y concepciones (2014, pág. 207) una actividad que adopta el hombre o que implementa a su forma de vida, ciertamente surge por algún suceso misterioso en el pasado y que trasciende en el tiempo. Para poder llevar a cabo un rito religioso el número de personas que lo lleva a cabo es de una cantidad grande que se encarga de mantener viva esa actividad.

Desde los ojos de Arias, “la fiesta patronal permitió a las comunidades originales mantener el «contexto recreativo de las antiguas fiestas»” (2011, pág. 157) los pueblos indígenas en México mezclan su historia con la iglesia católica, lo cual llega a formarse una gran celebración en

fechas específicas. Al día de hoy la iglesia y el pueblo unen sus creencias, ya que, por medio de la fe, la cultura y las tradiciones permanecen en el tiempo y en la sociedad, impactando a un gran número de personas a los que llega la una celebración católica,

También aborda la postura que tiene la fiesta desde la estructura del catolicismo, dice que “para la Iglesia católica, la fiesta es la mejor ocasión del año para recibir donativos y limosnas, en dinero y en especie, además de peticiones de misas y celebraciones particulares” (2011, pág. 158) en todos los pueblos existen festividades de algún santo de la iglesia católica, por lo que se realizan estas festividades, aunque como primer objetivo quizás a tocar es la fe, también la parte económica es uno de los objetivos por el que las iglesias realizan estas actividades donde se congregan grandes números de personas y que aportan de manera voluntaria una primicia.

No solamente una imagen de devoción, sino una ocasión particular y un tiempo festivo reconocido al interior y fuera de las comunidades: la fiesta patronal. En el caso de las comunidades originales, la fiesta patronal operó como un mecanismo más de dominio colonial que retomó, reforzó y diversificó la tradición milenaria de fiestas, danzas y música que existían «región por región, valle por valle»; alrededor del santo patrono se reorganizó el calendario cívico-ritual de cada comunidad (Arias, 2011, pág. 156)

En los inicios de la historia de la civilización del hombre, se ha creado un sistema de control de la sociedad, quienes se encargan de preservar el “orden” público, así es como Arias dice “que la fiesta solía operar también como un mecanismo de control de la Iglesia católica sobre la comunidad cuando ésta no cumplía sus obligaciones económicas con el santo patrono” (2011, pág. 158).

2.4.1. SIMBOLISMOS RELIGIOSOS

La simbolización es algo que un determinado grupo de personas se ponen de acuerdo para darle el valor a algo o a alguien, en el caso de la simbolización religiosa, en la iglesia católica los

santos, que son imágenes que contienen eso que no se ve, que desde muchos años tiene según Lozano, dice que la palabra símbolo procede del griego, *symbollein*, que significa “lanzar juntos” o “unir juntos”, lo contrario a *diaballein*, “causar división y confusión” (Lozano, 2016, pág. 3)son dos cosas que se unen para crear uno, el cual se comparte con distintas personas, para dar a conocer lo que representa algo, es decir, una imagen u objeto con carga espiritual.

También se explica desde la postura del castellano, diciendo que símbolo es la “representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada”, mientras que “signo” tiene una acepción más amplia: “objeto, fenómeno o acción material que, por naturaleza o convención, representa o sustituye a otro (Lozano, 2016, pág. 3)el hombre es voluble que cambia constantemente esas representaciones simbólicas de las cosas, en la mayoría del tiempo es con lo material, cuando un líder social considera que algo es mixtico o se obtiene beneficios do algo inmóvil conscientemente y por beneficio ya tiene un simbolización dicho objeto.

Se dice de los símbolos que reúnen cuatro características relevantes¹¹: carácter figurativo (la actitud interior del sujeto hacia el objeto simbólico no procede de la específica materialidad de lo que es símbolo es, sino de lo que representa), perceptibilidad (algo que, de suyo, es invisible, ideal, transcendente, se hace perceptible en el símbolo y refuerza su objetividad), fuerza intrínseca (el símbolo posee una fuerza propia para quien lo ve que lo distingue del mero signo) y aceptación como tal (es decir, el símbolo está enraizado social y culturalmente; el acto por el que se crea un símbolo es un acto social, aun cuando pueda surgir de la iniciativa de un individuo) (Lozano, 2016, pág. 4).

Lozano considera que el símbolo, en definitiva, parece referirse en el uso común “a los objetos e imágenes cargados con una particular valencia emotiva e identitaria para la comunidad (2016) es decir, cuando una persona obtiene algo importante de otra, automáticamente este lo relaciona con las emociones y sentimientos, pueda ser de manera inconsciente, pero que igual tiene valor intangible, esto de manera individual.

Él especifica que la relación entre derecho y símbolo religioso es mediada precisamente por la significación o valoración social previa o simultánea (el carácter religioso, nacional, estatal, etc.)

de la que se seguirán unos efectos particulares (prohibición, permisión, promoción) que el derecho impera (2016, pág. 4)

A lo largo de la vida de un individuo social, influyen factores que harán adoptar ideologías, ya sea, política, económica, social, religiosa, todas aquellas que manejan el sistema social y cultural. Toda actividad en la que se relaciona cada individuo se encuentran etiquetas, clasificaciones que remiten a los estudios de símbolos, en relación con la religión, siendo una de las doctrinas académicas que forma individuos “únicos”. Aquellos elementos materializados con sensibilidad pertenecen a las religiones y las creencias, ya que resultan símbolos conectados alejado de todos aquellos elementos materiales profanos, del mundo.

Si el símbolo es religioso será porque hace relación a un elemento distinto, de carácter peculiar: en él se produce el encuentro de lo material y de lo espiritual, “una síntesis tangible de la experiencia intramundana y vivencia trascendente”²¹. El significado del símbolo religioso resulta de una especie de diálogo entre el creyente y la comunidad o grupo religioso al que pertenece, y de ahí dicho significado salta al todo social: el significado, en definitiva, es producto de las relaciones interpersonales. El símbolo presupone la posibilidad del “reconocimiento” social, requiere un “horizonte de significado” (cognoscitivo y de valoración)²² en el que interactúan diversos sujetos: el portador del símbolo, la comunidad de creencias en la que se inserta, el observador u observadores del mismo y la sociedad (Lozano, 2016, pág. 4).

Lozano dice que los materiales visibles expresado por lo propio de la libertad de expresión es el texto, la palabra, mientras que el discurso simbólico-visual (symbolicspeech) es mucho menos intenso o fuerte en orden a su protección. Esta apreciación acerca de la “fuerza de las imágenes” (2016, pág. 14)

Respecto de las personas privadas, el símbolo religioso juega, como no podía ser de otra forma, un papel en virtud del cual se significa una relación con lo religioso que identifica a esas personas. De ahí que pueda hablarse con propiedad de “símbolos religiosos personales”. Los símbolos religiosos son la materialización sensible de la religiosidad personal y colectiva, un modo de manifestar o dar testimonio de las propias creencias (Lozano, 2016, pág. 16)

Con el proceso establecido de la construcción o adopción de los símbolos transmitidos, también pasan a ser símbolos personales, vienen siendo todos aquellos que se incorporan a una persona, dejándose notar por la calidad de vestuario, atuendo o adorno. La asignación del valor que le da la persona misma al objeto, pasando a ser un símbolo de identidad. A diferencia de lo que es un símbolo institucional, contraste al personal, está construido de elementos materiales o morales que poco a poco se incorporan al Estado institucionalizado, que forman las cualidades del mismo.

Por su parte, Humboldt tiene por concepto a los símbolos que son objetos o actos que representan simbólicamente determinados contenidos. En el caso de los símbolos religiosos, los contenidos representados simbólicamente son de naturaleza religiosa (2011, pág. 7) En cuestiones religiosas, en algunos de los casos los estados son neutrales a las ideologías de la religión, son considerados hechos empíricos las atribuciones que vienen de la naturaleza religiosa por medio de los objetos representativos de la misma.

Como el significado de un símbolo finalmente representa un hecho empírico, este criterio de un significado único correcto y objetivo de un símbolo religioso exige que exista una convención social correspondiente con respecto a la atribución del significado (Humboldt, 2011, pág. 8) la relación de la simbología que se le tiene a un objeto, proporcionándole un valor simbólico respecto a la creencia de las personas, por lo que un grupo de individuos se ponen de acuerdo para darle un solo valor

Humboldt considera que el crucifijo como símbolo específico de la fe se puede seguir diferenciando si a este símbolo religioso se le supone un significado activo (2011, pág. 3). Aunque Amérigo y Pelayo consideran que un símbolo religioso es la forma de representar una idea o creencia religiosa, cuyo significado se concreta por convención social. Ambos dicen que, desde esta perspectiva, no es lo mismo la utilización del símbolo con instrumento de identificación de una fe o comunidad, que como un método para expresar la adhesión a unas creencias religiosas a través de signos de todo tipo (2013, pág. 10).

Por último, abordan a fondo aquellos signos que identifican a una institución religiosa y extraen las diferencias que tienen con las demás, como resultado estos tienen efectos internos y externos.

Ya que la manera en la que simbolizan los individuos religiosos y las no religiones, cada grupo

proporciona concepto diferente, aquellos que visualizan con respecto a la institución de la iglesia con respeto y aquellos como una estructura fisca sin sentido y valor.

Nos referimos al conjunto de elementos que utilizan las personas para manifestar su adhesión a una determinada confesión o creencia religiosa. En muchas ocasiones el símbolo personal coincide con el institucional, aunque la diferencia radica en que mientras el primero tiene un uso institucional, el segundo existe por la necesidad de expresión del individuo (Fernando Américo/Daniel Pelayo , 2013, pág. 12)

En México tanto en lo religioso y nacional, hay dos símbolos que conforman los lazos sociales a lo humano, la esencia de un ser vivo razonable, ambos símbolos se llevan juntos, a través del tiempo se practican unidos de manera consciente e inconsciente. Para el individuo un símbolo es de práctica religiosa, mientras que ambos se dividen por una línea invisible, que ha sido aquel discurso de la laicidad del Estado y la iglesia.

Nivón y Rosas citando a Geertz, los símbolos significativos se hallan en "racimos" --constituyen "sistemas o estructuras", pero ellos no son explicados como respuestas a los problemas de la existencia humana (1991, pág. 43) que, aunque exista el conjunto de teorías híbridas, ninguna logra dar explicación al inicio de la vida del ser humana en el mundo.

Partiendo de que los símbolos pueden ser cualquier tipo de objeto, acto, acontecimiento o cualidad que sirva para vehicular ideas o significados, los entiende entonces como fuentes de información (suministran un patrón o modelo en virtud del cual se puede dar una forma definida a procesos exteriores) externa (extrapersonal) que los humanos usan para organizar su experiencia y sus relaciones sociales. Son modelos de realidad (interpretaciones y representaciones de la realidad) y modelos para la realidad (que ofrecen información y guía para organizarla) (Eduardo Nivón / Ana María Rosas, 1991, pág. 45).

Ambas consideran que con la concepción "geertziana" se destaca la dimensión cognoscitiva de los sistemas simbólicos cuando los describe como fuentes de información acerca de la realidad y como modelos de conducta (1991, pág. 46) en los trabajos de Geertz se observa una

perspectiva positiva de lo simbólico en el sentido de que los símbolos parecieran siempre funcionales a la experiencia. También por medio de la sensibilidad de aprendizaje, se crea el conocimiento de lo simbólico de un objeto histórico que en cierto sentido abre una realidad de la vida y forma de ser del hombre.

2.4.2. VALOR DE LA CREENCIA

La creencia es un factor determinante de cada persona, viene siendo una de las características de la subjetividad de un individuo con su entorno, en lo que está considerando que tiene valor, por ello, para Rodríguez la creencia es “cuando empezamos a creer algo, lo que creemos no es una única proposición, sino un sistema de proposiciones” (2012, pág. 127) ya que la creencia tiene como propósito espiritual de un individuo, si empieza a creer que un objeto tiene ciertas atribuciones que influyen en la vida de la persona que está creyendo.

Por su parte Muñoz dice que «creer» solo define el hecho de «dar por cierta una proposición». Por ello se considera que una creencia no es más que solo aquello que cualquier ser humano da, por cierto (2018, pág. 214)

En el acto de creer solamente existe el estatus de lo verdadero, dejando a un lado lo verdadero o falso. Para un individuo religioso la proposición es que Dios existe. Dios existe y es algo que siempre se va a tener como verdadero, aunque lo negativo dogma que no existe, va a depender el sujeto que atribuye las proposiciones que se establezca en la sociedad las que darán valor a la existencia de Dios o no.

es necesario educar en valores, es preciso que se enseñe a discernir entre lo que construye a la sociedad y aquello que puede destruirla. Esa actitud de discernimiento debe aplicarse también a las creencias religiosas ya que todo creyente, debería aprender a analizar los contenidos morales y axiológicos de las doctrinas de las distintas religiones. De hecho, es importante que se conozca cuál es el verdadero significado de religión, de la salvación, de los conceptos de cielo, de infierno, etc. Muchas veces, la ignorancia del lenguaje religioso, lleva al creyente a creer cosas que no son coherentes y a realizar actos destructivos (Muñoz, 2018, pág. 215)

Muñoz citando desde la perspectiva del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2016) la religión es un conjunto de creencias o dogmas acerca de la divinidad, dichas creencias motivarán en el creyente sentimientos de veneración, temor (2018, pág. 215) generarán normas morales, ritos, oración y sacrificios para darle culto. En esta segunda definición, la relación a la que se refiere el término religión, se da entre el hombre y la divinidad. De lo afirmado se infiere que toda religión tiene tres elementos fundamentales: el Ser humano, las mediaciones y el Ser supremo.

Toda creencia religiosa debe ser comprendida e interpretada desde las exigencias textuales y contextuales que ella misma exige. A su vez, el proceso educativo no puede omitir y peor renunciar al proceso de formación intersubjetiva que conduce críticamente a la búsqueda de la verdad y de la justicia (Muñoz, 2018, pág. 224).

Aunque desde la mirada médica, Valdés considera que las creencias religiosas han pasado a considerarse como un tema de interés de estudio en cuanto al mantenimiento y recuperación de la salud (Valdés, 2004, pág. 20) las personas inmortales, que es la manera en que se considera al ser humano en el universo y que pasan por angustias

2.4.3. FIESTA DE SAN FRANCISCO DE ASÍS

En la comunidad de Tamulté de las Sabanas se realiza la fiesta patronal a San Francisco de Asís, siendo el 4 de octubre el día en que culmina dicho evento, desde quince días antes se realizan varios actos tradicionales, tanto ceremonial de la comunidad y de la religión.

La celebración esta complementada con actividades que se realizan a partir del 18 al 23 de septiembre, donde se realiza caminatas de distintos puntos de las rancherías cercanas, para terminar en la iglesia central de la villa Tamulté de las Sabanas. A partir de la última semana del mes noveno, se realizan rituales religiosos, tal como es el maromo, que está representado

por la participación de una familia que se compromete a la elaboración de comida, realizan rezos y ofrendas de los mismos alimentos a los invitados, la encomienda es que las personas cumplan su promesa hecha con el santo en el templo y que cada año renuevan.

De acuerdo con los pobladores es en honor a San Francisco de Asís la fiesta grande, este santo es tan importante para la comunidad como el dios Kantepec lo fue en su tiempo, a él se le rendían cultos, las ofrendas y los agradecimientos, por él se organizaba y reunía a la gente desde el 25 de septiembre al 5 de octubre, para compartir las cosechas y los favores otorgados por esta divinidad... El maromo es una tradición importante porque es una pieza fundamental en la fiesta de San Francisco de Asís y es el nombre que se le da a las velaciones que se hacen en vísperas a la celebración; son rituales que se celebran por la noche... al igual que en otras partes del estado de Tabasco “las promesas” son parte importante de la fiesta y de la ritualidad ya que a partir de éstas se establecen lazos entre el mundo de los humanos y el de los dioses, además de afianzar alianzas con las comunidades vecinas que asisten a la celebración; son ofrendas, regalos que le llevan al santo y consisten en los primeros productos de la cosecha del campo y ganado, aunque en la actualidad también pueden ser objetos y productos de limpieza para la iglesia (Malca, 2012).

Por todo ello, el santo es una deidad espiritual a la que se acercan los seguidores de la religión para venerar, a cambio de favores o promesas que le piden las personas. Para las personas de la iglesia, San Francisco de Asís fue un individuo que buscaba mucho de Dios, pedía por los demás, oraba siempre y que esto le permitió interceder entre Dios y el hombre.

En la investigación de Quiroz Malca, hay una recolección de datos de las actividades que se realizan en la fecha del tradicional 4 de octubre... comúnmente así se identifica... en dicho escrito los pobladores de la comunidad explican lo que acontece, así como la importancia del santo en la vida de las personas.

Quiroz citando lo dicho del señor Francisco Giménez Hernández, donde hace referencia al ritual que se realizaba anteriormente, en El Bosque, lugar que fue usado para construir el albergue, también en el que se adoraba al dios Kantepec;

La gente hacía la fiesta allá en El Bosque, hacía pozol, dulces, este día y mañana, hasta que pase el medio día, así hacía cualquier cosa cuando no hay lluvia. Hacen rezo allá para que sí haya lluvia y si no hay cosechas piden que haya cosechas; ellos le van a sembrar, es una creencia (Malca, 2012).

Para muchos de los habitantes de la comunidad y sus alrededores, dicho acto es una representación de identidad cultural que se da a través de la celebración anual que se realiza al santo patrono, por ello, esta deidad mere ser venerada con representaciones corporales, como son las danzas. En el libro de Quiroz Malca, el señor Isidro García Morales, relata como él representa por medio de la Danza Del Caballito el festejo patronal de veneración a la imagen religiosa. También comparte experiencia de ser visto por personas foráneas del mismo estado de Tabasco, considerando a quienes los visitan de otros estados y hasta de otros países que llegan a ver, y a conocer de qué se trata.

Bailamos esta danza el 4 de octubre, salimos con el caballito a la calle donde está el mayordomo [...] Usamos esta danza el 4 de octubre donde festejan a nuestro San Francisco, hay mucha gente que nos ha venido a buscar para ir a bailar a otros lados, así vamos a México, en otras partes de afuera, como en Chiapas, en Tapilula, hemos llevado a enseñar la tradición. (Isidro García Morales)

La danza es una de las principales representaciones que se realiza en la festividad del santo, por lo que habitantes hacen tal acto tradicional en la que expresan por medio del cuerpo el agradecimiento de los favores que la figura sagrada de San Francisco es sinónimo de fe que tienen las personas a la imagen. En la actualidad personas de otros lugares acuden a la comunidad para conocer y convivir con los habitantes de iglesia.

Inicia el 24 con la matanza del ganado, primero hay que pedirle permiso al santo patrón porque se va a llevar a cabo la fiesta, se va a buscar el ganado, lo llevan al templo, al recorrido y lo traen

a la casa para matarlo. Empieza la ceremonia con música, la velación con los patrones y sus socios quienes van a la iglesia en busca de tela que el padre entrega el 31 de diciembre. En la velación se le da a la gente a tomar guarapo, el atol de calabaza que es para la velación a la siete de la noche hasta las doce... antiguamente se danzaba desde que se ocultaba el sol hasta el otro día pero ahora... solo dura hasta las doce de la noche; pero son varios rituales en las fiestas patronales, el 4 de octubre se entregan las velas, después pasando las fiestas, en la octava se lleva al próximo ritual y para terminar ya no se llevan los tamales como ofrenda sino que se lleva la comida típica de Tamulté de las Sábanas, el famoso chirmol que se combina con el ritual, ocho días después de la fiesta. (Quiroz 19).

El representante de la parroquia da una explicación a fondo del proceso que lleva el inicio la conmemoración solemne del santo y su importancia dentro de la comunidad católica donde los peregrinos son participantes de la fiesta que empieza desde días antes a la fecha importante que es el 4 de octubre.

Inicia con una peregrinación que se llama comúnmente novenario se le relacionan con actividades de tipo cultural, se reparten en tres familias diferentes una reliquia, respectivamente, unas cruces hechas de madera y ellos cada día, de los tres primeros días de la semana, la familia viene agradecer la primera novena en honor a San Francisco de Asís, la segunda es para agradecer a la Virgen del Rosario y la tercera en honor al Cristo del buen viaje. Las tres imágenes son muy significativas para ellos para la fiesta. Al medio día hay una celebración eucarística donde se recibe la ofrenda que trae la gente, ellos le llaman el maromo tradicional y a partir de ahí la fiesta inicia con mucha fluidez. La gente es muy participativa en esos días, son muy culturales, además vienen los medios de comunicación para captar en torno a la vida de la comunidad y su festividad. (Daniel Morales Hernández).

Con lo que dice el párroco Daniel, reconociendo que la celebración reúne a una gran cantidad de personas que conviven juntas siendo el motivo el santo, es por ello, que tiene mucha importancia tal acto en la comunidad, pues con mucha anticipación se preparan de manera espiritual.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 MATRIZ DE INVESTIGACIÓN

Basamentos teóricos	Objetivos de investigación	Técnicas de recolección de información	Variables observables
Teoría cultural • Tiene como característica explorar la cultura de masas, manifestando la relación entre el consumidor y el objeto de estudio. • Hace crítica a la sociedad conjunta, dentro de la sociedad llena de industrialización de medios y con alto consumo. • Los creadores de programas, tiene el control de la masa, que se deja manipular, controla.	General ❖ Analizar el proceso de difusión de la festividad religiosa San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco Secundarios ❖ Identificar qué tipos de medios de comunicación utilizan para la difusión ❖ Analizar la estructura del proceso de difusión. ❖ Describir a quienes va dirigida la difusión de la festividad patronal. ❖ Identificar quienes y cómo dirigen la difusión.	Entrevista Informantes: • Sacerdote • Organizador de la fiesta • Comunicador de social de la Iglesia Encuesta Tamaño de muestra: 84	❖ Importancia de difusión de la fiesta patronal ❖ El valor que tiene la participación de las personas ❖ Los medios de comunicación son efectivos en sus contenidos de difusión ❖ Influencia de la difusión de la fiesta patronal para fortalecer la fe católica

Tabla 1. Matriz de contraste entre teoría y técnicas de recolección de información. Elaboración propia.

3.2 ENCUESTA

El instrumento de investigación de la encuesta consiste en la realización de preguntas opcionales, que cierto grupo de personas va a responder al investigado, es una técnica de recolección de información que usa el investigador. Al aplicar esta técnica como opción, queda a entender que la investigación será cuantitativa, es a lo que en su mayoría de los investigadores opta.

Existe otra forma de hacer investigación, la mixta, mezclando técnicas de recolección de información de la cuantitativa y cualitativa. “los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernandez Collado, Pilar Baptista Lucio, 2014) ambos tipos de investigación se analizan, por una parte, de la cualitativa y la otra de la cuantitativa, donde los resultados se complementan.

Según Sampieri, “los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad)” (2014, pág. 217) el cuestionario como herramienta que sirve para recabar información brinda un mayor panorama del campo de estudio que el investigador este realizando.

Por otra parte, “la encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano (López Roldán & Fechelli, 2015)” la encuesta como técnica de constante uso para recabar información, que mayormente se encuentra en una investigación y que por base cuantitativa es la que se aplica a la perfección para obtener resultados concretos.

El cuestionario de la encuesta es el instrumento que tiene dos tipos de preguntas, las de preguntas cerradas y preguntas abiertas, la primera que está representada por preguntas con opciones múltiples de respuestas donde solamente el informante va a rellenar o palomear, contrario a las

cerradas, no delimita al informante con su respuesta a lo que se puede llegar a un criterio propio del encuestado.

Según Roldán y Fechelli, “estableceremos los rasgos y las condiciones de la encuesta, tanto como técnica concreta para la producción-recogida de información como método de investigación en la se involucran de forma coordinada múltiples técnicas y etapas del proceso de investigación, para la generación de información de calidad” (2015)

Queda claro que la encuesta sirve para recabar información a conforme a las interrogantes planteadas a una persona que será la que proporcionará la información que se desea obtener, derivado a una problematización que se le buscan una explicación del comportamiento, ya sea, un fenómeno que genera cambios en la sociedad.

3.2.1 MUESTRA

La muestra es un pequeño grupo o subgrupo, que forma parte de un grupo aun mayor, es decir, dentro de una población existen subgrupos, llámense; religiosos, políticos, de futbol que forman parte de un universo, que es la población.

La muestra de esta investigación es la comunidad católica de Tamulté de las Sabanas, del municipio de Centro, Tabasco. Según datos del INEGI (2010) la población es de 8,8248.

Tamaño de la muestra: 84 ($n=100\%$)

La encuesta se lanzó el 14 de diciembre de 2020 y se finalizó el 6 de enero de 2021

3.2.2 MODELO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"

Analizar el proceso de difusión de la festividad religiosa de San Francisco de Asís en Tamulté de las Sabanas, Centro, Tabasco

Carlos Daniel Mendoza Hernández

Lic. En Comunicación

Lee detenidamente las siguientes preguntas, seleccione una o más opciones

1. Genero
 - a) H
 - b) M
2. Edad
3. Como parte de la festividad, ¿Qué papel ocupa?
 - a) Persona interna a la iglesia
 - b) Persona externa a la iglesia
 - c) Creyente a otra religión
 - d) Sin religión
4. ¿Participa de manera directa con la festividad?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Porque medio se entera de la festividad de San Francisco de Asís?
 - a) Cartel
 - b) Radio
 - c) Televisión
 - d) Periódico

- e) Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter)
 - f) Misa
 - g) Amigos o familia
6. ¿Considera que los medios influyen para que participe en la festividad de San Francisco de Asís?
- a) Si
 - b) No
7. La celebración de la festividad, ¿fortalece la fe católica?
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
8. ¿Cómo califica la difusión de la festividad de San Francisco de Asís?
- a) Muy buena
 - b) Buena
 - c) Regular
 - d) Mala
 - e) Muy mala
9. ¿Qué es lo que más toma en cuenta en la difusión de la festividad?
- a) Fechas de actividades internas a la iglesia
 - b) Fechas de actividades externas a la iglesia
 - c) Otras
10. Los medios de comunicación masivos, ¿refuerzan su fe en la festividad religiosa de San Francisco de Asís?
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
11. ¿Qué significa esta festividad para usted?

¡Muchas gracias por su colaboración!

3.3 ENTREVISTA

La entrevista es una técnica que consiste recolectar alguna información que el investigador busca encontrar, comúnmente se realizan entre dos personas enfrente a frente o actualmente apoyándose con las nuevas herramientas tecnológicas (video chat) en la que se obtiene la información deseada.

Solís (2020) citando a Abarca, Alpízar, Sibaja y Rojas (2013), “es posible entender la técnica de la entrevista como: el procedimiento de recolección de información basado en una interacción entre dos personas o más, a través de la conversación como herramienta principal” (p. 100) (2020)

En la investigación hay distintos tipos de entrevistas, por las cuales los autores tienden a su propio concepto de lo que es una entrevista, ya que en su mayoría dependerá a que estará enfocada la investigación del sujeto. A continuación, se exponen dos conceptos de entrevista que han sido contribuido por algunos investigadores.

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010). Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Janesick, 1998) (Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernandez Collado, Pilar Baptista Lucio, 2014)

Alonso (1994) expone que la entrevista se construye como un discurso enunciado principalmente por el entrevistado pero que comprende las intervenciones del entrevistador cada una con un sentido determinado, relacionados a partir del llamado contrato de comunicación y en función de un contexto social en el que se encuentren.

Cuando una investigación tiene como técnica de recolección de información, bajo el instrumento de la entrevista, quiere decir, que la investigación es de carácter cualitativa, por lo que la investigación tiene un enfoque distinto a una investigación cuantitativa. La entrevista nos sirve para obtener la información que el investigador sabe que una persona tiene el conocimiento y la experiencia en su respuesta a las preguntas que se le vaya a plantear al momento de la conservación que se dé entre ambos.

En el marco de la entrevista se debe de entrar en confianza con el entrevistado, para que solito, sin sentirse forzado a responder una pregunta que pueda ser de controversia a un movimiento o acontecimiento, el entrevistador tiene por obligación hacer sentir cómodo a su informante.

Existen tres tipos de entrevistas que el investigador va a usar con su informante: La guía de entrevista estructurada será la que el entrevistador va a seguir sin salirse del orden de las preguntas que estará planteando. Ya que. por otro lado, la entrevista semiestructurada, es con la que el investigador se guía, pero, puede aplicar preguntas espontaneas que surgen al momento de la conversación con el sujeto informante, la entrevista abierta, donde el investigador no requiere de una guía de preguntas, pero debe de tener los conocimientos bien claros de lo que está investigando para poder entrar en una conversación con el entrevistado.

3.3.1 INFORMANTES

Los entrevistados son personas expertas en el tema de investigación, tienen una convivencia constante con la actividad y son importantes en el estudio.

Guillermo Jiménez Palomera- párroco de la iglesia San Francisco de Asís

Edwin Gerónimo García- encargado de los medios de Comunicación de la parroquia San Francisco de Asís

Deyanira Hernández Hernández- presidenta del Consejo Parroquial de la iglesia San Francisco de Asís

Estos informantes fueron entrevistados personalmente y sus respuestas analizadas en cumplimiento a los objetivos de la investigación.

3.3.2 MODELO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"

Encuesta para conocer las perspectivas de la
fiesta de San Francisco de Asís

Objetivo: comparar la efectividad de los
medios de divulgación

Perspectivas de organizadores

1. **¿Qué nivel de importancia tiene la difusión dentro de eventos culturales religiosos entre la comunidad?**
2. **¿De qué manera contribuye la difusión a reforzar las prácticas culturales religiosas?**
3. **La difusión religiosa ¿Funciona para captar nuevos seguidores a las iglesias?**

Festividad

4. **¿Qué elementos son indispensables en la difusión de la fiesta patronal?**
5. **¿Cuáles serían las reglas o lineamientos para la difusión religiosa?**
6. **¿La identidad de la comunidad debe plasmarse en la difusión religiosa?**

Estructura (organización)

7. **¿Cómo se crea identidad de la comunidad en la difusión religiosa de la fiesta patronal?**
8. **¿Las palabras comunes o regionales dentro de la difusión contribuyen a mayor participación de los católicos?**
9. **¿Los feligreses pueden participar dentro de la difusión de la fiesta religiosa?**

10. ¿Existe alguna persona encargada de la promoción y difusión de la fiesta? ¿Y cómo eligen a la persona?

11. Estrategias de difusión

12. ¿Hay algún comité?

13. ¿Cuáles son los medios que utiliza?

14. La difusión en medios, como periódico o radio. ¿pagan por el espacio?

15. ¿Cuándo hacen los materiales de promoción, como carteles, a que publico lo dirigen? ¿A la comunidad, al resto de la iglesia o a quienes? ¿Y con qué objetivo?

Perspectivas de organizadores

16. Con las nuevas generaciones, ¿Existe algún desinterés lo cual motive a darle promoción a la fiesta? ¿O ya no se requiere?

¡Gracias!

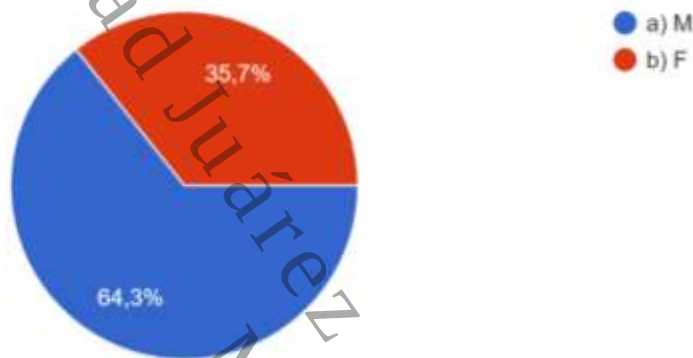
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA

El 64,3% (n=54) correspondiente al género de las personas encuestadas, fueron hombres quienes respondieron, mientras que el 35,7% (n=30) fueron mujeres. Predominando en su mayoría los hombres.

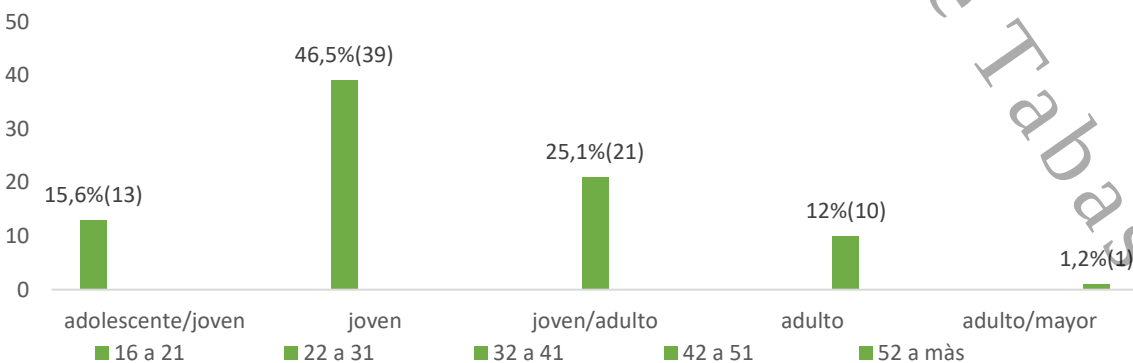
1. Género
84 respuestas



Grafica1 Genero

De los encuestados de la edad 16 a 21 años correspondió a adolescentes/jóvenes con un porcentaje del 15,6% (n=13), de 22 a 31 años un 46, 5% (n=39) fueron jóvenes, de 32 a 41 años un 25,1% (n=21) respondieron jóvenes/adultos, las personas adultas de 42 a 51 años un 12% (n=10) y de adultos/mayor de 52 a más años un 1,2% (n=1).

2. Edad
84 Respuestas

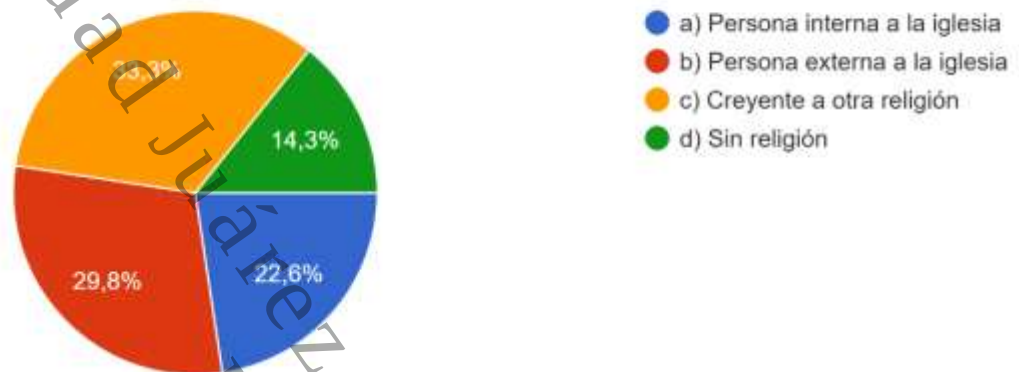


Grafica 2 Edad

Las personas encuestadas, el mayor porcentaje que respondió que son creyente a otra religión fue del 33,3% (n=28), seguido del 29,8% (n=25) que son personas externas a la iglesia, después un 22,6% (n=19) de los encuestados son personas internas a la iglesia y, por último, el 14,3% (n=12) dijo no pertenecer a una religión.

3. Como parte de la festividad, ¿Qué papel ocupa?

84 respuestas

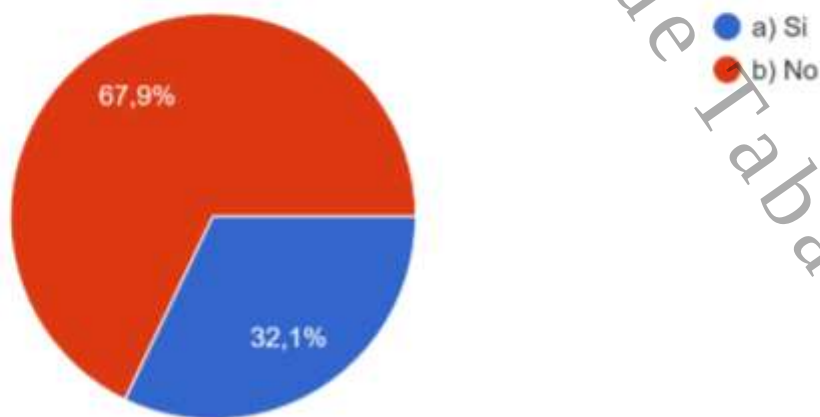


Grafica3 Como parte de la festividad, ¿Qué papel ocupa?

De las personas encuestadas, hubo un 67,9% (n=57) que dijo que no participa de manera directa con la festividad, mientras que el 32,1% (n=27) dice que sí participa de manera directa con la festividad.

4. ¿Participa de manera directa con la festividad?

84 respuestas

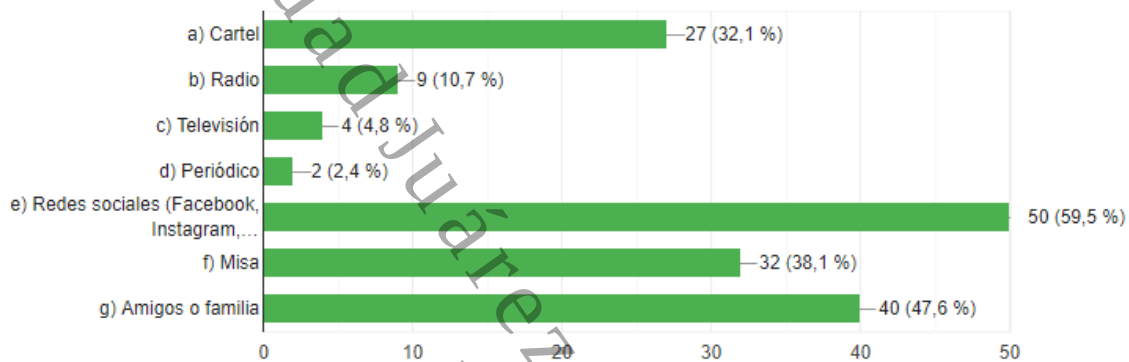


Grafica4 Participa de manera directa con la festividad

Del total de encuestados hubo un 59,5% (n=50) que se enteró de la festividad por medio de redes sociales, seguido del 47,6% (n=40) por medio de amigos o familia, mientras que el 38,1% (n=32) a través de la misa religiosa, de ahí, el 32,1% (n=27) por medio de cartel, con un porcentaje más bajo, del 10,7% (n=9) se enteró por medio de la radio, otro 4,8% (n=4) por la televisión y un 2,4% (n=2) por medio del periódico.

5. ¿Por qué medio se enteró de la festividad de San Francisco de Asís?

84 respuestas

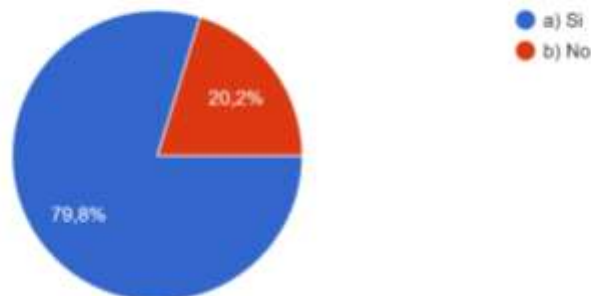


Grafica5 Por qué medio se enteró de la festividad de San Francisco de Asís

La respuesta de las personas que respondieron la encuesta, considera un 79,8% (n=67) que los medios influyen para la participación de la festividad, por otro lado, el 20,2% (n=17) consideran que los medios no influyen.

6. ¿Considera que los medios influyen para que participe en la festividad de San Francisco de Asís?

84 respuestas

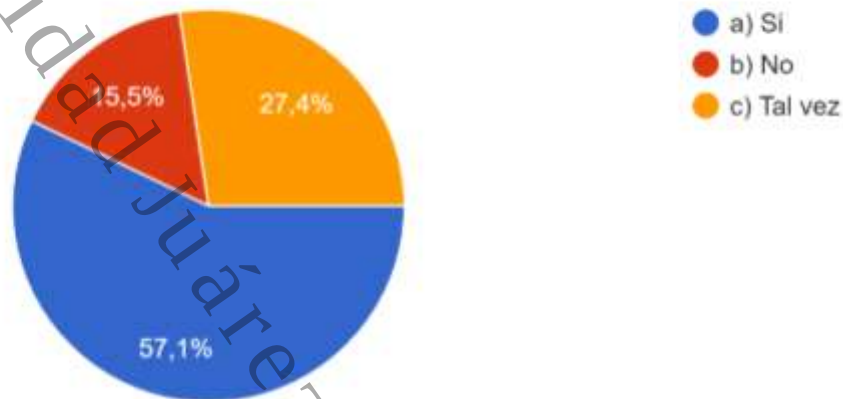


Grafica 6 Considera que los medios influyen para que participe en la festividad de San Francisco de Asís

Un 57,1% (n=48) de los encuestados dicen que la celebración de la festividad fortalece la fe católica, mientras que un 15,5% (n=13) dijo que no fortalece la fe, pero el 27,4% (n=23) considera que tal vez la festividad fortalezca la fe católica.

7. La celebración de la festividad, ¿fortalece la fe católica?

84 respuestas

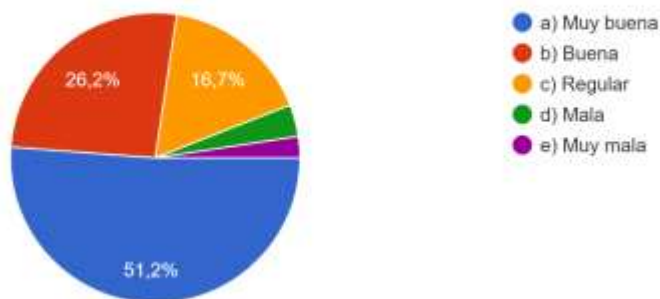


Grafica7 La celebración de la festividad, ¿fortalece la fe católica?

La difusión de la festividad de San Francisco de Asís, el 51,2% (n= 43) califica como muy buena la difusión, seguido de un 26,2% (n=22) la califica como buena, detrás de ello un 16,7% (n=14) la considera como regular, como penúltimo un 3,6% (n=3) dice que es mala la difusión, por último, lugar, el 2,4% (n=2) la califica como muy mala.

8. ¿Cómo califica la difusión de la festividad de San Francisco de Asís?

84 respuestas

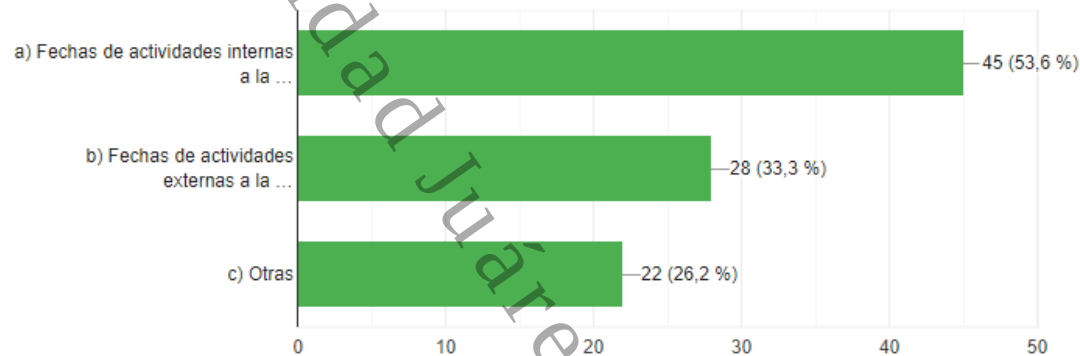


Grafica8 ¿Cómo califica la difusión de la festividad de San Francisco de Asís?

De todos los encuestados lo que más toman en cuenta en la difusión de la actividad el 53,6% (n=45) son las fechas de actividades internas a la iglesia, mientras que, de los mismos encuestados, un 33,3% las fechas externas a la iglesia, seguido de un 26,2% (n=22) de ese mismo total, toma en cuenta otras actividades.

9. ¿Qué es lo que más toma en cuenta en la difusión de la festividad?

84 respuestas

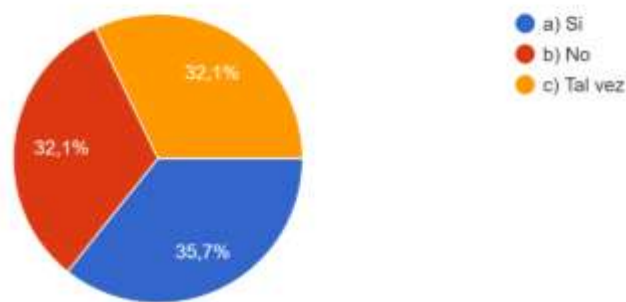


Grafica9 ¿Qué es lo que más toma en cuenta en la difusión de la festividad

El porcentaje mayor de los encuestados dicen que los medios de comunicación masivos refuerzan la fe a la festividad, con un porcentaje del 35,7% (n=30), sin embargo, el 32,1% (n=27) dijo que no, al igual que otro 32,1% (n=27) dice que tal vez.

10. Los medios de comunicación masivos, ¿refuerzan su fe en la festividad religiosa de San Francisco de Asís?

84 respuestas

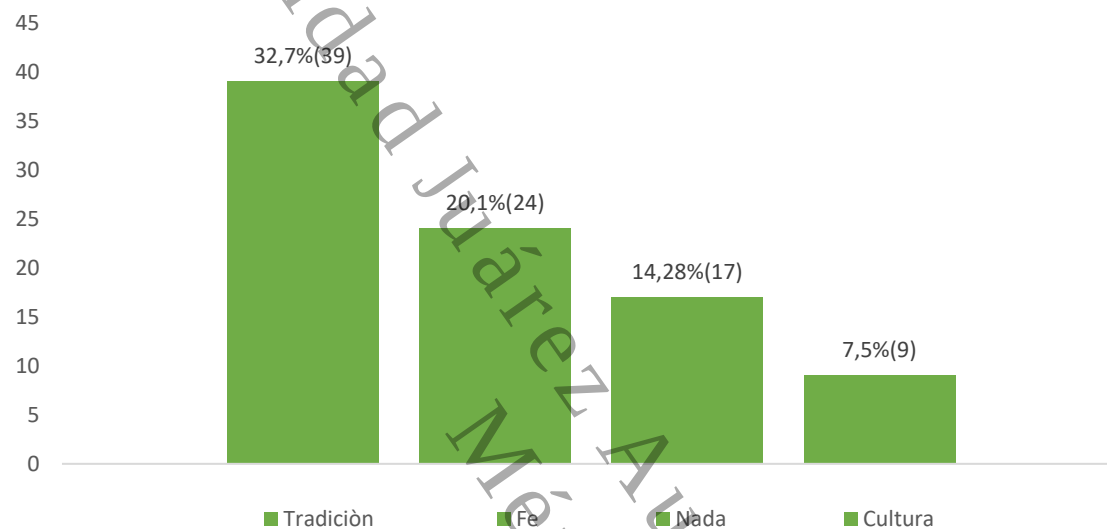


Grafica10 Los medios de comunicación masivos, refuerzan su fe en la festividad religiosa de San Francisco de Asís

Las personas encuestadas del 100 por ciento, solamente respondió un 32,7% (n=39) que significa la festividad una tradición para ellos, mientras que el 20,1% (n=24) es fe, seguido de un 14,28% (n=17) que la festividad no significa nada para ellos y mientras que el 7,5% (n=9) es pura cultura.

11. ¿Qué significa esta festividad para usted?

84 Respuestas



Grafica 11 ¿Qué significa esta festividad para usted?

4.1.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

El tamaño de la muestra fue de 84 encuestados, de los cuales 50 fueron hombres y 34 mujeres, lo que nos indica que en el tiempo y medio en el que se compartió la encuesta digital, los hombres predominaron en respuesta a la encuesta y también, nos dice que las mujeres son menos en el grupo de la plataforma de Facebook, que fue en donde se colgó la encuesta digital.

El grupo de Facebook en el que se difundió la encuesta y el tiempo que estuvo en línea llegó a 84 personas, dicho grupo de la red social pertenece a la comunidad de Tamulté de las Sabanas, exclusivamente.

La edad de las personas que respondieron, varía, ya que del total de los 84 encuestados a lo que respecta que son 13 adolescente-jóvenes que van de la edad de 16 a 21 años, de los cuales son los que han participado en la encuesta, pero, conocen de la festividad por ser habitantes de la comunidad, puede considerarse que es una población que tiene poco interés en la participación social en la festividad o una generación sin interés en responder una encuesta online. Existe otra parte de la población que conoce dicho evento, quienes son los jóvenes con un número de 39 participantes siendo de la edad de 22 a 31 años, son aquellos que pueden llegar a entender mejor de que se está tratando de hacer con la festividad y que llega a tener una participación altamente valorada.

También 21 son las personas joven-adulta que rondan la edad de 32 a 41 años que forman parte de la comunidad festiva del santo de Tamulté de las Sabanas, un sector de la población que se toma con seriedad y respeto cada uno de las actividades que se llevan a cabo en dicho tiempo, sobre todo que existe una mayor responsabilidad en cuestión de identidad. Por otra parte, solo 10 personas adultas que son de la edad de 42 a 51 años conocen de dicha actividad, ese es un grupo de ya personas estables en lo que llegan a creer y en su mayoría no tienen contacto con los medios digitales.

Mientras tanto, una sola persona de la edad de 52 años a más respondió a la encuesta, lo que nos dice que hay un número menor de personas mayores a 50 años que se encuentran en el grupo de Facebook de la comunidad o que no hacen uso de las redes sociales, pero que realmente pueden ser los que más participación tengan, lo que causa que este número haga suponer esas conclusiones.

La comunidad que fue encuestada, ha respondido que 28 personas son creyentes a otra religión, a la católica, un número que no sorprende, porque en la villa existen distintas doctrinas cristianas, pero, este número mencionó que saben y conocen de la festividad, solo por el hecho de haber respondido la encuesta. Otras 25 personas son externas a la iglesia, indica que estos individuos forman parte de la religión, pero, no tienen participación en la festividad, es decir, no forman parte de la construcción interna de la actividad, despejando supuestos sobre que todos los miembros de la iglesia tienen un papel para llevar a cabo dentro de la festividad.

Si embargo, el mínimo de personas que son interna a la festividad son solo 19, un número muy bajo, ya que se tiene como expectativa que muchos son los que participan en la actividad de manera directa, desde la parte de los rituales; así como en las danzas y recorridos por el pueblo, es una representación mínima de la iglesia. Lo que no se espera de la encuesta fuera encontrarse con un número significativo que llama la atención, ya que, de los encuestados, dijo que esta sin religión, pues fueron 12 personas que así fue su respuesta, dando de qué pensar, porque en la comunidad de Tamulté de las Sabanas es considerada una región de personas cristianas y católicas, dichas personas tienen una participación con la festividad, ya sea por mera diversión. Referente a los números de personas que participan de manera directa con dicha festividad que se está investigando, por consiguiente 57 personas que dieron respuesta a la encuesta, dijeron no participar de manera directa con la celebración a San Francisco de Asís, buena parte de este número nos hace reflexionar entonces lo que está pasando con la festividad, asegurando que ya no hay participación de las personas, es decir, no se asiste. En cuanto a que tan solo 27 encuestados si participa en la festividad, existe una minoría de los participantes en la comunidad que forman parte de la actividad religiosa y que hacen motivo por el cual se siga celebrando, mientras exista este pequeño número de personas. Son aquellos que tiene un compromiso especial con la festividad (alguna promesa o pacto) siendo fieles año con año.

A propósito del medio en que las personas se enteran de la festividad ha sido mayormente por el uso de las redes sociales, ya que, del total de los encuestados, 50 personas se informan a través de los medios digitales, pues la interacción de la población es mayor entre lo digital, dejando a un costado lo tradicional (que son medios impresos, televisión y radio). También 40 personas son los que se logran enterar por medio de la comunicación interpersonal, que se da entre amigos y familiares. En la comunidad estos entornos son los parques, escuelas, tiendas u otros encuentros de grupos que pertenecen a la comunidad. Como no todos los encuestados son

católicos, no todos están informados a primera plana, contrario a los que asisten a misa y tienen la noticia de las fechas de las actividades, primeramente, que es por medio del sacerdote quien notifica a la iglesia.

Desde la perspectiva subjetiva puede considerarse que los medios de comunicación no influyen en las personas para que se han participe de eventos religiosos, ya que estos nacen a voluntad propia de cada persona religiosa. Contrario a los resultados que arroja la encuesta que dicen los interrogados, siendo 67 individuos que aseguran que los medios han influido para que participen en la festividad que se está investigando (antes de hacer la encuesta cualquier investigador tiene suposiciones personales) esos medios no tenían nada que ver con la iglesia y sus eventos, ya sea de cualquier religión, pero que nos confirma que en este tiempo digital es necesario hacer uso de los *maass medio* para alcanzar a más personas, para que cada celebración católica este llegando a ellos.

También puede decir este número de respuesta que son personas que están diariamente interactuando con los medios de comunicación y es el canal por el que se informan de lo que acontece. Contrario a que solamente 17 personas del total de encuestados dicen que los medios no influyen para que participen en dicha festividad, lo que indica que son personas que la relación con los medios es escasa, tanto digitales y tradicionales (medios impresos, radio y televisión), o simplemente no se están informando por ningún medio de comunicación, más que por amigos, familiares o en misa, que es como se enteran de la festividad.

Para las personas un encuentro espiritual con Dios es sinónimo de la fe, esa esencia que toda persona que pertenece a una religión tiene, o que así se considera. Para 48 encuestados la celebración a San Francisco es un fortalecimiento de la fe católica que tienen las personas, es lo que refuerza la seguridad, alguna renovación de votos, un pacto o una promesa que le hacen a tal imagen. Igual forma que es un ritual que se vive cada año, manteniendo encuentros espirituales en cada católico. En cambio, a lo que dijeron 13 personas, que no es para fortalecer la fe, lo que se puede considerar que son personas que no están relacionados espiritualmente con la iglesia y/o que son de otra doctrina, de la misma manera que no llegan por la cuestión de la religión, sino por segundos eventos que son externos a la festividad. Sin embargo, 23 personas dijeron que tal vez esa festividad sirve para fortalecer la fe católica que hay en la comunidad, por lo tanto, hay inseguridad de estas personas o que no saben de qué trata la festividad, son aquellos que participan como espectadores de todas aquellas actividades que realiza la iglesia,

porque no profundizan en el valor simbólico que tiene la festividad, causando que no sea apreciado.

Por consiguiente, la estructura de la difusión de la festividad a San Francisco de Asís, cualquier investigador considera que no tenía importancia de cómo se transmite a las personas el mensaje, todos esos canales, formas y estructuras que se le da a la difusión. El número de personas que califican esa difusión como muy buena fue de 43 individuos. Esa propaganda que no se ve, pero que existe “disimuladamente” entre la población, porque en los puntos donde se está compartiendo el mensaje de la celebración está siendo decodificado por las personas a los que alcanza los medios. Sumando a lo que respondieron otras 22 personas, que es buena la difusión en la que está informando a la comunidad de las actividades que realiza la iglesia (refiriéndose a la festividad de San Francisco de Asís).

En contraparte, el resto de los encuestados mencionaron de la manera que está difundiendo la iglesia la festividad está siendo regular, mala y muy mala, la estructura del mensaje que está difundiendo la iglesia para la festividad no cumple las expectativas de estas personas a lo que promete la fiesta del santo o que le falta resaltar las imágenes de las actividades que se viven dentro de los rituales a San Francisco, igual puede pasar que son encuestados que han tenido experiencias gratas con la celebración y se han llevado buenos momentos, lo que no está siendo compartido de lo que se logra vivir siendo partícipe (lo tangible) del lugar con su contexto real. Continuando con todo este análisis, se encuentra que las personas que buscan estar informados de las actividades de la festividad investigada, 45 dijeron que toman en cuenta esas fechas de actividades internas a la iglesia, es decir; el *xoyoma*, la danza del caballito, la cabalgata, entregas de promesas, el maromo y cuando es el último día de celebración al santo. El mensaje que estas personas indagan, es lo religioso de la conmemoración, es lo que debe de contener la difusión con un mensaje e imágenes claras para ser entendido por las personas.

Pero igual, hay quienes toman en cuenta las fechas de actividades externas a la iglesia, que son tan solo 28 personas, considerando que estas son bailes del pueblo, los juegos mecánicos y similares distracciones que son para el resto de la población, donde en ocasiones asisten las personas que no pertenecen a la iglesia, igual los que no creen en la religión. Por último, hay 22 personas que toman en cuenta otras actividades, que ni son de la iglesia, pero que se realizan en las mismas fechas en que se lleva a cabo esa festividad.

El tiempo de la tecnología y del influyente que tienen los medios de comunicación masivos, que se encuentra todos los días en el entorno de las personas, teniendo interacción de manera cotidiana. Tan solo 30 encuestados dijeron que estos sirven para reforzar la fe en la festividad de San Francisco de Asís, ya sea que son aquellos individuos que observan desde los canales digitales lo que está aconteciendo en los momentos que se está llevando a cabo las actividades, por medio de un video o fotos que se suben a los medios masivos y también aquellos que tiene relación muy apegada a la iglesia teniendo con concepto claro de lo que es la solemnidad al santo.

Contrario a la respuesta de 27 personas, que los medios masivos no refuerzan la fe en dicha celebración, quizás no hay nada que reforzar, sino renovar lo espiritual con el santo o que son personas que no necesitan de los medios para entender lo simbólico del proceso que realiza la iglesia en fechas importantes. Mientras que otros 27 contestaron que tal vez sirven para reforzar, lo que se interpreta a esas personas que le tiene la más mínima importancia a la celebración del santo, aquellos perteneciente a otra doctrina cristiana. El alcance que tiene los medios masivos es muy grande, que sujetos de otros espacios territoriales a la comunidad, pueden descubrir algo nuevo que realiza una comunidad distinta a la propia, para eso serían los medios y la celebración. Para concluir con el análisis. Los encuestados respondieron a la última pregunta, siendo esta de manera abierta; en su mayoría de los interrogados 39 contestaron que esta festividad significa una tradición del pueblo, de algún modo es una actividad que se realiza desde hace muchos años y que está muy arraigado en el centro de la gente, que será imposible que desaparezca en unos años. Ahora bien, 24 consideran que es fe la festividad, donde la gente se acerca a Dios a través del santo que se está celebrando año con año, no sorprende encontrar este dato ya que muchos son apegados a las normas de la iglesia, es lo que caracteriza al pueblo *yokot'an* del resto de las comunidades. Sin embargo, para 17 personas no significa nada esta festividad, pues si, en la encuesta hubo sujetos que son de otra religión y que por ciertas razones no llega a significar nada esta actividad que se realiza, mismas que no le dan importancia y valor, a como la da un católico. Por último, también para 9 personas significa cultura, esa identidad que ha construido a lo largo del tiempo la iglesia por medio de esta celebración y que se aprovechan a dar a conocer distintas actividades de la comunidad, que de un modo no tiene relación a la iglesia, pero que se toma en cuenta en la misma fecha. Respecto a que la estructura de la difusión que está distribuyendo la iglesia a través de los medios de comunicación no son claros en cuanto al

mensaje que está llegando a la población, por el simple hecho de que un gran número de encuestado dijeron que la festividad significa un tradición, que no lo están viendo desde el punto religioso, pues el mensaje no está siendo claro, pero que también influyen otras actividades que reciben mayor prioridad, lo que va a depender los intereses que tenga cada persona en fechas mismas a la festividad del santo. El valor que está recibiendo la festividad es variable a lo que debería de ser y se toman actividades secundarias como punto de importancia, es decir, que la difusión a la celebración de San Francisco de Asís está quedando en segundo término, pero que aún está existiendo, perseverando para aquellas personas a las que aún les llega.

4.2 RESULTADO DE ENTREVISTA

ENTREVISTADO	Festividad	Estructura (Organización)	Estrategias De Difusión	Perspectivas De Organizadores
Guillermo Jiménez Palomera/párroco de la iglesia	*Lo más indispensable son las personas, las actividades de los maromos y cuando es el Xoyoman, y luego pues la trasmisión del evangelio. *Decir algo sobre la fiesta, sobre todo la cultura y la historia del pueblo. El criterio primero es la verdad. * Lo auténtico son sus costumbres, su fe. Sus tradiciones, sus costumbres, al menos aquí y otra de las cosas es que se hace es la danza del caballito blanco.	*Una identidad cultural de yokot'an, o sea, de la cultura propia y que se han unido esos elementos, elementos cristianos con el elemento de la cultura. * Poder dirigirse a ellos en su propia lengua. * Las persona que están en ese momento del maromo, por ciertos elementos del altar. *Se elije a la persona que tenga el perfil de comunicación	*A través de la misa dan los avisos, así como la página de Facebook y por un grupo de WhatsApp. *No pagan por difusión en medios, ya que los medios les dan un espacio voluntariamente. *el material de difusión es para la población en general, tomando en cuenta lo religioso y lo cultural. *Se formas un comité, que se llama Consejo Parroquial Pastoral	*La difusión tiene mucha importancia, porque el mensaje lo dan en distintos medios. * por medio de los medios llegan a más personas y muchos lo agradecen, ya que tienen un mayor alcance, tanto local y mundial. *la difusión de alguna manera, algunos se acercan y quieren conocer más de la fe, gracias a los medios. * Los carteles o difusión escrita la leen la persona más grande, de mediana edad, pero los jóvenes ya leen más en las redes sociales, en los móviles
Edwin Gerónimo García/comunicador social de la iglesia	* Todos somos hermanos, en armonía, en paz llevando el mensaje religioso a los más necesitados y que esa religiosidad que se está llevando a cabo o que se celebra año con año trate de enviar ese mensaje. * Lo que la mercadotecnia se ve como difusión, es que la difusión vaya dirigida al público en general, no tiene precio, pero, el	*Por su danza del caballito, por su fiesta patronal, por su lengua, por su comida. *En algunas difusiones manejamos la escritura yokot'an en la parte de abajo su significado como tal, porque la difusión no es solo abarcar el entorno, a cuerda te que la difusión ya trasciende en las redes sociales.	*Hay una estructura jerárquica, está el sacerdote, el sacerdote tiene a su consejo pastoral y su consejo parroquial. *Se utiliza la radio año con años para llevar el programa y por medio de la cuenta oficial de Facebook. *cuando van a la radio y televisión, es de forma gratuita. Se paga por un mayor alcance en redes sociales, quienes pagan son los	*En el caso de la difusión religiosa lo que se busca, es a través con ello llevar el mensaje de los diferentes eventos religiosos con lo que la iglesia lleva año con año llevando un sentido siempre; cultural, religioso y de tradiciones. *nosotros somos un pueblo originario y como tal tiene cultura, que preserva sus tradiciones y

	producto que generamos con el programa es llevar ese mensaje cultural-religioso de nuestra fiesta patronal. * Los elementos diferentes que constituyen la comunidad: su plaza, su iglesia, sus tradiciones, su cultura, su danza del caballito, sus maromos	* Cuando se hace los maromos que es un rito tradicional que año con año cada una de las familias, esa es la forma con la cual hacemos participe a los feligreses y se ven plasmados en el programa, no solamente en la difusión, sino también los videos cortos, en documentales. *El consejo parroquial en ayuda junto con la pastoral de la comunicación pues se hacen de recursos para comprar los materiales.	hermanos de manera voluntaria. * los materiales de promoción van dirigido al público en general.	costumbres a través de la promoción. * Como tal nuestra fiesta religiosa no es para captar más feligreses, la difusión no lleva ese interés de cambiarle la mentalidad a quien no cree en la religión católica. * No es desinterés, cree más bien se dejaría morir la tradición, porque nadie le da difusión.
Deyanira Hernández Hernández/presidenta consejo parroquial de la iglesia	*La fe, la fe cristiana un elemento y otro nuestra cultura, nuestra lengua, nuestra gastronomía. *A que haya respeto, sobre todo a nuestra religión, así como nosotros respetamos las otras religiones, también a que se nos respete. *No precisamente todo, vamos directamente.	* Nuestra lengua yokot'an, en el templo parroquial se lee el evangelio en yokot'an. *Sí, la comunicación es importante, por eso le decía en ambas lenguas, en español y en la lengua yokot'an. *Sí, porque han llegado medios de comunicación, se han hecho entrevista con personas mayores, de 60, 70 años. Las personas participan por medio de tres cosas importantes; el maromo tradicional, el cultural y el <i>xoyoman</i> *El consejo, el grupo donde está el párroco, el vicario	*Es el consejo parroquial *La radio, la televisión, la difusión a través de los impresos y de manera virtual. *No, ahí vamos con anticipación pedimos permiso para ver si nos pueden autorizar que podemos ir a la radio, entonces ellos con mucho gusto nos reciben y aprovechamos para hacer la difusión. *A todos, a nosotros no nos importa de qué religión seas, pero la invitación va para todos. Hemos tenido estudiantes, que llegan más todavía a la fiesta patronal,	*En cuestiones de los encuentros los medios de comunicación nos han visitado en diferentes años, durante la fiesta patronal. * A que nuestro legado, sobre todo la fe, las tradiciones y costumbres de nuestra comunidad, conozcan otras personas, otras comunidades. *En cada fiesta patronal se hacen difusiones, se va a la radio, televisión, se da conocer a todo el continente, porque hemos tenido visitas de personas de Estados Unidos, de Francia. *ya hay mayor participación de jóvenes, adolescentes

		que es quien ayuda al párroco, el hermano Edwin que es de difusión		y jóvenes. Tenemos grupos y en todas las comunidades a nivel parroquial hay grupos de jóvenes y adolescentes
--	--	--	--	--

4.2.1 ANÁLISIS DE RESULTADO

Los entrevistados de la investigación dieron respuestas a las preguntas conforme a su perspectiva de la festividad. Por ello, el párroco Guillermo, opina que la difusión tiene mucha importancia para difundir eventos culturales religiosos entre la comunidad, ya que también, esa difusión ha contribuido a que llegue a más personas, porque tiene un alcance local y mundial, provocando que funcione para captar nuevos seguidores a la iglesia; porque algunas personas se han acercado y quieren conocer más de la fe, opino el párroco. Con otras palabras, Edwin, comunicador social de la iglesia, respondió que esa difusión religiosa busca, llevar el mensaje de los diferentes eventos religiosos, cargado de cultura, religión y tradición.

El hecho de hacer difusión contribuye a reforzar las prácticas culturales de la religión, preservando sus tradiciones y costumbres. Desde su punto de vista, la difusión no lleva ese interés de cambiar la mentalidad a quien no cree en la religión católica, contrario a lo que dijo el párroco, que, pues desde su papel como sacerdote busca evangelizar a través de los medios de comunicación a todas aquellas personas, pues Edwin solo cumple con su trabajo como el vocero de la iglesia y no busca convertir gente con la difusión de la festividad.

De igual forma, Deyanira del consejo parroquial, dijo que los medios de comunicación han visitado en diferentes años, en el proceso de la festividad patronal, es decir, que, si tiene importancia los medios para difundir, porque así trasciende la información, pues considera igual que la difusión ayuda a que se mantenga un legado de fe, tradiciones y costumbres de la comunidad, donde otras personas conocerán. Por lo tanto, esa difusión sirve para atraer personas de otras partes del mundo, pero, como turistas, por el hecho de que han acudido a la iglesia personas de otros continentes, pero no menciona la parte de captar nuevos seguidores a la iglesia. Desde cierto punto de vista, cada uno de los entrevistados tiene ciertos intereses personales en la festividad, aunque sus respuestas son semejantes, tienen un sentido profundo distinto, pues el párroco busca difundir la palabra de Dios, Edwin solo busca que el mensaje llegue a las personas, pero sin objetivo de conversión y la Deyanira solo busca transcendencia de la comunidad.

La respuesta del párroco, Guillermo, acerca de cuáles son los elementos indispensables en la difusión de la festividad religiosa a San Francisco de Asís. Fue que las personas son indispensables; el maromo, xoyoma y también la transmisión del evangelio. En este sentido, Edwin, comunicador social de la iglesia, considera que esos elementos están en que todos somos hermanos; en armonía y paz, procurando que llegue el mensaje a todas aquellas personas que lo necesitan, resaltando que el mensaje se esté transmitiendo año con año, esos elementos que entran en la religiosidad. Agregando a lo que la presidenta del consejo parroquial dijo, Deyanira, considera que esos elementos indispensables en la difusión son la fe, cultura, lengua y gastronomía.

Cada entrevistado desde su perspectiva a la festividad del santo, exponen sus experiencias, aunque sus respuestas no son semejantes, cada una complementa la respuesta del otro. Porque, el párroco desde su papel como sacerdote, tiene como vista las actividades principales de lo que trata esa celebración, que es el santo. Contrario a lo que Edwin dice, que, pues hay un mensaje que tiene mayor importancia, quizás ese mensaje de hermandad, agregando a lo que Deyanira dijo, que todo se trata de esa identidad que tiene la comunidad, no solo la iglesia, siendo algo muy en general que se ha construido desde el inicio.

Por consiguiente, como lineamiento para una difusión de la festividad, es decir la verdad, lo que considera el párroco, mientras que Edwin desde su punto de vista como comunicador de la iglesia, habla desde mercadotecnia que según la difusión es para el público en general, ya que el mensaje religioso de la festividad es la principal línea, contrario a lo que menciono Deyanira, que la regla para difundir la festividad es que sea con respeto, respetando a las otras religiones y respetando a los suyos (católicos). La posición que cada uno tiene, pues es diferente, ya que cada uno ha tenido experiencias y un papel distinto en sus vidas, el sacerdote desde el no mentir en la difusión, porque mentir es un pecado, hasta de lo que la presidenta del consejo dice, respetando todo aquello que piensa diferente, tienen diferente religión. Para concluir a lo que dice Edwin, que la difusión llega a todos.

La identidad de la comunidad está plasmada en la difusión por medio de las costumbres, tradiciones y otras cosas, opina así Guillermo, de igual forma Edwin respondió casi lo mismo, pero este agregando los espacios públicos; iglesia y plaza (parque) encontrando similitud a esa identidad de la comunidad que son plasmable en la difusión, mientras Deyanira, opina lo

contrario que no todo debe de plasmarse en la difusión, sino que es ir directo con el mensaje que es la festividad.

Las personas con experiencias distintas, ven el mundo desde su propia mirada, en algunos hay semejantes opiniones, pero que varían en algún punto. Por el hecho de que el párroco no es nacido en la comunidad, existe cierta sorpresa por la misma y que considera que debe de tomarse en cuenta en la difusión, el Edwin tiene en consideración que los espacios públicos deben de ser plasmado, porque así la difusión llama la atención de las personas que no conocen y Deyanira, por cuestión de tal vez sacar la festividad, no toma en cuenta la identidad de la comunidad, sino solamente el mensaje religioso.

Continuando a las respuestas de los entrevistados. Para el sacerdote de la parroquia, la identidad de la comunidad se crea a partir de los elementos cristianos y de la propia cultura, esas formas de vida que tiene los habitantes de la comunidad, siendo la esencia que se toma en cuenta para la difusión de la festividad, reforzando a que las personas asistan a las actividades. También esa costumbre de hacer la danza del caballito, su lengua y la comida, opinó Edwin, esas actividades con las que se crea la identidad, por lo tanto, hace que esa difusión sea específica para las personas de otros lugares a los que le llega el mensaje. Agregando a lo que expuso Deyanira, que a parte de lo que dijo el párroco y Edwin, la lectura del evangelio en Yokot'an es una forma de crear identidad dentro de la iglesia, compartiéndola con los presentes. Cada uno de ellos complementan la respuesta a la pregunta, pero pues, cada quien busca un beneficio propio (que no es económico) de lo que hace dentro de la festividad.

Respecto a que, si el uso de palabras comunes o regionales dentro de la difusión contribuye a que haya mayor participación de los católicos, es que si, en la comunidad en general se habla en Yokot'an, una lengua indígena autentica con la que el párroco dijo que es bueno dirigirse a las personas en su propia lengua, considerando que es una forma de tomarla en cuenta, desde su punto de vista. Contrario a lo que Edwin hace, que en algunas publicaciones se han escrito en Yokot'an, porque es algo que trasciendo es redes sociales a otras personas, como comunicador y encargado de la difusión de la iglesia, busca implementar la lengua en la difusión. También Deyanira opina lo mismo, que es importante usar ambas lenguas, así como el yokot'an y español. Ya que los tres buscan que la lengua llegue a más personas para despertar el interés.

Los tres entrevistados consideran que los feligreses tienen la libertad de participar en la difusión de la fiesta religiosa, ya que opinan lo mismo por el simple hecho de mencionar las actividades

importantes en las que participan los feligreses, pero con un sentido distinto. Al momento de la realización de lo que es el maromo, el párroco dijo que los hay ciertos elementos en el altar en los que los participantes explican en qué consisten cada uno de ellos, tomando en cuenta el valor espiritual, mientras que Edwin esa actividad del maromo con las familias se plasman en el programa, no solo en la difusión, sino que, en los videos cortos, así como en documentales, siendo el encargado de la difusión es lo prioridad tomar esos puntos a resaltar. Desde el punto de vista de la presidenta del consejo parroquial, las personas participan en entrevistas a medios de comunicación, específicamente a personas mayores de edad que tiene el conocimiento de la historia de la festividad y de la comunidad.

Para que la festividad se lleve a cabo, se propaga la información de las fechas de actividades que realizara la iglesia, dentro de la parroquia existe un grupo de personas que tienen el compromiso que esta festividad sea una realidad de año con año. Por lo que menciono Guillermo, párroco de la iglesia, que las personas participan de manera voluntaria para tomar la tarea de la organización de la celebración, hay un proceso para elegir a aquella persona con perfil de comunicación y esta forma su equipo de trabajo. Desde la perspectiva del párroco que, pues solo hace la elección del cargo, no profundiza con los grupos, solamente son informas que recibe de los avances y estrategias de trabajo de los departamentos. Contrario a Edwin, el encargado de la comunicación social de la iglesia, aclara que él recibe apoyo del consejo parroquial, así, juntamente colaboran para hacerse de recursos económicos, para adquirir material. Desde cierto punto, junto a Deyanira trabajan en unión, comunicación de los avances, lo mismo comento ella de quien es el encargado de la difusión de la festividad, asegura hay una triada de personas que se apoyan siendo el consejo parroquial (quien ella tiene a cargo), un grupo donde está el párroco y su vicario (persona que ayuda al párroco) y Edwin. Esta estructura de trabajo hace realidad los eventos religiosos.

La iglesia San Francisco de Asís, nombre con la que se identifica la estructura física de espacio territorial de la iglesia. Ha hecho uso de la misa, la página de Facebook y WhatsApp, medios de comunicación por los que transmiten el mensaje de las fechas de actividades de la festividad del Santo, es lo que considera el párroco Guillermo, de igual manera, que estos medios no se les paga, pues de manera voluntaria esos medios ofrecen un espacio en algún programa de la estación para platicar acerca del ambiente que se vive en la conmemoración, ya que la radio que igual es un medio que han usado les ha servido para difundir dicho evento sin algún costo, todo

ese material de difusión es para la población en general, tomando en cuenta lo religioso y lo cultural, es lo que expreso el párroco. Lo mismo opina Edwin, pero agregando que cuando van a la radio y televisión es de forma gratuita, pero, para tener un mayor alcance en Facebook hay hermanos de la iglesia que de manera voluntaria pagan, pues ese material de difusión va dirigido a todo el público, opina igual que el párroco. Mientras que Deyanira menciona que los medios no les cobran, pero que van con anticipación para prestar un espacio en la radio, donde son recibidos y hacen la promoción de la festividad, concluyendo que esa difusión es para todos, sin importar de que religión sea el público a quien le llega. El papel del párroco es solamente oficiar la misa, pero, que no entra en contacto con los medios, así, como Edwin y Deyanira que se dan a conocer por estos medios, representando a la iglesia, lo que les permite conocer los inconvenientes con esos medios, lo que el párroco desconoce.

Para concluir, el párroco menciona que las nuevas generaciones tienen una mayor interacción con los medios digitales, a través de las redes sociales, en los móviles. Por ello, él busca tener un acercamiento con ellos, también se ha influido a que participen en la festividad, de esa manera los jóvenes son participes. Para Edwin, si hubiera desinterés en las nuevas generaciones, todo eso se dejaría morir, ya que algún joven tendrá el cargo de ser vocero de la iglesia con los medios de comunicación. Mientras tanto, Deyanira considera que hay mayor participación de jóvenes y adolescentes, por el simple hecho de la existencia de grupos de la parroquia. Hay cierto punto de vista en cuanto a los jóvenes, la simple vista que tiene el párroco y tal vez la poca interacción con los más jóvenes, lo hace creer que hay interés, mientras que Edwin tiene una minoría de jóvenes que trabajan con él, al final, Deyanira simplemente ve la existencia de números jóvenes.

CONCLUSIONES

Se llega a la conclusión que la investigación que se realizó fue completa durante su proceso donde obtuvo experiencia con respecto a dicho evento religioso, pues, de algo desconocido que surge a partir de una pregunta tomó forma la investigación, un problema que se logra ver que existe en la sociedad, una sociedad que ha cambiado su forma de comunicación, desde los últimos 10 años. Desde el planteamiento de la investigación, hay una explicación del interés de investigar acerca de la festividad de San Francisco de Asís, hay razón personal con dicho evento, el cual es parte de la religión, pero que también influye en la cultura y tradición de una comunidad.

Una investigación debe de ser delimitada, pues no todo el universo de un problema se puede estudiar, se consideró un territorio geográfico en donde nace el evento que tiene una problemática. Las personas que se planeó analizar, son los habitantes de Tamulté de las Sabanas, del municipio del Centro, del estado de Tabasco. Es un grupo de individuos que forman parte de la religión católica, quienes dan existencia a la festividad, eso se explica al inicio de todo el escrito de la investigación, es decir, las bases que dan dirección al problema y no salirse del margen.

Continuamente, las preguntas de fin de la investigación tratan acerca del proceso de la difusión de la festividad religiosa que se conmemora en la comunidad, donde los medios de comunicación que se usan para difundir dicho evento están en los carteles, radio, periódico, televisión y redes sociales, siendo un proceso de relevancia para las personas donde el mensaje es transmitido.

Otras de las preguntas específicas al inicio de la investigación, fue acerca de la estructura del proceso la difusión, es todo aquello que se vive en la festividad, es decir, las actividades que se realizan en las fechas de mayor interés para la iglesia, punto donde se encuentra un mayor sentimiento espiritual de los feligreses, lo cual es adaptada en la promoción de la festividad de los distintos medios de comunicación.

La difusión de la festividad tiene una organización por un grupo de personas que se encarga de la creación de contenidos multimedios, quienes están a cargo de la elaboración de los mensajes, imágenes y videos, dicho material es compartido en distintos medios, tanto impresos y digital.

Los materiales creados para dar difusión de la celebración del santo, es para todas las personas sin distinción de ideología, religión o etnia.

Por consiguiente, hay cuatro objetivos en la investigación que se desearon alcanzar, los cuales todos se identificaron en el capítulo IV de la investigación, es decir, en la búsqueda de campo. El supuesto que se elaboró al inicio queda por completo descartado, ya que el proceso de difusión de la festividad, no está desvinculado con la forma de comunicación contemporánea, ya que los creadores de contenido de la iglesia buscan adaptar el mensaje en los distintos canales de comunicación que al día de hoy son más usados por grandes grupos de personas, en tal caso, la transmisión de mensaje llega a los jóvenes quienes realmente han modificado la simbolización de la festividad por otras actividades externas a lo religioso.

Para recabar los resultados obtenidos, se usó la técnica cuantitativa y cualitativa, es decir, que la investigación es mixta.

En referencia a la teoría culturologica, la que emplea la escuela de Frankfurt, ya que los medios de comunicación a través de los contenidos culturales, sobre todo, en el religioso, va creando aptitudes de los receptores conforme a lo que dicten los creadores de la difusión de una festividad, mostrando lo que las masas quieren ver, pues se les da.

La festividad está rodeada de individuos que solamente en la fecha de la conmemoración al santo es que se unen a todos los eventos, pero que forman parte de otro mundo cultural, nos mezclándose con lo interno de la iglesia, sino a lo externo, lo que pasa fuera de la celebración de San Francisco de Asís. Ya una de las definiciones de la multiculturalidad es que se da cuando hay una migración de personas de una ciudad a otra, en este caso, cuando personas de otras comunidades aledañas a Villa Tamulté de las Sabanas, llegan como visitantes externos a la festividad para formar parte de la estructura de dicho ritual, que aun así no hay una mezcla.

La parte más exhaustiva sin duda fue lo teórico de todo el texto escrito de la investigación, por la búsqueda de autores y artículos que aborden conforme a los objetivos que tiene la indagación del problema.

Posteriormente a la construcción de todo lo teórico de la investigación, se trabajó con las técnicas de recolección de información, esa parte que sirve de instrumento para descubrir lo desconocido de algo, igual para comprobar los supuestos de una investigación, así como la pauta para dar un paso a los individuos que se desean analizar, lo que ayuda conocer cómo piensan. •

Cabe mencionar que la entrevista se llevó a cabo en tres semanas agenda de los entrevistados y por contingencia de pandemia, el ser responsables en el cuidado de la salud de las personas con la que se tenga conversación física a más de 2 metros. Los resultados de las encuestas fueron divergentes hasta cierto punto de la plática que hubo con los involucrados que aceptaron ser cuestionados con preguntas acerca de la difusión de la festividad de Tamulté de las Sabanas.

Los hallazgos son los siguientes:

De los entrevistados, cada uno desde su perspectiva de estar involucrado en la organización de la festividad y en cuanto a su postura de la difusión que se le da, los tres sujetos con cuerda que los medios de comunicación tienen mucha importancia para hacer promoción de la conmemoración a San Francisco de Asís, que, pues recurren a las fuentes que generan información, la cual a finales del mes de septiembre ya hay visualización de anuncios en distintos medios de comunicación del acercamiento de la fecha solemne al santo. Mientras que de manera individual tienen objetivos distintos con la difusión que se le da a dicho evento, por una parte, el sacerdote recalca mucho la importancia de que haya curiosidad por parte de las personas a cerca de la fe que profesa la religión católica por medio de la celebración, a quienes le llega el anuncio; por medio de la radio, periódico, televisión y redes sociales, hay una autorización por parte del párroco Guillermo con el fin de hacer una evangelización, quien el mismo dijo, dándose entender que la iglesia tiene que sacar provecho de los medios.

Por otra parte, las opiniones de los tres entrevistados acerca de los elementos que lleva la difusión en los medios de comunicación es diversos, pues desde la postura religiosa, ambos concuerdan en los componentes de la difusión, aunque con palabras propias y diferentes, los tres buscan transmitir el cristianismo de la fe católica por medio de los contenidos a través de los canales tradicionales y digitales. El *xoyoman* y el maromo hay una concentración de fe y costumbres, convivencia y armonía entre los participantes, que es lo que cada uno opina a su propio criterio y postura.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
México.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Garde-Sánchez, R., Rodríguez-Bolíva, M., & López-Hernández, A. (2013). Divulgación online de información de responsabilidad social en las universidades españolas1. *Extraordinario*, 35.

Lòpez Roldàn, P., & Fechelli, S. (2015). *Metodologia de la Investigaciòn Social Cuantitativo* (1ra Ediciòn ed.). Barcelona, España: Creative Commons.

Agote, A. P. (2016). LA RELIGIÓN COMO IDENTIDAD COLECTIVA: LAS RELACIONES SOCIOLÓGICAS ENTRE RELIGIÓN E IDENTIDAD. *Papeles del CIEC*, 30.

Alonso, A., & Galán, C. (2014). *La tecnociencia y su divulgación: un enfoque transdisciplinar*. España: Anthropos.

Ameigeiras, A. R. (2014). Siimbolos, rituales religiosos e identidades nacionales. *Clacso*, 246.

Amodio, E. (08 de 03 de 2019). *publicaciones.caf*. Obtenido de publicaciones.caf: <http://publicaciones.caf.com/media/1221/73.pdf>

Arévalo, j. M. (08 de 03 de 2019). *UAM*. Obtenido de UAM: <http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTURA2E.pdf>

Arias, P. (2011). La fiesta patronal en transformación: significados y tensiones en las regiones migratorias Migración y Desarrollo, vol. 9. *Redalyc*, 153-186.

Bernard, F. (2007). El multiculturalismo en el ámbito escolar y su impacto en la sociedad. *Griot*, 58-59.

Bourdieu, P. (1967). Los tres estados del capital cultural. *Sociologia*, 6.

Camarena Adame, M. E., & Tunal Santiago, G. (2009). LA RELIGIÓN COMO UNA DIMENSIÓN DE LA CULTURA. *Nomadas*, 16.

Castrillón, E. P. (2010). Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *Anagramas*, 9(17), 107-116.

Chacón, E. /. (2015). Capital cultural, contexto familiar y expectativas en la educación media. *Universidad de Los Andes*, 14.

Collado, P. M. (20 de 04 de 2019). *Liceus*. Obtenido de Liceus: <https://aprende.liceus.com/claude-levi-strauss/>

- Cruz, D. G. (2013). DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LA RECEPCIÓN ACTIVA . *Razón y palabra*, w7.
- Daniel Quilaqueo R. Hector Torres . (s.f.).
- Daniel Quilaqueo R. Hector Torres . (2013). MULTICULTURALIDAD E INTERCULTURALIDAD:. *Alpha* , 1-16.
- Daniel Quilaqueo R. Héctor Torres C. (2013). "Diversidad cultural: la representación". *Alpha*, 286.
- Eduardo Nivón / Ana María Rosas. (1991). Símbolos y metáforas en el análisis de la cultura. *Alteridades*, 10.
- Enrique, M. S. (1994). Los medios en la cultura y sociedad actual . *Redalyc*, 97-101.
- Fernando Américo/Daniel Pelayo . (2013). El uso de símbolos religiosos en el espacio público en el Estado laico español . *Fundación Alternativas*, 76.
- Ferreiro, V. G. (2003). *Las Ciencias Sociales en la Divulgacion*. México : UNAM.
- Flores de Gortario. (06 de 03 de 2019). *catarina*. Obtenido de catarina.uplam: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/martinez_c_gd/capitulo3.pdf
- Fuentes, M. G. (2012). La Iglesia católica en el espacio público: un proceso de continua adecuación. *Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora*, 17.
- Geertz, C. (08 de 05 de 2019). *Teoria e historia antropologica*. Obtenido de Teoria e historia antropologica: <http://teoriaehistoriaantropologica.blogspot.com/2012/05/clifford-geertz-la-cultura-como-texto.html>
- Gimenez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. 12.
- Gimenez, G. (2019). la cultura como identidad y la identidad como cultura. *UNAM*, 15.
- Gómez, M. R. (2011). *Identidad, cultura e integració*. Bogota, Colombia: Editorial Bonaventuriana.
- Gómez-Heras, J. M. (2014). RELIGIÓN E IDENTIDAD NACIONAL DE ESPAÑA . *La Albolafia* , 16.
- gortari, a. f. (1998). *La Comunicación*. México: FCE.
- GUTIÉRREZ, M. Á., REYES PARRALES , N., & STADTHAGEN GÓMEZ , H. (2013). *EL CAPITAL CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO, UNA APROXIMACIÓN*. Estado de México.
- Herreros, M. C. (2014). *Divulgación audiovisual, multimedia y en red de la ciencia y tecnología* . Quito, Ecu: CIESPAL-ASICIC.

- Humboldt, A. V. (2011). ¿QUÉ SIGNIFICA UN CRUCIFIJO? SÍMBOLOS RELIGIOSOS Y NEUTRALIDAD ESTATAL. *Manuel Gimenez Abad*.
- Jiménez, I. V. (07 de 05 de 2019). *Biblioteca. icap*. (L. E. NUEVAS, Productor) Obtenido de Biblioteca. icap: http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf
- Laing. (08 de 03 de 2019). *gitanos*. Obtenido de gitanos: <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>
- Linares, F. N. (2008). *Los pueblos indígenas de México*. Distrito Federal, México: CDI.
- Lozano, R. P. (2016). El símbolo religioso en el Derecho. Concepto y clases . *Digital Reasons*, 24.
- Malca, H. Q. (2012). *Caballito Blanco un tributo a los dioses de los Yokot'anob*. Distrito Federal: Coleccion danza y musica tradicionales de Tabasco.
- Marín, J. Á. (2009). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS. *Razón y palabra*, 11.
- Monsalve, M. M., & Marín Ochoa, B. (2014). La divulgación científica en la Web, un panorama latinoamericano. *Revista comunicacion* , 35-41.
- Muñoz, M. A. (2018). El PenSaMiento Crítico y sus creencias. *Sophia*, 29.
- Nieto, A. (09 de 03 de 2019). *UNAV*. Obtenido de UNAV: https://www.unav.es/fcom/communication-society/descarga_doc.php?art_id=303
- Ortega, A. B. (2006). LA CELEBRACIÓN INSTITUCIONAL DE FESTIVIDADES RELIGIOSAS. ANÁLISIS EXCLUSIVAMENTE CONSTITUCIONA. *Derecho Politico*, 237-272.
- Quiñónez , H., Guerrer, I., & Rengel , Y. (2014). ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA LA DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN. CASO: UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (TÁCHIRA-VENEZUELA). *Razón y Palabras*, 20.
- Rivero, P. J. (2003). CULTURA E IDENTIDAD. Discusiones teóricas-epistemológicas para la comprensión de la contemporaneidad. *Antropología Experimental*, 109-121.
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernandez Collado, Pilar Baptista Lucio. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Rodríguez, F. D. (2015). Planificación estratégica e inteligencia económica: herramientas de gestión del cambio . En I. E. Estrategicos, *Cuadernos de Estrategia 174 Economía y Geopolítica en un mundo globalizado* (pág. 243). España: Imprenta Ministerio de Defensa.

- Rodríguez, S. J. (2012). LA CERTEZA DE LA CREENCIA RELIGIOSA Y SUS RAZONES. *Scio*, 18.
- Rogel, D. E. (2013). *Medios Impresos*. Ecuador: Ediloja.
- Sampieri, H. (20 de 04 de 2019). *Portafolio académico*. Obtenido de Portafolio académico: <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>
- Sánchez, M., & Pinochet Sánchez, G. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & empresa*, 19(32), 107-135.
- Santiago, J. (2016). LA IDENTIDAD NACIONAL Y LA RELIGIÓN. UN MARCO ANALÍTICO APLICADO AL PAÍS VASCO Y QUEBEC . *Papeles del CEIC*, 25.
- Schmidt, B. (2008). *Regiones, territorio, lenguas y cultura de los pueblos indígenas*. CDMX.
- Semir, V. d. (2015). *Decir la ciencia: Divulgacion y periodismo de Galileo a Twitter* . Barcelona : Edicions Universitat Barcelona.
- Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Redalyc*(35), 152-181.
- Sinning, E. R. (2016). Fiestas religiosas, vida social y excomunión en la ciudad de Santa Marta en el Siglo de las luces. *Universidad Don Bosco*, 19.
- Solís, L. D. (04 de 02 de 2020). *Investigalia*. Recuperado el 25 de 11 de 2020, de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Valdés, T. L. (2004). LAS CREENCIAS RELIGIOSAS Y SU RELACIÓN CON EL PROCESO SALUD-ENFERMEDAD. *Iztacala*, 11}.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona : Paidós.
- ZABALA, L. L. (2016). LAS FESTIVIDADES RELIGIOSAS: “MANIFESTACIONES REPRESENTATIVAS DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL” . *RIIPAC*, 177.

}}

ANEXOS



Foto: Danza del caballito



Foto: Parroquia



Foto: Maromo



Foto: Cartel de difusión



Foto: Juegos mecánicos en la fiesta



Foto: Entrega de promesa

GLOSARIO

Maromo:

Es un rito tradicional que año con año cada una de las familias se viene a reunir cada 31 de diciembre se entregan los tres maromos dedicados a san Francisco de Asís, al cristo del buen viaje y a la virgen del Rosario. Entonces, esas familias se preparan con anticipación, preparan el guarapo, preparan los tamales, todo eso es una convivencia, esa armonía se va el encargado de comunicación o la gente que lo apoya, va y toma las fotos de cómo están haciendo el rezo, como hacen el rezo en lengua yokot'an.

Xoyoman:

Es un momento que se da en la misa de las 12 del día del 4 de octubre es sacar a San Francisco que el 24 es bajado hasta una *Anda*, en el mismo templo, no fuera del templo sino, si se abren “tantito” las puertas, pero es como una especie de cruz; norte, sur, este y oeste pidiendo que; buenos tiempos, pidiendo cosecha, pidiendo que el señor nos bendiga, bendiga al pueblo, esa es la intención.

Danza del caballito blanco:

Esta danza es la lucha del bien contra el mal, y se inscribe dentro de las representaciones de evangelización de la época colonial, pero contiene elementos prehispánicos propios de la cultura originaria, como la música de tamborileros y la máscara tallada. Se presenta durante la fiesta patronal del poblado, el día 4 de octubre, y los danzantes acompañan las ofrendas que los promeseros llevan, en donde dan gracias por la cosecha y la buena pesca alcanzada.