

kénosis

Revista de Ciencias Sociales y Humanas

21

**Territorio en clave social:
una reflexión interdisciplinaria**



kénosis

Revista de Ciencias Sociales y Humanas

Fundada en 2012
Revista de divulgación académica e investigativa
de la Universidad Católica de Oriente

La revista KÉNOSIS es una publicación multidisciplinar, clasificada en el área de ciencias sociales, y tiene como finalidad contribuir al vínculo de la formación profesional con el medio social; pertenece a la Universidad Católica de Oriente –UCO– y realiza una publicación semestral de artículos inéditos obtenidos de procesos de investigación, de revisión o de reflexión académica en ciencias de la educación, teología, humanidades, ciencias políticas, derecho, economía y negocios, geografía social y económica, periodismo y comunicaciones, psicología, sociología, literatura y otras afines.

Al recibir los artículos, KÉNOSIS asume que los autores los han enviado con un comportamiento ético, no han copiado investigaciones de otros autores, sus contribuciones no han sido publicadas anteriormente ni se encuentran simultáneamente sometidas a otros medios. Por tanto, el contenido de los artículos es responsabilidad completa de sus autores. La reproducción de los artículos se rige conforme a lo descrito en <http://creativecommons.org/>



Atribución-Sin Derivar-No comercial: El material puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial ni realizar obras derivadas. Se autoriza la reproducción total o parcial de los artículos de la Revista mencionando la fuente.

Hecho en Colombia / Made in Colombia
Financiación realizada por la Universidad Católica de Oriente.





Canciller UCO y Obispo de la Diócesis de Sonsón Rionegro

Monseñor Fidel León Cadavid Marín

Rector

Pbro. Angel David Agudelo Mesa



Editor de la revista

Dr. Juan Carlos Franco Montoya

Editores invitados

Daniela González García
Magda Yolima Arias Cantor

Coordinación editorial

Fondo Editorial de la Universidad Católica de Oriente

Correctores de estilo

Juan Ricardo Molina Rúa

Diagramación

Angela María Pérez Loffsner

Traducción y edición de resúmenes

Mag. Juan David Murillo Egurrola

COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Andrés Klaus Runge Peña/Universidad de Antioquia, Colombia
Dr. Milton Daniel Castellano Ascencio/Universidad San Buenaventura, Colombia
Dr. Diego Juárez Bolaños/Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México, México
Candidato a Doctor: José Federico Agudelo Torres/Universidad Católica Luis Amigó
Dr. Juan Carlos Franco Montoya/Universidad Católica de Oriente
Mag. Óscar Mauricio Espinoza Henao/México
Dra. Gabriela de la Cruz Flores/Universidad Autónoma de México

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Alexander Hincapié García/Universidad San Buenaventura, Colombia
Mag. Alfredo Manuel Ghiso Cotos/Universidad Católica Luis Amigó, Colombia
Dra. Blanca Nelly Gallardo Cerón/Universidad Católica de Oriente, Colombia
Mag. Sergio Andrés Manco Rueda/Tecnológico de Antioquia
Dr. Juan Carlos Franco Montoya/Universidad Católica de Oriente
Mag. Julián Daniel Acosta Gómez/Universidad Católica de Oriente
Mg. Carlos Andrés Arango Lopera/Universidad de Medellín, Colombia



ÁRBITROS ACADÉMICOS

Agradecemos a todos los académicos que participaron en este número sirviendo como evaluadores de los artículos:

Carlos Andrés Arango Lopera – Universidad de Medellín
Wilber Mejía Toro – Universidad Católica de Oriente (UCO)
Nicolás Armando Herrera Díaz – Universidad de Medellín
Ana Milena Jaimes Fonseca – UNAD
Yajahira Castro Cárdenas – Universidad Católica Luis Amigó
César Alonso Cardona Cano – Universidad de Medellín
Jesús David Matta Santofimio – Universidad Católica de Oriente (UCO)

Contenido

9 EDITORIAL

Daniela González García

ARTÍCULOS

- 14 Perspectivas teóricas del concepto territorio: de las miradas parciales hacia una propuesta integradora y relacional
Theoretical Perspectives on the Concept of Territory: From Partial Views to an Integrative and Relational Proposal
Erney Montoya-Gallego

- 37 Carga laboral y engagement en los trabajadores de compañías de la localidad Chimbote, Perú
Workload and Engagement Among Employees of Companies in Chimbote, Peru
Vanessa Esther Yupanqui-Peche
Gutember Villigran Peralta-Eugenio
Ademar Vargas-Díaz
Iveth Mariella Flores-Flores

- 57 Factores sociolaborales predictores del compromiso organizacional en docentes de instituciones educativas de Chimbote, Perú
Socio-Occupational Factors Predicting Organizational Commitment Among Teachers in Educational Institutions in Chimbote, Peru
Araceli Maura Churano-Montoro
Eva María Castillo-Electo
Gutember Viligran Peralta-Eugenio

84 Los efectos positivos del aprendizaje universitario en adultos mayores durante la jubilación
The Positive Effects of University Learning on Older Adults During Retirement

Ariana Cecilia Donzelli

Silvana María Baró

Sandra Estela Sorbara

100 La construcción de nuevas religiosidades derivadas de los consumos e inclinaciones culturales en los *millennials* y *centennials*
The construction of new religiosities as a result of the consumption and cultural inclinations of Millennials and Centennials Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA)

Leticia Montserrat Cisneros Morales

Fabián Acosta Rico

Georgina Vázquez Herrera

130 Entre montañas: música campesina, comunicación popular y representación de identidades
Among Mountains: Peasant music, Popular communication, and representation of identities

Daniela Gallego Arbeláez

157 Creación de marca ciudad para La Piedad, Michoacán, México
City brand creation for La Piedad, Michoacán, México

Gerardo Rafael Ortega Paredes

Karinme Monserrat Castillo Barajas

Kimberly Galilea Alcalá Navarro



Editorial

Editorial

| DANIELA GONZÁLEZ GARCÍA |

El concepto de territorio es esencial para estudiar la relación entre los seres humanos y su entorno. Esta categoría abarca más allá de la delimitación geográfica o el espacio físico, también entiende las dinámicas culturales, sociales, económicas y políticas. El territorio se convierte en un espacio donde se desarrollan identidades, interacciones y conflictos dentro de la construcción de lo social.

Desde la perspectiva geográfica, el territorio se define por fronteras físicas y administrativas, pero también por la forma en que las comunidades perciben y utilizan el espacio. Las dinámicas de poder y control sobre el territorio son esenciales, ya que inciden en la distribución de recursos, la toma de decisiones y las políticas públicas.

Además, el territorio está intrínsecamente ligado a la identidad, particularmente la cultural. Las tradiciones, las prácticas y la historia de un grupo social están profundamente enraizadas en el espacio que habitan.

En esta edición de la *Revista Kénosis*, el concepto de territorio se presenta como un elemento esencial en el análisis de las dinámicas sociales, culturales y económicas que se dan en el entorno. En este número, exploramos diferentes dimensiones del territorio a través de una serie de artículos que invitan a la reflexión y al diálogo interdisciplinario sobre este.

Comenzamos con "Perspectivas teóricas del concepto territorio: de las miradas parciales hacia una propuesta integradora y relacional". Este artículo realiza un recorrido histórico sobre la conceptualización del territorio desde el siglo XIX, destacando las distintas dimensiones -natural, política, económica y cultural- que han influido en su interpretación.

A través de una postura crítica, se propone un enfoque integrador que articula estas dimensiones, enriqueciendo nuestra comprensión de la complejidad del territorio en el contexto actual.

A continuación, en “Carga laboral y *engagement* en los trabajadores de compañías de la localidad Chimbote, Perú”, se muestra la relación entre la carga laboral y el compromiso de los empleados en un sector específico. Mediante un enfoque cuantitativo, se revela una correlación descendente entre ambos factores, lo que plantea reflexiones sobre el bienestar laboral y la productividad en el contexto de Chimbote, entendiendo los factores laborales y las ocupaciones como aspectos relevantes dentro de la construcción de la territorialidad.

Continuando con el análisis de las dinámicas laborales y su influencia en la construcción territorial, el artículo “Factores sociolaborales predictores del compromiso organizacional en docentes de instituciones educativas de Chimbote, Perú”, analiza cómo factores sociolaborales como la edad, estado civil, tiempo de servicio y condición laboral influyen en el compromiso organizacional de los docentes en Chimbote. Estos elementos son clave para entender la relación entre el entorno laboral y la construcción territorial en las instituciones educativas.

El aprendizaje y su impacto en la vida de las personas mayores son abordados en “Los efectos positivos del aprendizaje universitario en adultos mayores durante la jubilación”. Este artículo presenta los beneficios que la educación superior puede ofrecer a los jubilados, promoviendo un envejecimiento activo y una mayor aceptación de esta etapa de la vida. A través de un estudio de caso en Buenos Aires (Argentina), se destacan las oportunidades que brinda la universidad para la realización de proyectos postergados y la reinversión personal. Este artículo también se enmarca en comprender la ocupación como elemento de la identidad y a su vez del territorio.

La exploración de nuevas religiosidades se presenta en “La construcción de nuevas religiosidades derivadas de los consumos e inclinaciones culturales en los Millennials y *Centennials*”. Este artículo expresa cómo los jóvenes de Guadalajara (Jalisco), y La Piedad (Michoacán), en México,

construyen sus creencias a partir de una amalgama de influencias culturales y religiosas, destacando una pluralidad que refleja un acercamiento más lúdico y flexible hacia la espiritualidad, pero también como las tradiciones y las festividades dadas de generación en generación en un entorno enmarcan las construcciones simbólicas propias del sujeto.

La música, como expresión artística, comunica en los territorios ya que se convierte en un lugar de representación, en el artículo “Entre montañas: música campesina, comunicación popular y representación de identidades”. A través de un estudio fenomenológico en la vereda El Porvenir del municipio del Carmen de Viboral, Antioquia, Colombia; se busca indagar cómo la música refleja las interacciones sociales y la identidad comunitaria, como las letras reflejan la cotidianidad humana y social, evidenciando el papel central de la cultura en la construcción del sentido de pertenencia.

Por último, en “Creación de marca ciudad para La Piedad, Michoacán, México”, se aborda la necesidad de fortalecer la identidad local en un contexto geográfico. Este artículo propone estrategias de comunicación que buscan promover la cultura y tradiciones de La Piedad, contribuyendo a un vincular más a sus habitantes con el espacio que habitan, desde un reconocimiento de sus propiedades simbólicas y sociales.

Desde esta ruta buscamos exponer el *territorio* como una noción fundamental en las ciencias sociales, donde lo entendemos como los límites geográficos, los aspectos sociales y los factores culturales que lo distinguen de otros lugares, tomando como base el entramado de relaciones que las instituciones, organizaciones y personas establecen a partir de sus intereses, necesidades y proyecciones. Es así el territorio un eje articulador de diversos procesos psicosociales, económicos, políticos y culturales donde se expresan las dinámicas territoriales, las transformaciones sociales y la vida en comunidad.





ERNEY MONTOYA-GALLEGO

Magíster en Desarrollo

Universidad Católica de Oriente, Rionegro, Antioquia

Grupo de investigación Communis

emontoya@uco.edu.co



<https://orcid.org/0000-0003-4711-2811>

PERSPECTIVAS TEÓRICAS DEL CONCEPTO TERRITORIO: DE LAS MIRADAS PARCIALES HACIA UNA PROPUESTA INTEGRADORA Y RELACIONAL*

THEORETICAL PERSPECTIVES ON THE CONCEPT
OF TERRITORY: FROM PARTIAL VIEWS TO AN
INTEGRATIVE AND RELATIONAL PROPOSAL

ERNEY MONTOYA-GALLEGO

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 16-11-2023

RESUMEN

El objetivo de este artículo es plantear una reflexión acerca del concepto de territorio desde su surgimiento en el siglo XIX y en el debate que se ha dado en los inicios del siglo XXI, examinando cómo ha sido conceptualizado desde diversas perspectivas y dimensiones y destacando la importancia de una mirada integradora y relacional. Se encontró una notoria amplitud en el abordaje del concepto, el cual está vinculado a la categoría espacio, dentro de cuatro perspectivas teóricas que se pueden agrupar en dos binomios: materialismo-idealismo y espacio-tiempo; se distinguen, a su vez, cuatro dimensiones desde las cuales se ha construido el concepto –natural, política, económica y cultural–, que dan lugar a la interpretación de este en cuatro

** El artículo se desprende del proyecto de investigación titulado "Estado, capital y territorio: el discurso de la planeación en el Altiplano del Oriente Antioqueño entre 1991 y 2012", como trabajo de grado para optar al título de Magíster en Desarrollo, en la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín (Colombia).*

vertientes básicas: naturalista, jurídico-política, economicista y simbólica. Pero, ante las conceptualizaciones sectoriales o fragmentadas, la geografía crítica propone interpretar el concepto territorio desde una mirada integradora y relacional, holística y crítica. En tal sentido, Haesbaert aporta una construcción interdisciplinaria y crítica, que no separa, sino que articula las cuatro dimensiones, ofreciendo así una perspectiva más completa y pertinente para comprender la complejidad del concepto de territorio en la actualidad.

PALABRAS CLAVE

Espacio geográfico, Geografía crítica, Configuración territorial, Territorios-zona, Territorios-red, Apropiación simbólico-cultural, Dominación político-económica.



ABSTRACT

The objective of this article is to propose a reflection on the concept of territory since its emergence in the 19th century and in the debate that has taken place at the beginning of the 21st century, examining how it has been conceptualized from various perspectives and dimensions and highlighting the importance from an integrative and relational perspective. A notable breadth was found in the approach to the concept, which is linked to the space category, within four theoretical perspectives that can be grouped into two binomials: materialism–idealism and space–time; In turn, four dimensions are distinguished from which the concept has been constructed: natural, political, economic and cultural, which give rise to the interpretation of the concept in four basic aspects: naturalist, legal-political, economicist and symbolic. But, in the face of sectoral or fragmented conceptualizations, Critical Geography proposes to interpret the concept of territory from an integrative and relational, holistic and critical perspective. In this sense, Haesbaert provides an interdisciplinary and critical construction, which does not separate but rather articulates the four dimensions, thus offering a more complete and relevant perspective to understand the complexity of the concept of territory today.

KEYWORDS

Geographic Space, Critical Geography, Territorial Configuration, Territories-Zone, Territories-Network, Symbolic-Cultural Appropriation, Political-Economic Domination.

INTRODUCCIÓN

El concepto de territorio ha sido entendido desde varias acepciones con significados variables dependiendo de la perspectiva epistemológica y el enfoque teórico desde el cual se aborde, especialmente desde disciplinas como la geografía, la antropología, la sociología y la economía política. Otro factor que ha influido en los diversos significados que se le atribuyen a este concepto tiene que ver con el contexto histórico y su relación con las dinámicas de poder que han sido dominantes en diferentes épocas. En particular, la reflexión que se ofrece en este artículo se ubica en un contexto histórico que abarca desde el siglo XIX hasta el siglo XXI. En este período, el concepto de territorio ha experimentado una evolución significativa y ha sido objeto de un debate intenso. Inicialmente, en el siglo XIX, el concepto estuvo vinculado estrechamente al poder del Estado, pero este ha ido cambiando al reconocerse la multiplicidad de poderes que influyen en las realidades espaciotemporales, desde aspectos políticos, económicos, culturales y simbólicos.

Según lo anterior, el tema de este artículo se enmarca en un contexto político-económico caracterizado por la transición del siglo XIX al XXI y se sitúa en la era del capitalismo global, donde el territorio juega un papel fundamental en la configuración de la geopolítica de relaciones multidimensionales. Durante este período se ha observado una transformación en la comprensión del territorio, influenciada ya no solo por las dinámicas del poder estatal sino, y quizás en mayor medida, por la creciente influencia del modelo económico capitalista globalizado. Como resultado, la conceptualización del territorio se ha desplazado desde una visión centrada en el Estado hacia un reconocimiento de múltiples poderes que interactúan en el territorio, especialmente dirigido desde las empresas multinacionales. Esto refleja la importancia de entender el territorio como un espacio donde convergen relaciones de poder en diferentes niveles espaciales, lo que tiene implicaciones políticas y económicas significativas.

En cuanto al contexto epistemológico y teórico, diversas disciplinas como la geografía, la antropología, la sociología y la economía política han contribuido a la conceptualización de la noción de territorio desde múltiples perspectivas. La diversidad de enfoques que se han dado refleja una interacción constante entre las perspectivas materialistas e idealistas, así como entre la dimensión física y la dimensión simbólica del territorio; esto ha dado lugar a miradas parciales, ya sea desde la dimensión natural, la económica, la política o la cultural. Como se verá, en este artículo la propuesta es reconocer la importancia de considerar el territorio desde una mirada integradora y relacional que abarque todas estas dimensiones, lo que ha llevado a repensar las relaciones de poder y la influencia del capitalismo global en la configuración de territorios en la actualidad.

Dicha propuesta tiene un sentido claro: invitar a superar la fragmentación en la definición del concepto de territorio y a promover una comprensión integral que incluya aspectos económicos, políticos, culturales y simbólicos. Desde una perspectiva interdisciplinaria y crítica esto refleja la necesidad de construir una conceptualización que tenga en cuenta las complejas interacciones entre sociedad y espacio geográfico, así como la relevancia de entender el territorio como un proceso de dominio político-económico y apropiación simbólico-cultural, en el cual las relaciones de poder desempeñan un papel central.

En términos generales, los antecedentes teóricos para una reflexión acerca de esta conceptualización se remontan al siglo XIX, cuando el etnohistoriador y geógrafo alemán Federico Ratzel formuló el concepto de territorio en relación con el Estado y los recursos naturales. A lo largo del siglo XX, la conceptualización del territorio experimentó cambios significativos, incluyendo el predominio del concepto de región propuesto por la escuela francesa de geografía en las décadas de 1950 y 1960. Sin embargo, a partir de los años setenta, resurgió el interés por el concepto de territorio y su relación con el poder. Además, la reflexión que acá se propone se apoyó en las contribuciones de académicos como Raffestin, Becker y Santos, quienes en las décadas de 1980 y 1990 desafiaron la visión unidimensional del territorio

como dominio exclusivo del Estado, y destacaron la presencia de múltiples poderes, incluyendo, por ejemplo, el de las empresas multinacionales. Estos antecedentes demuestran la evolución y complejidad de la conceptualización del territorio a lo largo del tiempo, así como la importancia de considerar su dimensión material y simbólica, al igual que las relaciones de poder en el contexto actual del capitalismo global.

La relevancia de estudiar el concepto de territorio en dicho contexto se relaciona estrechamente con las diferentes perspectivas del desarrollo presentes en la literatura académica. En primer lugar, desde una perspectiva económica, el territorio es considerado un recurso esencial para el desarrollo, ya que alberga recursos naturales y facilita la producción y la distribución de bienes. Esta visión tradicional a menudo se asocia con enfoques de desarrollo orientados al crecimiento económico y la explotación de recursos. Pero, desde una perspectiva más amplia, el territorio se concibe como un espacio donde se entrelazan dimensiones económicas, políticas, culturales y simbólicas. La concepción desde una visión integral del territorio es fundamental en enfoques de desarrollo que buscan una comprensión más completa de la dinámica socio-simbólica y espacial. En este contexto, se reconoce que el desarrollo no puede limitarse al crecimiento económico, sino que debe abordar cuestiones de equidad, sistematicidad, identidad cultural, ética y relaciones de poder horizontales en el territorio. Es decir, el concepto de territorio se relaciona con enfoques de desarrollo que van desde una perspectiva exclusivamente económica hasta una visión más holística que considera las dimensiones multifacéticas de la sociedad y el espacio geográfico en los procesos de desarrollo.

Con base en todo lo anterior, el objetivo principal de este artículo de reflexión es analizar y comprender la evolución y la complejidad del concepto de territorio a lo largo de la historia, examinando cómo ha sido conceptualizado desde diversas perspectivas y dimensiones y destacando la importancia de una mirada integradora y relacional para comprender las relaciones de poder y la influencia del sistema capitalista globalizado en la configuración de los territorios.

METODOLOGÍA

El presente artículo corresponde a una parte del referente teórico del proyecto de investigación titulado “Estado, capital y territorio: el discurso de la planeación en el Altiplano del Oriente Antioqueño entre 1991 y 2012”, presentado por el autor como trabajo de grado en la Maestría en Desarrollo, de la Universidad Pontificia Bolivariana, de Medellín. La metodología utilizada para la construcción teórica fue la investigación documental a partir de una revisión bibliográfica pertinente y de carácter crítico: pertinente en cuanto a la categoría teórica de territorio, asumida como la dimensión material o geográfica sobre la que los agentes del capital ejercen su proceso de dominio político-económico mediante la planeación como forma de instrumentalización y racionalización del desarrollo; y de carácter crítico en correspondencia con la perspectiva del proyecto de investigación.

Para la organización de los resultados de la revisión teórica se utilizó una matriz de registro en la cual se consignó la información encontrada. Esto favoreció el análisis, tanto desde lo histórico, como desde lo teórico, del concepto central (territorio) y, de esta manera, se pudo clasificar las diferentes perspectivas desde las cuales se ha abordado.

LAS PERSPECTIVAS PARCIALES ACERCA DEL CONCEPTO DE TERRITORIO

El concepto de territorio ha desencadenado un intenso debate en los inicios del siglo XXI. Sin embargo, el origen del concepto data del siglo XIX. A este debate se le agregan las discusiones alrededor de nociones como *desterritorialización*, *reterritorialización* y *multiterritorialidad*, todas relacionadas directamente al concepto de territorio. En la cuestión intervienen disciplinas como la geografía (tanto política como cultural), la antropología, la sociología y la economía política, entre otras. Sin embargo, le antecede un amplio periodo de conceptualización iniciado desde el siglo XIX por Federico

Ratzel. Frente a esto, Schneider y Peyré sugieren que, en la actualidad, “el concepto de territorio está relacionado directamente con la idea de poder de Ratzel en el siglo XIX” (2006, p. 79); de hecho, este autor es quien propone un concepto de territorio en estrecha relación con el Estado. Para él, el territorio “es una parcela de la superficie terrestre apropiada por un grupo humano, que tendría una necesidad imperativa de un territorio con recursos naturales suficientes para su poblamiento, los cuales serían utilizados a partir de las capacidades tecnológicas existentes” (Schneider y Peyré, 2006, p. 73). Sin embargo, el concepto de territorio pasó a un segundo plano luego de que se impusiera el de región, otro concepto más operacional que el de espacio. El predominio del concepto de región, que surgió de las propuestas teóricas de la escuela francesa de geografía, tuvo mayor aceptación hasta comienzos de los años setenta, década en la cual resurge el interés por formular el concepto de territorio.

No obstante, la conceptualización que se hace en la década del setenta retoma un concepto de territorio todavía en relación con el Estado: “El territorio para los geógrafos es una parte del espacio definida por límites (líneas), que posee un sistema de leyes y una unidad de gobierno” (Schneider y Peyré, 2006, p. 74). Esta situación, que establece una limitación al proceso de comprensión de la realidad, empieza a configurar el debate acerca del concepto. En los años ochenta, un autor que realiza aportes significativos a este debate es Raffestin (1993), quien critica esa unidimensionalidad de la geografía y propone una perspectiva contraria a la de Ratzel, en la que busca demostrar que sobre el territorio se imponen varios poderes, no solo el del Estado. El autor defiende la idea de que las relaciones de poder provienen de numerosas fuentes, cada una de las cuales posee sus propias intencionalidades. En consecuencia, tales intencionalidades inciden de diversas formas sobre las acciones de planificación que se realicen en el territorio.

Raffestin influyó notoriamente en el pensamiento y las formulaciones de la escuela brasileña de geografía, varios de cuyos autores representativos –Becker y Santos, a quienes se suma recientemente Haesbaert, un autor relevante para esta reflexión por su perspectiva integradora y relacional–

retomaron su análisis acerca del territorio e intensificaron el debate en las décadas de los años ochenta y noventa. Valiéndose de la obra de Raffestin, Becker (1983) establece una postura crítica frente a la idea de que el poder estatal es el único poder que se genera sobre el territorio; además de comprobar que sobre el territorio se imponen múltiples poderes, la geógrafa brasileña destaca que las empresas multinacionales, de forma ventajosa y para satisfacer sus propios intereses, están enfrentando el poder del Estado. Frente a esta multidimensionalidad del poder, la autora afirma que “el espacio retoma su fuerza y se recupera la noción de territorio. Se trata, pues, ahora de una geopolítica de relaciones multidimensionales de poder en diferentes niveles espaciales” (Becker, 1983, p. 7).

A las formulaciones de esta autora se suman los planteamientos de Milton Santos, quien inicia sus conceptualizaciones a partir del concepto de espacio geográfico, al cual define como un “conjunto indisoluble, solidario, y también contradictorio, de sistemas de objetos y sistemas de acciones, no considerados aisladamente, sino como el contexto único en el que se realiza la historia” (Santos, 2000, p. 54). En esta noción, los objetos son considerados producciones técnicas, tales como represas, centrales hidroeléctricas, aeropuertos, carreteras, ciudades, fábricas, urbanizaciones, etc.; a su vez, las acciones pueden ser de carácter técnico (interacciones exigidas por la técnica), formal (procesos formales de carácter económico o jurídico, por ejemplo) o simbólico (rituales y modos emocionales de interacción). En ese sentido, cuando el autor dice que tanto objetos como acciones no se pueden considerar de forma separada, lo que quiere dar a entender es que “los objetos no tienen realidad filosófica, es decir, no nos permiten el conocimiento si los vemos separados de los sistemas de acciones. Los sistemas de acciones tampoco permiten el conocimiento sin los sistemas de objetos” (Santos, 2000, p. 54). Entonces, ambos interactúan llevando a transformar el espacio geográfico. Mediante sus aportaciones, Santos busca redefinir la importancia de la geografía en el contexto actual, cuya categoría central continúa siendo el espacio, pero sobre todo el proceso de su configuración social, su estructura y su funcionamiento. En esa intención,

Santos (2000) propone una cuidadosa revisión de las categorías de análisis que ofrece el espacio geográfico, como él lo denomina. De ese exhaustivo ejercicio emergen categorías como configuración territorial, espacio producido o productivo y formas-contenido en un contexto dialéctico local-global. Al considerar el espacio geográfico como forma-contenido, Santos (2000) señala que el devenir histórico y dinámico de la sociedad –en el que convergen relaciones de reproducción, de interdependencia y funcionales, entre otras– ha ocasionado un proceso de transformación en las configuraciones territoriales y materiales del espacio; con ello, el autor también admite la relevancia del tiempo como impulsor de la globalización.

Tras proponer su noción de espacio, además de determinar las categorías de análisis y reconocer la cuestión ontológica de los vínculos entre las relaciones sociales y el espacio geográfico, Santos (2000) busca revisar sus aportes teóricos en el contexto histórico contemporáneo, en relación con el espacio geográfico. En ese ejercicio emergen nociones como unidades, horizontalidades y verticalidades, entre otras. Con respecto a las unidades, Santos (2000) plantea:

El entendimiento de la estructura y funcionamiento del mundo pasa por la comprensión del papel del fenómeno técnico, en sus manifestaciones actuales, dentro del proceso de producción de una inteligencia planetaria. Entre estas manifestaciones queremos destacar la emergencia de una unidad técnica, de una unidad del tiempo (con la convergencia de los momentos) y de una unidad del motor de la vida económica y social. Esas tres unidades son la base del fenómeno de globalización y de las transformaciones contemporáneas del espacio geográfico. (p. 159)

Las nociones de horizontalidades y verticalidades son amplias en el análisis que propone Santos. Pero, cuando el autor define el territorio como el principal soporte del mercado, especialmente en un modelo dominante de democracia de mercado, tal idea de territorio se asume como soporte de redes “que transportan las verticalidades, es decir, reglas y normas

egoístas y utilitarias (desde el punto de vista de los actores hegemónicos), mientras que las horizontalidades tienen en cuenta la totalidad de los actores y de las acciones” (Santos, 2000, p. 219). Pero las horizontalidades también hacen alusión a las “extensiones formadas de puntos que se agregan sin discontinuidad, como en la definición tradicional de región” (p. 239), mientras que las verticalidades tienen que ver con “puntos en el espacio que, separados unos de otros, aseguran el funcionamiento global de la sociedad y de la economía” (p. 239).

Mediante estas nociones, Santos devela que, en la actual determinación de las regiones, ya no aplica la solidaridad orgánica, condición de toda realidad regional; en cambio, lo que se evidencia, según el autor, son solidaridades organizacionales: “las regiones existen porque sobre ellas se imponen ordenamientos organizacionales, creadores de una cohesión organizacional basada en racionalidades de orígenes distantes” (Santos, 2000, p. 240). Agrega que las verticalidades generan interdependencias, las cuales son jerárquicas y sujetas al control:

La jerarquía se realiza por medio de órdenes técnicas, financieras, políticas, que constituyen la condición de funcionamiento del sistema. La información, particularmente al servicio de las fuerzas económicas y del Estado, es el gran regidor de las acciones que definen las nuevas realidades espaciales. (Santos, 2000, p. 240)

El autor plantea que en la actualidad la tendencia es la conexión vertical de los lugares, lo que facilita el establecimiento de redes que, en últimas, favorecen al capital transnacional y a la imposición de las intencionalidades de la racionalidad dominante, las cuales se ven favorecidas por la consolidación del medio técnico-científico-informacional. Sin embargo, la amplitud y complejidad del concepto de espacio, hecho que lo torna poco operacional para la presente reflexión, acarrearán que sea preciso llegar al concepto de territorio, una categoría teórica más pertinente para el objetivo de este artículo.

Como se dijo al inicio de este apartado, a comienzos del siglo XXI no solo se dinamiza el debate acerca del concepto de territorio sino también de conceptos como desterritorialización, reterritorialización y multiterritorialidad. En cuanto a la noción de territorio, el presente estudio se apoya en los aportes que hace Haesbaert (2011) al debate. Este geógrafo brasileño realizó una sistematización en la cual distingue las cuatro dimensiones desde las cuales se ha construido el concepto: natural, cultural, política y económica. Estas dimensiones, a su vez, dan lugar a la interpretación del concepto de territorio en cuatro vertientes básicas: naturalista, política (o jurídico-política), cultural y económica (Haesbaert, 2011, p. 40). Luego de evidenciar la amplitud del concepto de territorio, Haesbaert propone ubicar el concepto (aclarando que este se encuentra ligado a una categoría mayor: el espacio) dentro de cuatro perspectivas teóricas, agrupadas en dos binomios: materialismo–idealismo y espacio–tiempo (Haesbaert, 2011, p. 41). El autor, sin embargo, deja claro desde un principio que su opción de comprensión del concepto es desde la geografía y desde una visión integradora y relacional, “que vê a territorialização como o processo de domínio (político-econômico) e/ou de apropriação (simbólico-cultural) do espaço pelos grupos humanos¹” (p. 16).

Así pues, la polisemia del concepto se entiende en la medida en que esta noción es abordada desde diversas perspectivas teóricas que marcan énfasis en formas diferentes de la relación sociedad–naturaleza: la materialidad del territorio, relaciones de poder vinculadas al concepto de Estado, como base de la producción, la dimensión simbólica, las relaciones sociales y la construcción de identidades. Haesbaert (2011) recopila estas nociones en cuatro vertientes: naturalista (comportamiento del hombre en relación con su ambiente físico); política o jurídico-política (relaciones espacio-poder en general o institucionalizadas); cultural o simbólico-cultural (apropiación/valorización simbólica del espacio vivido); y económica (fuente de recursos).

1 “que ve la territorialización como el proceso de dominación (político-económica) y/o apropiación (simbólico-cultural) del espacio por parte de los grupos humanos” [traducción libre del autor].

Posteriormente, Haesbaert (2002, citado en Haesbaert, 2011), señala que la comprensión del concepto dependerá de la mirada epistemológica o filosófica desde la cual se observe el territorio, por lo cual, propone que en el binomio materialismo-idealismo se puede optar por visiones parciales – en la medida que enfatiza en una sola de las dimensiones– o en una mirada integradora –en la que se condensan a través del espacio las dimensiones natural, económica, política y cultural–. Por otra parte, que, a partir del binomio espacio-tiempo, el concepto se puede entender ya por su carácter relacional o ya por su historicidad y geograficidad. Además, agrega, como ejemplo, que desde el materialismo dialéctico se defiende un concepto de territorio que “i) privilegia sua dimensão material, sobretudo no sentido econômico; ii) aparece contextualizada historicamente; e iii) define-se a partir das relações sociais nas quais se encontra inserido, ou seja, tem um sentido claramente relacional”² (Haesbaert, 2011, pp. 41-42).

EL TERRITORIO: HACIA LA NOCIÓN INTEGRADORA Y RELACIONAL DE HAESBAERT

Según la clasificación que hace Haesbaert (2011) desde el criterio epistemológico, en el binomio materialismo-idealismo, el predominio recae en la perspectiva materialista: la razón estriba en que, de forma recurrente, el territorio ha estado más vinculado al espacio físico; es decir, prima el carácter de realidad físico-material, la cual también relaciona el territorio con las relaciones económicas o de producción. Según el autor, entre las posiciones materialistas aparecen, en un extremo, las posiciones naturalistas que reducen la territorialidad a su carácter biológico; en el otro extremo la perspectiva social que considera la base material –en especial las relaciones de producción– como el fundamento para comprender la organización del territorio; y, en un punto intermedio, aparece la comprensión del territorio como fuente de recursos.

2 “i) privilegia su dimensión material, especialmente en el sentido económico; ii) aparece históricamente contextualizado; y iii) se define en función de las relaciones sociales en las que se inserta, es decir, tiene un significado claramente relacional” (traducción libre del autor).

Las concepciones naturalistas toman fuerza y sentido a partir de la relación sociedad-naturaleza porque en ese híbrido se establece la relación entre el comportamiento del hombre según su ambiente físico. Haesbaert (2011) encuentra que en esta concepción es recurrente encontrar afirmaciones, sobre todo desde la biología y la etología, según las cuales el hombre establece una relación con el espacio físico muy semejante a la que establecen los animales: lo que algunos llaman territorialidad animal. Esta analogía, sin embargo, no es muy aceptada desde la geografía y la antropología por la falta de datos objetivos en cuanto al estudio de la conducta de los animales. A su vez, el autor encuentra que, desde la concepción de base económica, se ve el territorio "como área 'defendida' em função da disponibilidade e garantia de recursos necessários à reprodução material de um grupo"³ (Haesbaert, 2011, p. 56); en ese sentido, agrega que Milton Santos provee la concepción teórica más sólida al afirmar que el uso económico es el que define el territorio y que este no se debe entender solo como territorios-zona sino también como territorios-red, funcionalizados y conectados mediante flujos de información ligados a "os procesos econômicos, especialmente a dinâmica capitalista do meio técnico-científico informacional"⁴ (Haesbaert, 2011, p. 61). Por último, en la perspectiva materialista también se ubica la concepción jurídico-política de territorio, según la cual este último está definido a partir de los fundamentos materiales del Estado; "esta concepção acaba de alguma forma se aproximando daquela que, valorizando a dimensão econômica, vê o território como fonte de recursos para a reprodução da sociedade"⁵ (Haesbaert, 2011, p. 66).

3 "como zona 'defendida' en función de la disponibilidad y garantía de los recursos neCésarios para la reproducción material de un grupo" (traducción libre del autor).

4 "los procesos económicos, especialmente la dinámica capitalista del entorno técnico-científico informacional" (traducción libre del autor).

5 "esta concepción termina acercándose de algún modo a aquella que, valorando la dimensión económica, ve el territorio sólo como fuente de recursos para la reproducción de la sociedad" (traducción libre del autor).

Ubicados ya en las perspectivas idealistas, Haesbaert identifica nociones del concepto de territorio desde concepciones antropológicas, enmarcadas en las relaciones simbólicas y culturales entre los miembros de las sociedades y sus espacios, relaciones más de identificación y pertenencia que de apropiación material. Agrega que el énfasis en los aspectos de orden simbólico lleva a hablar, más que de territorio, de territorialidad y de identidad territorial. Pero reconoce que estas concepciones no agotan todas las características del territorio, por lo que “o território carregaria sempre, de forma indissociável, uma dimensão simbólica, ou cultural em sentido estrito, e uma dimensão material, de natureza predominantemente econômico-política”⁶ (Haesbaert, 2011, p. 74).

Entonces, aunque reconoce que la noción de territorio que se asuma siempre dependerá de la perspectiva epistemológica desde la cual se aborde, Haesbaert (2011) plantea que es una equivocación separar las diferentes esferas desde las que se ha definido el concepto. Si bien el autor hace una clasificación teórica del concepto de territorio en las binas materialismo-idealismo y espacio-tiempo, o en las vertientes naturalista, jurídico-política, simbólico-cultural y económica, también explica que se trata de una taxonomía que permite identificar las diversas formas en que se ha construido el concepto y los recortes disciplinarios desde la etología, la biología, las ciencias políticas y la antropología, entre otras. Pero, finalmente, propone una mirada integradora y relacional, porque queda claro que la noción de territorio se ha conceptualizado de forma sectorial o fragmentada, situación que es neCésario replantear.

La propuesta de Haesbaert –en este caso desde la Geografía– responde a la necesidad de entender el territorio desde una mirada integradora que incluya en su definición tanto la dimensión natural como la política, la económica y la cultural, “pois não há vida sem, ao mesmo tempo, atividade econômica, poder político e criação de significado, de cultura”⁷ (Haesbaert, 2011, p. 79). El autor

6 “el territorio incluiría siempre, de manera inseparable, una dimensión simbólica, o cultural en sentido estricto, y una dimensión material, de carácter predominantemente económico-político” (traducción libre del autor).

7 “porque no hay vida sin, al mismo tiempo, actividad económica, poder político y creación de sentido, de cultura” (traducción libre del autor).

admite que esta perspectiva integradora exige una estructuración en red de los territorios que sobrepasa la lógica de los territorios-zona. "Fica evidente neste ponto a necessidade de uma visão de território a partir da concepção de espaço como um híbrido (...) entre sociedade e natureza, entre política, economia e cultura, e entre materialidade e 'idealidade', numa complexa interação tempo-espaço"⁸ (Haesbaert, 2011, p. 79).

Adicionalmente, la construcción del concepto de territorio desde la mirada relacional señala que tal conceptualización tiene fundamento en las relaciones sociales-históricas que, según Haesbaert, son relaciones de poder. Desde esta óptica, el autor busca superar la fragmentación que se ha evidenciado en la definición del concepto a partir de lo que él denomina "as forças racionalizadoras do 'Logos', vinculado à dominação, e as forças mais subjetivas do 'Eros', vinculado à apropriação"⁹ (Haesbaert, 2011, p. 95). En una obra anterior, el autor ya había propuesto una diferenciación entre dominio y apropiación del territorio:

O território envolve sempre, ao mesmo tempo (...) uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais, como forma de "controle simbólico" sobre o espaço onde vivem (sendo também, portanto, uma forma de apropriação), e uma dimensão mais concreta, de caráter político-disciplinar: a apropriação e ordenação do espaço como forma de domínio e disciplinarização dos indivíduos¹⁰ (Haesbaert, 1997, p. 42).

8 "Es evidente en este punto la necesidad de una visión del territorio basada en la concepción del espacio como un híbrido (...) entre sociedad y naturaleza, entre política, economía y cultura, y entre materialidad e 'idealidad', en una interacción compleja que se da en el tiempo-espacio" (traducción libre del autor).

9 "las fuerzas racionalizadoras del 'Logos', ligadas a la dominación, y las fuerzas más subjetivas del 'Eros', ligadas a la apropiación" (traducción libre del autor).

10 "El territorio siempre implica, al mismo tiempo (...) una dimensión simbólica, cultural, a través de una identidad territorial atribuida por los grupos sociales, como una forma de 'control simbólico' sobre el espacio donde viven (también, por tanto, una forma de apropiación), y una dimensión más concreta, de carácter político-disciplinaria: la apropiación y ordenamiento del espacio como forma de dominación y disciplinarización de los individuos" (traducción libre del autor).

Las fuerzas racionalizadoras del logos están vinculadas, según la lectura que el autor hace de Lefebvre, con el dominio del territorio, su invención, clasificación y transformación técnica mediante el saber y el poder, y agrega que entre los agentes que ejercen esta fuerza están el Estado, las empresas, las instituciones y corporaciones. Otra clasificación de estos agentes es la que ofrece Corrêa Lobato (2002): el Estado, los grandes industriales, los propietarios fundiarios y los promotores inmobiliarios, cada uno de los cuales realiza acciones enmarcadas en estrategias que les permite transformar el espacio para reproducir el capital e imponer el valor de cambio sobre el valor de uso.

A su vez, las fuerzas subjetivas del eros, vinculadas con la apropiación del territorio, están relacionadas más con el deseo que con la necesidad y son ejercidas por las comunidades y las élites y sus respectivas formas de autogestión del territorio (Haesbaert, 2011). El autor busca llevar a entender que el territorio, como resultado de la relación de dominación y apropiación del espacio por parte de la sociedad, se despliega en un proceso que va desde la dominación político-económica más “concreta” y “funcional” tanto de los sectores privados como del sector público, hasta la apropiación más subjetiva y/o simbólico-cultural por parte de los actores sociales.

Embora seja completamente equivocado separar estas esferas, cada grupo social, classe ou instituição pode “territorializar-se” através de processos de caráter mais funcional (econômico-político) ou mais simbólico (político-cultural) na relação que desenvolvem com os “seus” espaços, dependendo da dinâmica de poder e das estratégias que estão em jogo.¹¹ (Haesbaert, 2011, pp. 95-96)

Con lo anterior, el autor explica que el territorio, asumido como una mediación espacial del poder (Haesbaert, 2011, p. 93), es el resultado de la interacción de las diferentes dimensiones de ese poder; es decir, de las

11 “Ahora bien, es completamente erróneo separar estas esferas, porque cada grupo social, clase o institución puede ‘territorializarse’ mediante procesos de carácter más funcional (económico-político) o más simbólico (político-cultural) en la relación que desarrolla con ‘sus’ espacios, dependiendo de las dinámicas de poder y las estrategias que estén en juego allí” (traducción libre del autor).

relaciones de poder ejercidas tanto desde la dimensión política como de la dimensión simbólica, pasando por las relaciones de carácter económico estrechamente vinculadas con la vertiente jurídico-política. Con ello afirma que no es posible separar el poder político del poder simbólico –y, por tanto, separar la dominación de la apropiación– puesto que “uma noção de território que despreze sua dimensão simbólica, mesmo entre aquelas que enfatizam seu caráter eminentemente político, está fadada a compreender apenas uma parte dos complexos meandros dos laços entre espaço e poder”¹² (Haesbaert, 2011, pp. 92-93). Sin embargo, reconoce que es la dominación político-económica la que en últimas se impone. Admite con Lefebvre que, aunque la dominación y la apropiación del espacio deberían caminar juntas, esto no se da porque “a história (aquela da acumulação) é também a história da sua separação, da sua contradição”¹³ (Lefebvre, 1986, citado en Haesbaert, 2011, p. 96).

Cuando este autor menciona la historia de la acumulación, en alusión al sistema del capital, como la causante de la separación o contradicción entre los procesos de dominación y de apropiación del territorio –y, a la larga, de que en la fase actual del capitalismo se imponga la dominación político-económica– nos permite establecer un puente entre esta concepción del territorio y la correlación entre economía y política o entre capital y Estado. Esa correlación llevará a entender que la conjunción de agentes políticos y económicos en un ámbito geográfico o escala territorial configura el “andamiaje geográfico del capitalismo”, según lo propone González (2005, párr. 14), andamiaje geográfico que, a su vez, está relacionado con las transformaciones del espacio geográfico para responder a las necesidades y exigencias del capitalismo, el cual presiona la construcción y reconstrucción de una geografía moldeada para la reproducción del capital (Harvey, 2003).

12 “una noción de territorio que ignore su dimensión simbólica, incluso una noción que enfatice solamente su carácter político está destinada a comprender sólo una parte de las complejidades de los vínculos que existen entre espacio y poder” (traducción libre del autor).

13 “la historia (la de la acumulación) es también la historia de su separación, de su contradicción” (traducción libre del autor).

La actual fase de capitalismo global está imponiendo la constitución de formas territoriales que conjugan “aglomeraciones urbano regionales, instituciones estatales y la economía global” (González, 2005, párr. 20). Tal andamiaje geográfico del capitalismo moviliza su poder político-económico en el territorio, que se entiende en esta reflexión desde la perspectiva integradora y relacional propuesta por Haesbaert (2011), en la que se concibe la construcción del territorio como el proceso de dominio político-económico y de apropiación simbólico-cultural del espacio por los grupos humanos. Esta perspectiva integradora estará complementada por la comprensión del territorio desde el materialismo dialéctico, pues se privilegia la dimensión material (económica), el contexto histórico está demarcado y tiene en cuenta las relaciones sociales en las que está inserto.

CONSIDERACIONES FINALES

El concepto de territorio ha sido objeto de un intenso debate en el siglo XXI, pero su origen se remonta al siglo XIX. A lo largo de este período se ha conceptualizado desde diversas perspectivas, incluyendo las dimensiones natural, cultural, política y económica, lo que ha llevado a la polisemia del concepto. A lo largo de la historia, el territorio ha estado estrechamente relacionado con el poder, especialmente con el poder del Estado. Sin embargo, en las últimas décadas, se ha reconocido que sobre el territorio se imponen múltiples poderes, no solo el del mismo Estado, lo que ha llevado a una geopolítica de relaciones multidimensionales de poder. La relación entre el territorio y el capitalismo global es fundamental, ya que el poder político-económico se moviliza en el territorio para configurar formas territoriales que respondan a las necesidades y exigencias del capitalismo, lo que refuerza la importancia de comprender el territorio desde una perspectiva integradora y relacional.

La relevancia de estudiar las diferentes perspectivas de abordaje del concepto de territorio en la era del gobierno de las corporaciones globales de la economía radica en comprender cómo estas entidades

influyen y moldean el territorio a nivel mundial. En un contexto donde las corporaciones transnacionales desempeñan un papel central en la toma de decisiones económicas y políticas, es esencial analizar cómo ejercen su poder sobre el territorio, ya sea a través de la explotación de recursos naturales, la imposición de regulaciones comerciales o la configuración de cadenas de suministro globales. Esto permite una comprensión más profunda de las dinámicas de poder que afectan a las comunidades locales y nacionales en un mundo cada vez más interconectado.

En contraste, la perspectiva sociopolítica latinoamericana ofrece una visión crítica y contextualizada del territorio, destacando las luchas de las comunidades locales y los movimientos sociales frente a las influencias externas. Esta mirada considera la importancia de la identidad cultural, la justicia social y la autonomía de las comunidades en la construcción y gestión de su territorio. En un momento en que las corporaciones globales a menudo buscan maximizar sus ganancias a expensas de los intereses locales, esta perspectiva pone de relieve la necesidad de empoderar a las comunidades y promover un desarrollo endógeno y equitativo que tenga en cuenta las dimensiones culturales y simbólicas del territorio, y no solamente las económicas y público-políticas. En conjunto, el estudio de estas perspectivas en contraposición ofrece una comprensión más completa de los desafíos y oportunidades que enfrentan las sociedades en la era de la globalización económica.

De ahí que la búsqueda y construcción interdisciplinaria y crítica de un concepto de territorio, entre ellas la propuesta de una mirada integradora y relacional como la de Haesbaert, que abarque todas las dimensiones y relaciones de poder, ofrecería una perspectiva más completa y pertinente para comprender la complejidad del concepto de territorio en la actualidad.

REFERENCIAS

- Becker, B. K. (1983). O uso político do território: questões a partir de uma visão do terceiro mundo. En: B. K Becker, R. Costa y C. Silveira (Org.), *Abordagens políticas da espacialidade*. UFRJ.
- Corrêa Lobato, R. (2002). *O espaço urbano*. 4ª Ed. Ática.
- González, S. (2005). La geografía escalar del capitalismo actual. *GeoCrítica / Scripta Nova revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 9 (189). <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-189.htm>
- Haesbaert, R. (2011). *O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios a multiterritorialidade*. 6ª Ed. Bertrand Brasil.
- Harvey, D. (2003). *Espacios de esperanza*. Akal.
- Raffestin, C. (1993). *Por uma geografia do poder*. Ática.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio: Técnica y tiempo. Razón y emoción*. Trad. de María Laura Silveira. Ariel.
- Schneider, S. y Peyré, I. G. (2006). Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales. En M. Manzanal, G. Neiman, y M. Lattuada (Org.), *Desarrollo Rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio*. Ciccus.





VANESSA ESTHER YUPANQUI-PECHE

Licenciada en Psicología

Universidad César Vallejo

vanessayupanqui0814@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-9251-8725>

GUTEMBER VILLIGRAN PERALTA-EUGENIO

Magister en Intervención Psicológica

Universidad César Vallejo

gperaltae@ucvvirtual.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-1177-6088>

ADEMAR VARGAS-DIAZ

Magister en Docencia e Investigación Universitaria

Universidad César Vallejo

ademarvargasd@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-5192-3161>

IVETH MARIELLA FLORES-FLORES

Doctora en Psicología

Universidad César Vallejo

iflores@ucv.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0003-1838-0390>

CARGA LABORAL Y ENGAGEMENT EN LOS TRABAJADORES DE COMPAÑÍAS DE LA LOCALIDAD CHIMBOTE, PERÚ

WORKLOAD AND ENGAGEMENT AMONG
EMPLOYEES OF COMPANIES IN CHIMBOTE, PERU

VANESSA ESTHER YUPANQUI-PECHE
GUTEMBER VILLIGRAN PERALTA-EUGENIO
ADEMAR VARGAS-DIAZ
IVETH MARIELLA FLORES-FLORES

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 14-11-2023

RESUMEN

La presente investigación se centra en identificar la conexión entre carga laboral y el *engagement* en los trabajadores de compañías del sector de ventas de la localidad de Chimbote, Perú. La investigación se basó en un enfoque básico y cuantitativo además de presentar un diseño no correlacional simple; también presenta un corte transversal, ya que transcurre de temporal a específico. A través de instrumentos de acuerdo con cada variable y mediante formularios de Google se pudo recopilar la información de los participantes. Por último, por medio del programa SPSS V26, se reveló la estimación de asimetría y curtosis para cada variable, donde se encontró un valor de +/- 1.5 indicando variaciones leves; por lo tanto, se determinó una correlación descendente entre la carga laboral y *engagement* en los trabajadores de compañías de la localidad de Chimbote, Perú

PALABRAS CLAVE

Engagement, Carga laboral, Chimbote y Trabajadores.

ABSTRACT

This research focuses on identifying the connection between workload and *engagement* in workers from companies located in the city of Chimbote, Perú. The study adopted a basic quantitative approach, employing a non-correlational design with a simple cross-sectional framework, progressing from temporal to specific. Data collection was conducted through instruments tailored to each variable, utilizing Google Forms to gather information from participants. Finally, using the SPSS V26 program, the skewness and kurtosis estimates were revealed for each variable, showing values around ± 1.5 , indicating mild variations. Consequently, a negative correlation was determined between workload and *engagement* in workers from companies in the locality of Chimbote, Perú."

KEY WORDS

Engagement, Workload, Chimbote, Workers.



INTRODUCCIÓN

Actualmente, los avances en tecnologías como las TIC y el proceso de globalización en las organizaciones han llevado a un aumento en las jornadas laborales para alcanzar los objetivos fijados por cada empresa (Pérez y Pedraza, 2019). En este contexto, resulta crucial fomentar el compromiso de los empleados para lograr metas a corto y largo plazo. Este enfoque resultará en trabajadores más comprometidos con sus labores, generando así mejoras en la motivación y eficacia en el trabajo (Liébana et al, 2018).

A nivel global, los colaboradores pierden una cantidad de días equivalentes a doce mil millones por el estrés y la depresión, por lo tanto, se sugiere que las compañías implementen mayores acciones preventivas (OMS, 2022). A través de la recolección de información sobre la salud mental se estima que, de mil millones de personas diagnosticadas con trastornos mentales en el año 2019, los adultos en edad laboral representaron un 15 % del total; en este contexto, se podría establecer que el aumento de responsabilidades laborales en relación con el compromiso y la carga de trabajo puede tener consecuencias graves tanto en la salud mental como física de los trabajadores (OIT, 2022).

A nivel nacional, en los últimos censos se destacan que el 70 % de los trabajadores del Perú experimentaron sobrecarga laboral por el aumento en las exigencias laborales. Diversos estudios sobre la carga laboral tienen como resultado que los trabajadores de empresas privadas como públicas presentan signos de estrés, ansiedad, alteraciones del sueño, depresión, inestabilidad, entre otros síntomas, tanto como factores internos y externos. Asimismo, se destaca que la sobrecarga laboral es el principal problema de los once más relevantes del bienestar mental entre el 2019 y el 2023 en el ámbito de la salud ocupacional (Chang et al., 2022).

Por otra parte, se ha podido observar cómo la carga laboral presenta un gran impacto en el *engagement*¹⁴, entendido como una actitud que promueve satisfacción y entusiasmo en el trabajo; sin embargo, el colaborador puede estar comprometido con su labor, pero no necesariamente con la empresa y viceversa (Guevara y Fernández, 2015). También, se establecen múltiples riesgos psicosociales que perjudican notablemente el bienestar físico y mental de los colaboradores, por ende, tener una comunicación efectiva es primordial en toda organización teniendo como consecuencia conexiones sólidas, un buen clima laboral, fortaleciendo las relaciones interpersonales y el incremento del nivel del compromiso organizacional (Moreno, 2019).

A partir de los resultados de diferentes estudios con ambas variables, se destaca que el alto nivel de exigencia laboral es una de las primeras razones para que los trabajadores manifiesten un bajo desempeño sin motivación para realizar sus labores, en contraste con el *engagement*. Ambas variables se relacionan adversamente por el deterioro del bienestar integral de los trabajadores (Ugwu y Onyishi, 2020). En efecto, la carga laboral es perjudicial en las organizaciones, lo que pone en riesgo el compromiso de los colaboradores ya que puede implicar un bajo rendimiento y falta de motivación (Syihhabudin et al., 2023).

Este estudio surge a partir del cambio significativo que presentaron los trabajadores de empresas privadas del norte del Perú debido a la pandemia. Antes de la pandemia, las empresas contaban con colaboradores más proactivos, teniendo como resultado mayores ventas y contratación de personal. Actualmente, trabajan más por deber que por compromiso, por la limitada comunicación entre los colaboradores y superiores (Ballesteros, 2019). Por lo tanto, se quiere validar las repercusiones de la sobrecarga laboral en el compromiso laboral de los trabajadores y, a su vez, acentuar el interés y conciencia sobre su trascendencia.

Finalmente, esta investigación se justifica a nivel teórico y se contrasta con otros estudios previos, lo que amplía el conocimiento sobre la interacción de

14 Engagement: Es el nivel de compromiso que tiene el colaborador con la empresa.

las variables clave en el contexto organizacional, enriqueciendo la literatura académica. A nivel práctico, ofrece *insights*¹⁵ valiosos para prosperar la diligencia de los recursos humanos en empresas, beneficiando tanto a las organizaciones como a su personal. Y a nivel metodológico, sirve como modelo para futuras investigaciones, estableciendo un enfoque sólido para el estudio de estas variables. Por tanto, el estudio busca conocer la relación entre carga laboral y *engagement*, así también se pretende establecer las diferencias según edad y tiempo de servicio de las variables estudiadas.

METODOLOGÍA

Participantes

La población estuvo conformada por trabajadores de distintas empresas de la ciudad de Chimbote, Perú, quienes participaron voluntariamente del presente estudio. Se realizó un cuestionario que fue respondido por 124 trabajadores de entre 18 y 57 años, de ambos sexos y con diversos estados civiles y lugares de nacimiento. A través de un muestreo no probabilístico basado en la correlación, los trabajadores de la muestra prevista manifestaron su colaboración voluntariamente para formar parte del estudio (Otzen y Manterola, 2017).

Instrumentos de recolección de datos

Con relación a la primera variable, "carga laboral", se aplicó la Escala de Carga de Trabajo (ECT) de la evaluación UNIPSIPO, diseñada para determinar los aspectos psicosociales que se requieren en el entorno laboral. La escala fue dominada a un análisis factorial confirmatorio por constituir su configuración interna y a una estimación de confiabilidad por medio del coeficiente Alfa de Cronbach, teniendo un importe de $\alpha=0,72$, indicando una consistencia interna apropiada (Gil-Monte, 2016).

15 Insights: Es una idea reveladora que nos da la clave para poder resolver un problema.

La ECT se constituye por seis ítems, utiliza una escala de Likert de 0 al 4 con sus respectivas calificaciones y es unifactorial. También, se desarrolló una validación a cargo de Calderón de la Cruz, Merino, Juárez y Jiménez (2018) a través de prueba estandarizada a nivel nacional, teniendo como resultado una consistencia interna por medio del coeficiente de Alpha de Cronbach con un valor de 0.83 y el coeficiente Omega con un 0.86.

Con relación a la segunda la variable, *engagement*, se aplicó la Utrecht Work Engagement Scale (UWES), conformada por diecisiete ítems con tres dimensiones: vigor, absorción y dedicación. Para ello, se utilizó una escala de Likert del 0 al 6 con sus respectivas calificaciones. Se realizó la validación del instrumento en el contexto peruano a cargo de Merino, Reyes y Luna (2022), siendo este país el único de habla hispana con la validación del UWES original. Por lo tanto, se estableció una credibilidad por medio de la coherencia de medidas, por el coeficiente de Alpha de Cronbach, con un valor de 0.70.

Procedimientos

Se difundieron los instrumentos de recolección de datos diseñados con formalidad por medio de la plataforma Google Forms. Se inició por la presentación del tema del estudio de investigación y con las instrucciones para realizar los formularios, posteriormente se presenta el consentimiento informado, donde se enfatiza la participación voluntaria y anónima. A su vez, se encuentra la ficha sociodemográfica de los evaluados. Al acceder a ser partícipes del estudio, se muestran los cuestionarios de cada instrumento. Se realiza la propagación de los cuestionarios por las redes sociales. Por último, al recopilar los datos se realizó un banco de información de los datos por medio de Excel trasladándolos al programa SPSS V26.

Método de análisis de datos

Con base en la información reunida, se creó una ficha de datos en Excel para observar el nivel estadístico por medio del programa SPSS V26. Se hizo un análisis para enfatizar y determinar la conexión entre las variables. A su vez, se estimó la validez por un análisis factorial confirmatorio y la confiabilidad mediante el coeficiente Alpha de Cronbach. Con respecto a la observación de resultados atípicos, se rechazó a un integrante de los participantes por la inestabilidad de las respuestas que presento en los cuestionarios. Con base en el análisis descriptivo, se presentaron dimensiones de estimación central, dispersión y forma. Finalmente, se comprobó la correlación entre las variables con las características sociodemográficas.

RESULTADOS

Cuando se comparan los resultados según el origen geográfico de los participantes, se observan diferencias significativas en términos estadísticos en cuanto al *engagement* ($F=6.823^{**}$) y sus dimensiones ($F=4.972^{**}$ a 6.289^{**}). Los individuos que residen fuera de la provincia muestran, en promedio, niveles más altos de *engagement*, seguidos por los residentes de Chimbote, mientras que los niveles más bajos de *engagement* se encuentran entre las personas locales (véase tabla 1).

Tabla 1

Variaciones según el lugar de origen

Variable	Lugar de origen	N	M	DE	F	p
Carga laboral	NC	33	9.88	4.57	2.025	.136
	CH	44	10.57	3.18		

Variable	Lugar de origen	N	M	DE	F	p
	Otros	47	11.68	4.41		
	Total	124	10.81	4.10		
Engagement	NC	33	59.70	14.03	6.823	.002
	CH	44	67.93	15.45		
	Otros	47	72.62	16.30		
	Total	124	67.52	16.14		
Vigor	NC	33	22.30	5.61	5.079	.008
	CH	44	25.18	5.43		
	Otros	47	26.40	6.05		
	Total	124	24.88	5.91		
Dedicación	NC	33	18.82	6.02	6.289	.003
	CH	44	21.89	5.43		
	Otros	47	23.51	6.09		
	Total	124	21.69	6.09		
Absorción	NC	33	18.58	4.55	4.972	.008
	CH	44	20.86	6.37		
	Otros	47	22.70	5.93		
	Total	124	20.95	5.95		

Nota. NC= Nuevo Chimbote; CH= Chimbote; $p < .05^*$; $p < .01^{**}$

Los resultados muestran que los coeficientes de asimetría y curtosis en relación con cada variable analizada se sitúan dentro del rango de ± 1.5 , lo que sugiere que las variaciones en la adjudicación de la cantidad son

ligeras. Además, se detecta una relación inversa y débil entre sí ($r=-.111$). En relación entre la carga laboral y las dimensiones del engagement, se estiman las relaciones inversas disminuidas entre vigor y dedicación, con valores de $-.154$ y $-.161$, respectivamente. Por otro lado, en absorción, no se presenta una relación significativa, con un valor de $.016$ (véase tabla 2).

Tabla 2

Correlación entre carga laboral y engagement en los trabajadores de compañías de la localidad de chimbote, Perú($n=124$)

Variable	M	DE	g1	g2	1	2	3	4	5
1. CL	10.806	4.096	.524	.864	-				
2. EG	67.516	16.142	-.247	-.677	-.111	-			
3. VG	24.879	5.907	-.182	-.862	-.154	,929**	-		
4. DC	21.685	6.091	-.402	-.860	-.161	,926**	,862**	-	
5. AB	20.952	5.949	.066	-.395	.016	,843**	,644**	,633**	-

Nota. CL= Carga laboral; EG= Engagement; VG= Vigor; DC=Dedicación; AB= Absorción; $p<.05^*$; $p<.01^{**}$

La evidencia correlacional vinculada con el lugar de origen indica que, en las personas de Nuevo Chimbote, existen correlaciones inversas de magnitud media entre la carga laboral y el *engagement*, con valores que oscilan entre $r=-.30$ y $r=-.43$. Por otro lado, en los residentes de Chimbote y aquellos que residen fuera de la provincia, las correlaciones son de efecto mínimo a pequeño, con rangos de $r=-.09$ a $r=-.19$ y $r=-.08$ a $r=-.12$, respectivamente (véase tabla 3).

Tabla 3
Relación entre la carga laboral y engagement según lugar de origen

Variable	NC				CH				FP			
	EG	VG	DC	AB	EG	VG	DC	AB	EG	VG	DC	AB
Carga laboral	-.432*	-.380*	-.427*	-.297	-.092	-.187	-.182	.091	-.081	-.119	-.115	.018

Nota. NC= Nuevo Chimbote; CH= Chimbote; FP= Fuera de la provincia; EG=engagement; VG=vigor; DC=dedicación; AB=absorción; p<.05*; p<.01**

DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como propósito indagar la correlación entre la carga de trabajo y el *engagement* de los trabajadores de compañías de la localidad de Chimbote, Perú. Se seleccionó una muestra de 124 trabajadores de compañías del sector de ventas. La investigación incluyó un análisis de la situación problemática, los objetivos planteados, la hipótesis y los hallazgos obtenidos. En consecuencia, se obtuvo una correlación negativa entre la carga laboral y el *engagement* de compañías de la localidad de Chimbote, Perú como se muestra en la tabla 2.

El objetivo central es examinar cómo la carga laboral afecta el *engagement* de los empleados. Los resultados obtenidos indican una relación inversamente proporcional entre estas dos variables, lo que significa que un incremento en la carga laboral conlleva una disminución en el *engagement*, como se evidencia en la tabla 2. Zahrah et al. (2019) señalan que el aumento de las demandas laborales impuestas por la organización puede llevar a una reducción en el nivel de compromiso que los empleados muestran hacia sus tareas. Por otro lado, Charry y Solórzano (2021) han identificado que los empleados se enfrentan a diversas situaciones que elevan sus niveles de estrés, lo que a su vez puede resultar en una disminución de la motivación para alcanzar los objetivos de la compañía.

El primer objetivo específico de esta investigación se centró en identificar las distinciones en las variantes en función del lugar de origen de los participantes. Se observó que individuos de diferentes procedencias mostraban niveles elevados de *engagement*, como se detalla en la tabla 1. Según Neiva et al. (2017), el alto nivel de *engagement* puede ser contagioso entre los colaboradores, especialmente si un grupo dentro del equipo lo manifiesta de manera significativa. Se encontró que los colaboradores que no son originarios de la ciudad tienden a mantenerse en sus empleos por razones personales o familiares, lo que fomenta un sentido de pertenencia que se refleja en su compromiso con el trabajo y los objetivos de la empresa. Además, Ávila et al. (2017) destacaron en su investigación la relevancia de que las organizaciones realicen evaluaciones periódicas del contexto laboral, con una periodicidad mensual o trimestral. Esto representa una prevalencia considerable, ya que permite prevenir los factores estresantes que impactan significativamente en la ejecución de los colaboradores en el centro de labor.

Con base en el segundo objetivo específico se enfoca en analizar la relación entre la carga laboral y cada dimensión del *engagement*. Los datos obtenidos a través del análisis de correlación revelan que existe una relación inversa, particularmente con el vigor y dedicación, las cuales se ven más afectadas por la exigencia laboral, como se muestra en la tabla 2. Arreola y Barraza (2019) sostienen que el desarrollo de un trabajador está mayormente ligado a componentes inherentes, aunque también se ve influenciado por estímulos extrínsecos, ya que estos contribuyen a la consecución de los propósitos establecidos por la compañía.

Por último, el tercer objetivo específico de la investigación se centró en examinar la relación entre la carga laboral y el *engagement*, considerando el lugar de origen de los colaboradores. Se confirmó la existencia de una relación negativa entre las variables, aunque de magnitud baja. Se observó que esta dinámica afecta de manera diferente a los trabajadores de la ciudad de Chimbote en contraste con otros que provienen de diferentes ciudades, como se indica en la tabla 3. Zuluaga et al. (2012) han señalado

que, en contextos de ansiedad o estrés por las altas demandas laborales, se observa un nivel reducido de *engagement*. En esta línea, Syihhabudin et al. (2023) resaltan cómo un *engagement* desfavorable es afectado en los trabajadores y puede llevar a un bajo nivel de productividad, un ambiente laboral desfavorable y una insatisfacción generalizada entre el personal.

Tras analizar los resultados obtenidos, el siguiente paso fue contrastar estos datos con investigaciones anteriores y verificar su alineación con las teorías propuestas en el estudio. De esta manera, el presente análisis concluye que, en efecto, hay una relación entre ambas variables. Este hallazgo es coherente con el estudio de Ugwu y Onyishi (2020), que también confirmó una correlación negativa entre estas dos variables, resultando en una disminución del rendimiento del personal en la organización.

La carga laboral, considerada como un factor estresante dentro de las organizaciones debido a las altas demandas del trabajo, es un aspecto complejo y multidimensional, tal como señalan Comezaquira et al. (2021). Sravani (2018) destaca que no se permite caracterizar de forma unívoca debido a la diversidad de demandas presentes en el mercado. Según Miguel et al. (2021), la carga laboral se divide en dos categorías principales: por un lado, la carga física, que implica la realización de actividades físicas bajo adecuados procedimientos de seguridad, por otro, la carga mental que surge del exceso de tareas asignadas a los colaboradores.

Según lo investigado por Sánchez (2021), el *engagement* se compone de tres dimensiones distintas. La primera es el vigor, el cual se determina por una elevada vitalidad y fortaleza mental. La segunda dimensión es la dedicación, donde se determina mediante un compromiso laboral intenso y la exteriorización de sentimientos de significado, orgullo, inspiración y desafío asociados con el trabajo. Finalmente, la absorción, que se refiere a una inmersión total en las tareas laborales, donde el colaborador experimenta un profundo disfrute al realizar su trabajo.

Esta investigación incluye un componente teórico significativo, ya que se basó en fundamentos teóricos y conceptuales que facilitaron una mayor comprensión de cada variable estudiada. Asimismo, proporcionó

a la sociedad de investigadores los resultados que abordan una realidad problemática. Se confirmó que un aumento en la exigencia laboral conduce a una disminución en los niveles de *engagement*, lo que puede tener consecuencias serias para la organización. Asimismo, se resaltó la diferencia en el compromiso con la empresa entre las personas originarias de la misma ciudad y aquellas de otras localidades. Esto subraya la importancia de continuar investigando estas variables para una comprensión más profunda.

Se destacó entre las limitaciones del estudio, las restricciones en el alcance con la población objetivo, debido a factores externos como la escasez de personal disponible, actividades continuas y la negativa de algunos directivos a participar en la investigación. Además, el propósito principal del estudio fue comunicar a las organizaciones la información recabada sobre la relevancia de las variables en los trabajadores, así como su impacto, con el fin de que las empresas puedan tomar medidas apropiadas en respuesta a estos hallazgos.

CONCLUSIONES

El propósito principal del estudio fue examinar la conexión de la carga laboral y el *engagement* en los trabajadores de compañías de la localidad de Chimbote, Perú. Se encontró una correlación negativamente proporcional entre las variables.

Respecto los objetivos específicos, el primero fue identificar las diferencias en estas variables según el lugar de origen de los trabajadores de la localidad de Chimbote, Perú. Se observó que los trabajadores que no son originarios de Chimbote muestran mayores niveles de *engagement* en comparación con los locales, quienes experimentan una mayor carga laboral que repercute negativamente en su *engagement*, resultando en un descenso de motivación y desempeño laboral.

Con base en el segundo objetivo específico, que buscaba analizar la conexión entre la carga laboral y las diferentes dimensiones del *engagement* de los trabajadores de la localidad de Chimbote, Perú, se encontró que hay

correlaciones bajas entre el vigor y la dedicación, con valores de $-.154$ y $-.161$ respectivamente, mientras que en la absorción no se determinó una relación significativa, con un valor estimado de $.016$.

Finalmente, se concluyó que hay un bajo nivel de correlación inversamente proporcional entre las variables, perjudicando a los trabajadores residentes.



REFERENCIAS

- Arreola, M. A., & Barraza, A. (2019). *Estrés laboral y engagement en profesores de educación primaria*. Universidad Pedagógica de Durango.
- Ávila M., Portalanza C. y Duque E. (2017). Evaluación del Engagement en trabajadores de una institución de educación superior. *Revista Científica Eco ciencia*, 4(4), 1 –25. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/43>
- Ballesteros, C (2019). La representación digital del engagement: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. *Revista de comunicación*, 18(1), 215-233. <http://dx.doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A11>
- Chang, M., Chang, R. y Miranda, H. (2022). El estrés laboral y sus consecuencias en la salud del personal de la entidad financiera COOPAC “FINANSOL”, Lima y provincias-2021. [Tesis para optar el título profesional de Médico Cirujano] Repositorio institucional de la Universidad Continental, Huancayo, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/11219>
- Charry, J & Solórzano, J (2021). Engagement en los servidores públicos de una entidad castrense peruana. *Revista Gobierno y gestión pública*, 8(1), 26-36. <https://doi.org/10.24265/iggp.2021.v8n1.03>
- Comezquira, A, Terán, G., & Quijada, P. (2021). Carga laboral y obstáculos de rendimiento del personal de enfermería en la Unidad de Cuidados Intensivos. *Revista Cubana de Enfermería*, 37(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192021000400009&lng=es&tlng=en.

- De la Cruz, G, Soto, C, Juárez-García, A., & Jimenez-Clavijo, M. (2018). Validación de la escala de carga de trabajo en trabajadores peruanos. *Archivos de prevención de riesgos laborales*, 21(3), 123-127. <https://doi.org/10.12961/aprl.2018.21.03.2>
- Gil-Monte, P.R. (2016). La Bateria UNIPSIICO: propiedades psicométricas de las escalas que evalúan los factores psicosociales de demanda. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 19(2), 86-94. <http://dx.doi.org/10.12961/aprl.2016.19.02.2>
- Guevara, L & Fernandez, L (2015). Work Engagement y Compromiso Laboral: ¿Es la edad un factor diferenciador? *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 34(2), 108–119. <https://doi.org/10.21772/ripo.v34n2a04>
- Liébana, C, Fernández, M, Vázquez, A, López, A & Rodríguez, M (2018). Burnout y engagement en estudiantes universitarios de enfermería. *Enfermería global*, 17(2), 131–152. <https://doi.org/10.6018/eglobal.17.2.268831>
- Merino, C., Reyes, I & Luna, K (2022). Validación en trabajadores peruanos de la versión ultra reducida del Utrecht Work Engagement. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 25(1), 25-33. https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1578-25492022000100025&script=sci_arttext&tlng=pt
- Miguel, B, Hernández, R, Arbués, C, López, R, Blasco, J, & Bartolomé, A. (2022). La carga de trabajo, artículo monográfico. *Revista Sanitaria de Investigación*, 2(12), 51. <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/la-carga-de-trabajo-articulo-monografico/>
- Moreno, J. (2019). Compromiso Organizacional y Riesgos Psicosociales. *Revista San Gregorio*, (35), 157-173. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1107>

- Neiva, E, Torres, C, & Mendonça, H (2017). *Organizational Psychology and Evidence-Based Management*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-64304-5>
- Organización Internacional del trabajo [OIT] (2022). La OMS y la OIT piden nuevas medidas para abordar los problemas de salud mental en el trabajo. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_856931/lang--es/index.htm
- Organización Mundial de la Salud [OMS] (2022). La salud mental en el trabajo. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-at-work>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt
- Pérez, J., & Pedraza, X (2019). Medición del work engagement y su relación con la comunicación, liderazgo y TIC en una empresa editorial mexicana. *SIGNOS-Investigación en sistemas de gestión*, 11(1), 37-53. <https://www.redalyc.org/journal/5604/560465980003/html/>
- Sanchez, S (2021). Medir el engagement. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/medir-el-engagement-silvia-rabano-sanchez/?originalSubdomain=es>
- Sravani, A. (2018). Managing the Distribution of Employee Workload of the Hospital Staff. *Journal of Business Management*, 4(1), 40-50. <https://www.ijrdo.org/index.php/bm/article/download/1799/1678/>

- Syihhabudin, S., AP, AH, Saputra, J., Iskanto, D. y Juariyah, L. (2023). Efecto moderador de la autoeficacia y la carga de trabajo en el entorno laboral: relación de compromiso laboral de los empleados del hotel en la ciudad de Malang. *Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte*, 18 (1), 1-5. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8860101>
- Ugwu, F y Onyishi, I (2020). El papel moderador de la persona-entorno encaja en la relación entre la carga de trabajo percibida y el compromiso laboral entre las enfermeras hospitalarias. *Revista Internacional de Ciencias de Enfermería de África*, 13, 100225. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214139120301025>
- Zahrah, N., Aziz, A. y Abdul, S. (2019). Carga de Trabajo y Compromiso Laboral entre Enfermeros de Hospitales Públicos: Rol Moderador de la Espiritualidad Religiosa. *Revista Internacional de Administración, Contabilidad y Economía*, 6 (4), 297-312. https://www.ijmae.com/article_114486.html
- Zuluaga, P, Montoya, A & Moreno, S (2012). Relación entre Síndrome de Burnout, Estrategias de afrontamiento y Engagement. *Psicología desde el Caribe: revista del Programa de Psicología de la Universidad del Norte*, 29(1), 205–227. <https://www.proquest.com/docview/1435597156?pq-origsite=primo&accountid=3740>





ARACELI MAURA CHURANO-MONTORO

Licenciada en Psicología

Universidad César Vallejo

achuranomo21@ucvvirtual.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0001-9885-575X>

EVA MARÍA CASTILLO-ELECTO

Licenciada en Psicología

Universidad César Vallejo

ecastilloel@ucvvirtual.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0003-0877-0790>

GUTEMBER VILIGRAN PERALTA-EUGENIO

Magister en Intervención Psicológica

Universidad César Vallejo

gperaltae@ucvvirtual.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-1177-6088>

FACTORES SOCIOLABORALES PREDICTORES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN DOCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE CHIMBOTE, PERÚ

SOCIO-OCCUPATIONAL FACTORS PREDICTING OR-
GANIZATIONAL COMMITMENT AMONG TEACHERS IN
EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN CHIMBOTE, PERU

ARACELI MAURA CHURANO-MONTORO
EVA MARÍA CASTILLO-ELECTO
GUTEMBER VILIGRAN PERALTA-EUGENIO

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 16-11-2023

RESUMEN

El propósito de esta investigación es analizar las variables predictoras del compromiso organizacional en docentes de la ciudad de Chimbote, Perú. El estudio se llevó a cabo utilizando un enfoque predictivo simple. La muestra incluyó a 292 docentes. Los hallazgos principales mostraron que las variables sociolaborales explican el 24 % del compromiso afectivo, siendo las variables con un efecto significativo: sexo ($\beta = -.17$), estado civil ($\beta = .15$), tiempo de servicio ($\beta = .21$) y condición laboral ($\beta = .20$). El compromiso de continuidad se explica en un 13 %, y las variables con efecto significativo son: edad ($\beta = .20$), estado civil ($\beta = -.14$), grado académico ($\beta = -.13$), tiempo de servicio ($\beta = -.28$) y sector donde labora ($\beta = -.17$). Finalmente, el compromiso normativo es explicado en un 7 %, siendo la única variable predictora con evidencia significativa la condición laboral ($\beta = .19$). Se concluye que

los factores sociolaborales que predicen el compromiso organizacional son la edad, estado civil, tiempo de servicio, sector, condición laboral y grado académico.

PALABRAS CLAVE

Compromiso organizativo, Factores sociales y laborales, Docentes.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the predictor variables of organizational commitment in teachers. The study was conducted using a causal explicative approach. The sample included 292 teachers. The main findings showed that sociolabor variables explain 24 % of affective commitment, with the variables with a significant effect being: sex ($\beta = -.17$), marital status ($\beta = .15$), length of service ($\beta = .21$), and employment status ($\beta = .20$). Continuance commitment is explained by 13 %, and the variables with significant effect are: age ($\beta = .20$), marital status ($\beta = -.14$), academic degree ($\beta = -.13$), length of service ($\beta = -.28$) and sector where he/she works ($\beta = -.17$). Finally, normative commitment is explained by 7 %, with the only predictor variable with significant evidence being employment status ($\beta = .19$). We conclude that the socio-labor factors that predict organizational commitment are age, marital status, length of service, sector, employment status and academic degree.

KEYWORDS

Organizational Commitment, Social and Laboral Factors, Teachers.

INTRODUCCIÓN

El seguimiento del plan de estudios anual, el cual se fomenta con la colaboración de los profesores, estimula el compromiso en la consecución de los objetivos establecidos por las instituciones educativas. Estas organizaciones enfrentan desafíos significativos debido a la falta de compromiso, lo que se agrava aún más por los continuos cambios en las políticas educativas, sociales, económicas y laborales (Parra et al., 2019).

La provisión de educación de alta calidad requiere un liderazgo efectivo y las instituciones se enfrentan al reto de crear herramientas que refuercen el sentido de pertenencia de los profesores, motivándolos a alcanzar su máximo potencial, tanto en lo personal como en lo profesional (Manzano, 2019). Los educadores desempeñan un papel fundamental en la creación de un entorno en el aula que favorezca un aprendizaje óptimo para sus estudiantes. Esto implica que los docentes se sientan capacitados para ofrecer respuestas y asistencia (Goroshit & Hen, 2016). La identificación de la función principal de una institución es esencial para establecer una sistematización adecuada y, en consecuencia, para definir las responsabilidades correspondientes. Por consiguiente, los docentes del siglo XXI deben estar equipados con las competencias neCésarias que exige la situación actual (Flores y Romero, 2020).

A nivel global, el principal desafío que enfrenta la fuerza laboral docente es su insuficiente nivel de calidad, afectando al 81 % de los maestros de primaria y al 78 % de los de secundaria, lo que subraya la importancia de preparar a los educadores para brindar una educación de alto nivel (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2020). En la ciudad de Cali, Colombia, se llevó a cabo un estudio que investigó los factores relacionados con la exclusión social y laboral en las instituciones educativas afrocolombianas. Los resultados del estudio confirman que, además de la discriminación racial y laboral, la inclusión social es insuficiente (13 %) y la calidad de la empleabilidad no es óptima. Las oportunidades de empleo están condicionadas por el aislamiento geográfico y la desigualdad (Mina, 2016).

En el contexto peruano, se investigó el compromiso organizacional (CO) a través del análisis de cinco variables sociolaborales. Los resultados revelaron que el tiempo dedicado al trabajo guarda una relación relativa con el CO, ya que aquellos que trabajan entre 60 y menos de 70 horas mantienen una conexión adecuada (Sancho, 2018). Además, se identificó que uno de los indicadores más alarmantes de una baja participación laboral era la tendencia de los jóvenes menores de 25 años, las mujeres y los educadores con antecedentes socioeconómicos a desviarse de sus horarios de trabajo y, en algunos casos, a sufrir consecuencias graves relacionadas con el trabajo como la deserción (Mora et al., 2021). Por otro lado, factores de índole social y laboral en Perú, como los niveles salariales de los profesores, el manejo de deudas sociales y los cambios en la legislación magisterial estatal han generado divisiones entre los docentes peruanos. Estas divisiones también han sido un motivo de paros laborales, los cuales han afectado los intereses de muchas personas, incluyendo a más de un millón de estudiantes que han resultado perjudicados (Hernández et al., 2018).

En consecuencia, el objetivo general de esta investigación fue analizar las variables predictoras del compromiso organizacional en docentes de la ciudad de Chimbote, Perú. Para lograrlo, se plantean los siguientes objetivos específicos: (1) analizar los aspectos descriptivos de la variable compromiso organizacional en la muestra de estudio y (2) identificar los predictores claves que influyen en el compromiso organizacional de los docentes.

ANTECEDENTES

Un estudio internacional realizado en dos universidades mexicanas pretendía determinar si existía una correlación entre los factores sociodemográficos (como la antigüedad, el tipo de contrato y el sexo) y el compromiso organizativo. En el estudio participaron un 52 % de hombres y un 48 % de mujeres. Los resultados mostraron que ni el nivel de estudios ni el sexo tenían un papel significativo en la determinación del CO. En cuanto a la edad, el grupo de mayor edad mostró menos compromiso que el grupo de menor edad; esto se consideró significativo ya que los profesores

de mayor edad son contratados y obtienen los beneficios laborales de la institución (Carlos et al., 2021). En otro estudio, los resultados indicaron que, las diferencias en las dimensiones del CO se correlacionan con la edad de los profesores, especialmente entre los de mediana edad y mayores (Galán y Silva, 2021). Al observar la conexión entre pertenencia y compromiso, se encontró que la relación entre pertenencia y compromiso laboral es moderada ($\rho=.510$), la de pertenencia y compromiso de continuidad es moderada ($\rho=.64$), y la de pertenencia y compromiso emocional es moderadamente alta ($\rho=.798$). Por último, tanto si trabajan en el sector público como en el privado, los empleados gestionan un compromiso consigo mismos y con el grupo social al que pertenecen mediante la búsqueda incesante de la excelencia profesional (Manzano, 2019).

El valor de correlación entre el clima organizacional y el compromiso de los colaboradores resultó ser de $-.08$ en un estudio nacional realizado con el objetivo de establecer la correspondencia entre el clima y el compromiso organizacionales. El estudio utilizó una población y muestra de 125 colaboradores de la Institución Educacional. La dedicación al trabajo está siendo impactada por otro tipo de factores externos a la institución, por lo que se encontró que las dos variables no conservan una asociación sustancial (Alarcón, 2020). Otra investigación analizó la conexión entre la satisfacción laboral de los docentes y su dedicación a sus organizaciones en dos EBR (Educación Básica Regular). Se empleó un diseño no experimental y un enfoque correlacional directo. Se gestionó una plantilla de 255 educadores, de los cuales 154 eran mujeres y 101 hombres. No se encontró ninguna asociación estadísticamente significativa entre ninguna de las variables de la investigación ($\rho=.292$, $p.05$). En cambio, si se demuestra que existe una correlación moderada entre las variables de calidad y compromiso laboral, y se mantiene una significación de ($p.01$), entonces sí se vincula con factores sociolaborales (Valle, 2018).

De igual modo se realizó una investigación para determinar el vínculo entre la dedicación organizativa y la tutoría educativa a nivel regional, y los resultados mostraron una relación débil pero estadísticamente significativa ($p = 0,015$, $r = 0,265$). El hecho de que el 89,3 % de los encuestados se

comprometan de forma constante lleva a la conclusión de que el grado de compromiso, el modelo cooperativo y la resolución de conflictos podrían mejorar (León, 2022).

MARCO CONCEPTUAL

La base teórica de esta investigación se inicia con la conceptualización de factores sociolaborales que abarcan tanto las condiciones intrínsecas como las externas de una organización, considerando las dimensiones humanísticas y el entorno laboral. La Escuela de Relaciones Humanas argumenta que las organizaciones están interconectadas con la sociedad, y se analizan aspectos como niveles sociales, roles, expectativas y personalidad (Díaz y Soto, 2020). El compromiso organizacional se define como el grado en que cada colaborador se identifica con los objetivos y metas de la organización y su deseo de continuar siendo parte de ella. En este contexto, un empleado de una organización debe establecer sus objetivos laborales, determinar el alcance de sus contribuciones y resolver problemas relacionados con calidad y productividad. Este compromiso contribuye al mejoramiento de ambas áreas, impulsado por metas personales, satisfacción y motivación (Levano y Mamani, 2021).

El comportamiento organizacional se enmarca en una perspectiva de gestión de enfoque humanista, basada en las ciencias del comportamiento humano. Se distinguen dos estilos de gestión: uno tradicional, mecánico, autoritario y pragmático conocido como Teoría X, y otro más participativo y democrático, basado en conceptos modernos sobre el comportamiento humano llamado Teoría Y (Hernández et al., 2018).

A lo largo de la historia, se han identificado diferencias generacionales en la percepción del trabajo y la lealtad hacia la organización. Los tradicionalistas o veteranos son conocidos por su enfoque en el ahorro debido a su experiencia en la Segunda Guerra Mundial. Los *baby boomers*, que se acercan a la jubilación, priorizan el trabajo y la lealtad, al igual que los tradicionalistas. La generación X, o post-boomers, mantiene la lealtad, pero solo si la organización ofrece oportunidades de desarrollo profesional. Por último, los *millennials*, o generación Y, quienes buscan ascensos rápidos y

equilibrio entre su vida laboral y personal, comprometiéndose más con su carrera que con una organización específica (Çelik y Arslan, 2016).

La experiencia también desempeña un papel importante, ya que los docentes con más años de experiencia tienden a confiar más en sus habilidades y decisiones, basándose en sus vivencias previas. Los docentes novatos, en cambio, tienden a evaluar más sus tareas y esperan apoyo de la organización para sentirse eficaces (Tschannen y Wolkof, 2002; Fernández-Arata, 2008). En la educación primaria, los profesores se sienten eficaces al finalizar sus prácticas, mientras que, en la educación infantil, la sensación de eficacia se desarrolla con la acumulación de experiencia (Suarez, 2018).

Tanto en el sector público como en el privado, los profesores se ven afectados por los procedimientos administrativos y el entorno organizativo, caracterizándose los primeros principalmente por la falta de recursos para satisfacer el alto nivel de las expectativas educativas. Como consecuencia, surgen problemas de absentismo, comunicación y desinterés por el trabajo. Para los del sector privado, en cambio, la falta de un contrato de trabajo estable los obliga a estar siempre en la búsqueda de un nuevo lugar de empleo (Murguía et al., 2019). Otro factor es el nivel de formación alcanzado; los profesores con un mayor nivel de formación manifiestan mayores niveles de satisfacción personal y profesional, lo que se manifiesta en su trabajo y revierte en su éxito y compensación (Rodríguez y Sánchez, 2018). Para ello, se evoca al profesor al logro del aprendizaje de los alumnos y se espera que el aprendizaje de los alumnos sea recíproco con las competencias, roles y períodos de trabajo de los profesores (Martínez et al., 2020), lo que sugiere una conexión con la teoría de la autorrealización de Maslow, en la que se establece que las necesidades de cada persona se encuentran en un orden jerárquico, que conduce a la mayor realización del potencial del sujeto. A medida que crecen, los niños interiorizan una serie de estereotipos de género, incluida la idea de que los varones son naturalmente más competitivos y arriesgados que las niñas, y que destacan en áreas como la construcción, el bricolaje y las ciencias duras. Se cree que las chicas trabajan bien con los demás, que son amables y pacientes, que tienen una orientación más emocional que lógica y que les gusta escribir y la interacción social (Orlando, 2003). Por otro lado, se ha demostrado

que el número de hijos que la persona tiene, así como el estado civil, tiene cierta correlación con el nivel de CO de una persona (Salardi, 2017). Esto puede estar relacionado con la teoría de la inclusión parcial de Mathieu y Zaiac, quienes afirman que las experiencias negativas en el lugar de trabajo y con otras personas tendrán un impacto en la CO.

METODOLOGÍA: MATERIAL Y MÉTODOS

Población, muestra y muestreo

Población: El estudio incluyó a numerosos profesores de escuelas primarias y secundarias ubicadas en la ciudad de Chimbote. Por lo tanto, el grupo de individuos que forman parte del programa se considera como la muestra, ya que cumplen con criterios específicos (Espinoza, 2016).

Muestra: El grupo de participantes en este estudio consiste en 292 profesores que enseñan tanto en escuelas primarias como secundarias, y cuyas edades oscilan entre los 25 y los 65 años. Estos docentes pertenecen a las instituciones educativas ubicadas en la ciudad de Chimbote. La selección de la muestra se llevará a cabo dentro de la población previamente mencionada, de acuerdo con las directrices establecidas por Fachelli y López (2017).

Muestreo: Se utilizó el muestreo de tipo no probabilístico a conveniencia, su diseño dio pase a que el investigador seleccione a sus participantes en función a su objetivo (Espinoza, 2016).

Criterios de selección: Los criterios de inclusión se centraron en la selección de participantes que hubieran otorgado su consentimiento para participar en la evaluación, se encontraran dentro del rango de edades específico (de 25 a 64 años) y residieran en la ciudad de Chimbote. Por otro lado, los criterios de exclusión abarcaban a los docentes jubilados, a aquellos que presentaran trastornos en el lenguaje, movimiento o desarrollo mental, así como a los recién

graduados con menos de 6 meses de experiencia en instituciones educativas y a aquellos que no completaran la totalidad de los instrumentos requeridos.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: Se opta por emplear encuestas debido a que es factible reunir una amplia gama de datos a través de la utilización de cuestionarios y/o escalas (Gonzalo y Abiuso, 2019). En el proceso de recopilación de datos, se empleó un formulario de Google que contenía el consentimiento informado, el cual era neCésario para proseguir con la respuesta al cuestionario.

Instrumentos

Instrumento 1: Ficha de factores sociolaborales

Se utilizó una hoja de datos generales creada por el autor, siguiendo el modelo de la encuesta realizada por Salgado en 2018. Esta hoja organizó la información en dos grupos principales: aspectos sociales y aspectos laborales. En los aspectos sociodemográficos se recabaron datos relativos a la edad, género y estado civil de los participantes. Por otro lado, en los aspectos laborales se registraron datos relacionados con el nivel educativo, la antigüedad laboral, la situación contractual, el sector en el que trabajan y el nivel escolar en el que enseñan o donde imparten la mayoría de sus clases.

Instrumento 2: Compromiso organizacional

El Cuestionario de Compromiso Organizacional (CCO) fue inicialmente concebido por Meyer y Allen en 1990 en los Estados Unidos y, anteriormente, se denominaba Cuestionario de Compromiso Organizacional (CCQ). En Perú, Figueroa (2016) lo adaptó y consta de 18 preguntas agrupadas en tres categorías: afectivo, continuidad y normativo, cada una con 6 preguntas. Este cuestionario incluye preguntas positivas (1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 17 y 18) y negativas (3, 4, 5 y 13). Puede aplicarse tanto en grupos como de forma individual y está dirigido a personas mayores de 18 años. Utiliza

una escala tipo Likert ordinal que va desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 5 (totalmente de acuerdo).

Existen dos versiones del cuestionario. La primera, creada por Meyer y Allen (1990), consta de 8 preguntas por cada componente, mientras que la segunda versión, revisada por Meyer, Allen y Smith (1993), tiene 6 preguntas por componente. En cuanto a la validez y confiabilidad del cuestionario, se obtuvo un coeficiente alfa (α) global de 0.806. El componente afectivo tuvo una puntuación de $\alpha = 0.748$, el factor de continuidad alcanzó $\alpha = 0.746$ y el factor normativo obtuvo $\alpha = 0.704$. Además, las cargas factoriales para el componente afectivo oscilaron entre 0.297 y 0.849, para el factor de continuidad variaron entre 0.415 y 0.795, y para el factor normativo estuvieron entre 0.219 y 0.727, superando el valor mínimo establecido de 0.20 (Figueroa, 2016).

Método y análisis de datos

Posterior a la recopilación de la información se procedió analizarla en una base de datos Microsoft Office Excel. Se efectuó el análisis de valores atípicos, lo cual permitió descartar 8 participantes por ubicarse fuera de la tendencia de marcación. Luego se exportó al paquete estadístico de ciencias sociales versión 26, en este software se analizaron las frecuencias de los datos sociolaborales y la evidencia descriptiva de la variable compromiso organizacional. Finalmente, el análisis predictivo se realizó en la plataforma Amos de IBM, considerando los índices de ajuste global (CFI y TLI > .90; RMSEA < .080; $X^2/gl < 3$), y parámetros factoriales que permitieron aceptar el modelo (Kline, 2011), cabe destacar que se replanteó en más de una oportunidad el modelo tras la eliminación de reactivos con pesos factoriales inferiores a .50 (Costello y Osbone (2005); asimismo se presenta las regresiones y varianza explicada de los predictores respecto a las variables dependientes (3 modalidades de compromiso organizacional).

RESULTADOS

El estudio contó con la participación de 292 docentes de primaria y secundaria de la ciudad de Chimbote. De estos, el 60.96 % eran mujeres y el 39.04 % eran hombres. En términos de generaciones, el 32.88 % pertenecía a la generación GX. En cuanto al estado civil, el 43.15 % estaba casado. Respecto al nivel académico, el 34.25 % tenía un grado de licenciatura. La mayoría de los participantes (65.07 %) tenía más de 10 años de servicio. En cuanto a la condición laboral, el 65.07 % era nombrado y el 76.37 % trabajaba en el sector privado.

Tabla 1

Características de los participantes (n=292)

Variables	f	%
Sexo		
Masculino	114	39.04
Femenino	178	60.96
Edad		
BBY Bo	67	22.95
GX	96	32.88
GY	93	31.85
GZ	36	12.33
Estado civil		
Viudo	9	3.08
Divorciado	19	6.51
Conviviente	40	13.70
Casado	126	43.15
Soltero	98	33.56
Grado académico		
Magister	72	24.66

Variables	f	%
Licenciado	100	34.25
Titulado	92	31.51
Bachiller	28	9.59
Tiempo de servicio		
10 años a más	180	61.64
6 a 10 años	56	19.18
0 a 5 años	56	19.18
Condición laboral		
Nombrado	190	65.07
Contratado	102	34.93
Sector donde labora		
Privado	223	76.37
Público	69	23.63
Total	292	100.00

Nota. Construido a partir de la obtención de los datos en la ficha sociodemográfica.

De acuerdo con la frecuencia de respuesta para los indicadores del compromiso organizacional se observa lo siguiente: en el compromiso afectivo, los participantes seleccionaron con mayor frecuencia las opciones "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo". En la dimensión del compromiso de continuidad, las respuestas se distribuyeron principalmente entre las opciones "en desacuerdo" y "de acuerdo". En cuanto al compromiso normativo, la opción "de acuerdo" fue la más seleccionada por los participantes. Los valores de asimetría y curtosis indican la presencia de una distribución univariada, ya que se ubican dentro de los intervalos +/- 1.5. Además, se evidencia una buena consistencia interna, con un valor Alfa superior a .70 para cada una de las dimensiones. Esto sugiere que los ítems dentro de cada dimensión miden de manera efectiva el mismo constructo subyacente (ver tabla 2).

Tabla 2

Estadísticos descriptivos del compromiso organizacional (n=292)

Factor	Ítem	Porcentaje de respuesta							M	DE	g1	g2	α
		TD	ED	LD	NN	LA	DA	TA					
Compromiso afectivo	CO1	5.1	7.2	3.4	5.1	17.5	26.7	34.9	5.42	1.78	-1.19	.39	.76
	CO2	3.4	6.8	7.2	9.6	22.3	33.9	16.8	5.09	1.60	-.92	.07	
	CO6	4.8	5.8	5.1	12.7	8.2	28.1	35.3	5.39	1.78	-1.04	.03	
Compromiso de continuidad	CO10	11.0	20.2	12.3	15.4	18.2	18.5	4.5	3.83	1.79	-.03	-1.23	.78
	CO11	12.3	25.7	8.9	20.5	15.4	13.4	3.8	3.56	1.75	.16	-1.13	
	CO12	11.6	21.6	12.0	15.4	16.8	15.4	7.2	3.79	1.85	.08	-1.20	
Compromiso normativo	CO16	2.7	7.5	5.5	14.0	12.0	29.5	28.8	5.28	1.69	-.89	-.20	.71
	CO17	6.2	8.6	9.6	18.5	11.0	30.8	15.4	4.74	1.79	-.56	-.76	
	CO18	5.1	6.5	9.2	21.2	19.2	25.3	13.4	4.72	1.65	-.54	-.44	

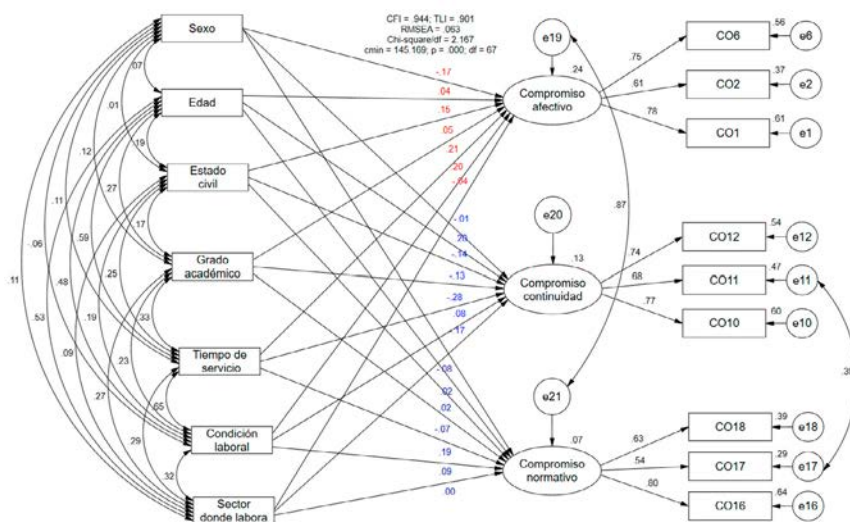
Nota. TD=totamente en desacuerdo; E=en desacuerdo; LD=ligeramente en desacuerdo; NN=ni de acuerdo ni en desacuerdo; LA=ligeramente de acuerdo; DA=de acuerdo; TA=totamente de acuerdo; M=media; DE=desviación estándar; g1=asimetría; g2=curtosis; α =coeficiente Alfa de Cronbach.

Antes de realizar el análisis predictivo del compromiso organizacional en función de las variables sociolaborales, se examinaron las cargas factoriales estandarizadas de cada factor subyacente del compromiso organizacional. Se estableció como condición que los valores fueran superiores a .50, lo que resultó en la estructuración de cada factor con 3 indicadores cada uno. Posteriormente, se incluyeron las 7 variables predictoras y se ejecutó el modelo. El ajuste global resultó ser aceptable (CFI y TLI > .90; RMSEA < .080, $X^2/gl < 3$). Las variables sociolaborales explican el 24 % del compromiso afectivo, siendo las variables con un efecto significativo: sexo ($\beta = -.17$), estado civil ($\beta = .15$), tiempo de servicio ($\beta = .21$) y condición laboral ($\beta = .20$). El compromiso de continuidad se explica en un 13 %, y las variables con efecto significativo son: edad ($\beta = .20$), estado civil ($\beta = -.14$), grado académico ($\beta = -.13$), tiempo de servicio ($\beta = -.28$) y sector donde labora

($\beta = -.17$). Finalmente, el compromiso normativo es explicado en un 7 %, siendo la única variable predictora con evidencia significativa la condición laboral ($\beta = .19$) (ver figura 1).

Figura 1

Gráfico de senderos de los predictores del compromiso organizacional (n=292)



Nota. Elaboración propia.

DISCUSIÓN

El liderazgo efectivo es esencial para ofrecer educación de calidad y crear herramientas que motiven a los profesores a desarrollarse tanto personal como profesionalmente. Los educadores desempeñan un papel crucial al crear un entorno propicio para el aprendizaje estudiantil, requiriendo capacitación para brindar apoyo de manera efectiva. (Parra et al., 2019; Manzano, 2019; Goroshit & Hen, 2016).

Dentro del primer objetivo lo que se busca es analizar los aspectos descriptivos del compromiso laboral, donde se observa que, de acuerdo con la frecuencia de respuesta para los indicadores del compromiso organizacional, se determina lo siguiente: en el compromiso afectivo, los participantes seleccionaron con mayor frecuencia las opciones "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo". En la dimensión del compromiso de continuidad, las respuestas se distribuyeron principalmente entre las opciones "en desacuerdo" y "de acuerdo". En cuanto al compromiso normativo, la opción "de acuerdo" fue la más seleccionada por los participantes. Los valores de asimetría y curtosis indican la presencia de una distribución univariada, ya que se ubican dentro de los intervalos ± 1.5 . Además, se evidencia una buena consistencia interna, con un valor Alfa superior a .70 para cada una de las dimensiones. Esto sugiere que los ítems dentro de cada dimensión miden de manera efectiva el mismo constructo subyacente (ver tabla 2).

Es por ello que se logra evidenciar que el compromiso organizativo es un constructo ampliamente estudiado en el ámbito empresarial. Los resultados obtenidos en el estudio concuerdan con investigaciones anteriores, que buscaban enfatizar la prevalencia en cuanto a aspectos dimensionales donde llegaron a concluir que el factor que más influye en los colaboradores es el compromiso de tipo afectivo (Ames, 2021; Calderón-Díaz, 2022; Centeno, 2019). Por otro lado, el hecho de que los valores de asimetría y curtosis se encuentren dentro del rango aceptable sugiere que los datos se distribuyen normalmente, lo que es importante para realizar análisis estadísticos posteriores. La buena consistencia interna hallada en el estudio también concuerda con investigaciones anteriores que han descubierto que el compromiso organizativo es un constructo fiable (Carlos et al., 2021). Por otro lado, cuando comparamos estos hallazgos con la investigación realizada por Figueroa (2016), donde se obtuvo un coeficiente alfa (α) de 0.806, podemos observar que existe un punto de referencia importante.

Por otro lado, respecto al segundo objetivo, enfocado en analizar los predictores del compromiso organizacional, apreciando que se estableció como condición que los valores fueran superiores a .50, resultando en la estructuración de cada factor con 3 indicadores cada uno. Posteriormente, se incluyeron las 7 variables predictoras y se ejecutó el modelo. El ajuste global resultó ser aceptable (CFI y TLI > .90; RMSEA < .080, X^2/gl < 3). Las variables sociolaborales explican el 24 % del compromiso afectivo, siendo las variables con un efecto significativo: sexo ($\beta = -.17$), estado civil ($\beta = .15$), tiempo de servicio ($\beta = .21$) y condición laboral ($\beta = .20$). El compromiso de continuidad se explica en un 13 %, y las variables con efecto significativo son: edad ($\beta = .20$), estado civil ($\beta = -.14$), grado académico ($\beta = -.13$), tiempo de servicio ($\beta = -.28$) y sector donde labora ($\beta = -.17$). Finalmente, el compromiso normativo es explicado en un 7 %, siendo la única variable predictora con evidencia significativa la condición laboral ($\beta = .19$) (ver figura 1).

Al compararse con el estudio de Salardi (2017), se verificó que, aunque no existen fundamentos que estipulen una alta relación directa entre el estado civil y el compromiso organizacional, la práctica sugiere que las personas casadas o con responsabilidades familiares son más propensas a demostrar dicho compromiso en la práctica. Según Maldonado et al. (2019), los profesores casados o que mantienen una relación comprometida están más dedicados a su profesión que sus homólogos solteros y divorciados. Sin embargo, la investigación de Paz et al. (2020) muestra que el compromiso normativo de los docentes se correlaciona positivamente con el tipo de contrato que tienen. Cornejo et al. (2019) afirman que los instructores con mayor antigüedad están menos comprometidos con las normas de la profesión que sus homólogos más jóvenes, aunque Suárez (2018) rebate que la experiencia aumenta la percepción de los profesores sobre su propia eficacia en el aula.

Esta diferencia podría atribuirse al hecho de que los educadores veteranos son más propensos a depender de sus conocimientos e instintos en el aula, mientras que sus homólogos menos experimentados necesitan más estructura para sentirse exitosos. Contrariamente a los resultados de

Ludeña y Dáz (2021), que encontraron que la satisfacción con el sector laboral está positivamente asociada al work engagement, Sancho (2018) no detectó una asociación significativa entre el sector laboral y el work engagement. Según Herrera et al. (2018), la evaluación de los trabajadores de los beneficios e inconvenientes de su empleo actual está influenciada por su conocimiento de posibles alternativas laborales.

El indicador emocional puede estar influido por características generacionales y experiencias vitales (Galán y Silva, 2021). Según Coronado et al. (2010), el compromiso medido por esta métrica aumenta con la edad del trabajador debido a una mejor perspectiva, experiencia y satisfacción en el lugar de trabajo. Por último, Strzpek-Gomółka et al. (2021) encuentran que existe una correlación estadísticamente significativa entre el indicador de condiciones de trabajo y el compromiso afectivo, y señalan que este compromiso está estrechamente relacionado con la satisfacción laboral (.604), lo cual es beneficioso para las empresas porque garantiza el éxito del equipo.

En resumen, esta investigación ha aportado significativamente a la comprensión al arrojar luz sobre la compleja interacción entre diversas características sociolaborales y el compromiso organizacional. Estos resultados subrayan la imperiosa necesidad de abordar tanto los elementos internos como los desafíos externos que los educadores puedan experimentar, ya que estos representan barreras que, una vez superadas, tienen el potencial de elevar el compromiso laboral en el ámbito educativo. La mejora de las condiciones de trabajo y el bienestar de los profesionales en todos los centros educativos se convierten en objetivos clave.

Asimismo, esta investigación destaca la intrincada naturaleza del tema y enfatiza la relevancia de continuar investigando. Se resalta la influencia significativa de múltiples indicadores en el compromiso organizativo en su totalidad, así como en cada uno de sus componentes. Estos hallazgos subrayan la necesidad de futuros estudios para profundizar en esta relación compleja y comprender de manera más precisa los mecanismos que impulsan el compromiso laboral en el contexto educativo.

CONCLUSIONES

Se analizaron los aspectos descriptivos de la variable predictora del compromiso organizacional evidenciando que los valores de asimetría y curtosis indican la presencia de una distribución univariada, ya que se ubican dentro de los intervalos ± 1.5 , sumado a ello, se obtuvo una buena consistencia interna, indicando que los ítems dentro de cada dimensión miden de manera efectiva el mismo constructo subyacente

Se evidencio que las variables sociolaborales explican el 24 % del compromiso afectivo, siendo las variables más significativas el sexo ($\beta = -.17$), el estado civil ($\beta = .15$), el tiempo de servicio ($\beta = .21$) y la condición laboral ($\beta = .20$). El compromiso de continuidad se explica en un 13 %, y las variables con efecto significativo son: edad ($\beta = .20$), estado civil ($\beta = -.14$), grado académico ($\beta = -.13$), tiempo de servicio ($\beta = -.28$) y sector donde labora ($\beta = -.17$). Finalmente, el compromiso normativo es explicado en un 7 %, siendo la única variable predictora con evidencia significativa la condición laboral ($\beta = .19$).



REFERENCIAS

- Alarcón, M. (2020). Clima y compromiso organizacional según condición y categoría laboral del personal en una institución educativa piloto de gestión pública. *Horizonte de La Ciencia*, 10(19). <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.600>
- Ames Guerrero, R. J. (2021). Factores de atracción y retención del talento humano y su influencia en el compromiso organizacional. *Económicas CUC*, 43(1), 139–152. <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.org.1>
- Ashraf, R. (2018). Multigenerational Employees: Strategies for Effective Management. *International Journal of Economics y Management Sciences*, 7(3). <https://www.hilarispublisher.com/open-access/multigenerational-employees-strategies-for-effective-management-2162-6359-1000528.pdf>
- Calderón-Díaz, C. A. (2022). Compromiso organizacional de mandos medios en la Salud Pública Institucional. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(13), 42. <https://doi.org/10.35381/r.k.v7i13.1619>
- Carlos, C. Rodríguez, M., Herrera, S., Sánchez, Gonzales, C. & Guevara, D. (2021). Determinants of the Organizational Commitment of Teachers in Two Mexican Higher Education Institutions. *Conciencia tecnológica*, 61. <https://www.redalyc.org/journal/944/94467989007/94467989007.pdf>
- Çelik, S. y Arslan, E. (2016). Generations and Their Relations in Social Processes. *SSPS*, 1(1). https://www.researchgate.net/publication/333918242_Generations_and_Their_Relations_in_Social_Processes

- Centeno Pérez, V. E. (2019). Calidad de la gestión administrativa del director y compromiso laboral de los docentes de algunos colegios privados salvadoreños. *RIEE | Revista Internacional de Estudios En Educación*, 19(1), 35–46. <https://doi.org/10.37354/riee.2019.188>
- Chelia, V., Inga, M., Olivares, P. & Escalante, J. (2021). La gestión administrativa y el compromiso organizacional en instituciones educativas. *Propósitos y representaciones*, 9. <https://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/899>
- Cornejo, F. (2019). *El Compromiso Laboral y la Productividad de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Tacna, 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2125/Cornejo-Echenique-Fiorella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilera, A. & Alvarado, A. (2020). Compromiso organizacional: antecedentes y consecuencias. *Conciencia tecnológica*, (60). <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/94465715006.pdf>
- Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 10(7). <https://doi.org/10.7275/jyj1-4868>
- Díaz, A. & Soto, J. (2020). *Factores que influyen en el clima laboral en las organizaciones*. [Trabajo de investigación, Institución Universitaria Politécnico Gran-colombiano]. <https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/1997>

- Espinoza, E. (2016). *Universo, Muestra y Muestreo*. [Trabajo de investigación]. <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
- Fachelli, S. & López, P. (2017). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa: El diseño de la muestra. Capítulo II.4. Editorial: Bellaterra Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- Fernández-Arata, J. (2008). Teachers' Performance and its Relationship to Goal Orientation, Learning Strategies and Self-Efficacy: a Study with Elementary School Teachers in Lima, Peru. *Universitas Psychologica*, 7(2). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672008000200007&lang=es
- Figueroa, C. (2016). *Propiedades Psicométricas del cuestionario compromiso organizacional en trabajadores públicos de la Región de la Libertad*. [Tesis para obtener grado de licenciado, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/263>
- Figueroa, C. (2016). *Propiedades Psicométricas del cuestionario compromiso organizacional en trabajadores públicos de la Región de la Libertad*. [Tesis para obtener grado de licenciado, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/263>
- Flores, J. & Romero, J. (2020). Globalización y Educación en Nicaragua, Impacto en el sistema educativo y transformación de las culturas escolares. *Revista compromiso social* <https://revistacompromisosocial.unan.edu.ni/index.php/CompromisoSocial/article/view/64>
- Galán, C. & Silva, M. (2021). Generational Diversity on the Organizational Commitment of the

- Educational Staff of an HEI. *Conciencia Tecnológica*, 62. <https://www.redalyc.org/journal/944/94469878005/94469878005.pdf>
- Gonzalo, M. y Abiuso, F. (2019). La técnica de encuesta: Características y aplicaciones. *Universidad de Buenos Aires*. <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Goroshit, M., & Hen, M. (2016). Teachers' empathy: Can it be predicted by self-efficacy? *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 22(7), 805–818. <https://doi.org/10.1080/13540602.2016.1185818>
- Hernández, B., Ruiz, A., Ramírez, V., Sandoval, S. & Méndez, L. (2018). Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 820-846. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4981/498159332035/498159332035.pdf>
- Herrera, P., Sánchez, Y. & Sánchez, M. (2018). Efecto mediador de la satisfacción laboral en la relación entre la percepción de oportunidades de empleo alternativos y el compromiso organizacional. Un estudio de caso en una maquila tamaulipeca. *Revista de El colegio San Luis*, 8(16). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-899X2018000200145&script=sci_arttext
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). The Guilford Press.
- Levano, F. & Mamani, K. (2021). *Felicidad y compromiso organizacional en trabajadores de la municipalidad distrital de Cayma, Arequipa 2019*. [Tesis

- de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60558/L%c3%a9vano_EFM-Mamani_CKC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ludeña Vásquez D. E. y Díaz Horna I. A. (2021). Satisfacción laboral y compromiso organizacional en el colegio de bachillerato "Carmen Mora de Encalada", del Cantón Pasaje provincia El Oro en el periodo lectivo 2018 – 2019. *Revista Científica de UCES*, 26(1), 69-83.
- Maldonado-Sánchez, M., Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú, Aguinaga-Villegas, D., Nieto-Gamboa, J., Fonseca-Arellano, F., Shardin-Flores, L., y Cadenillas-Albornoz, V. (2019). Estrategias de aprendizaje para el desarrollo de la autonomía de los estudiantes de secundaria. *Propósitos y representaciones*, 7(2), 415–439. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.290>
- Manzano, A. (2019). Compromiso organizacional y sentido de pertenencia en docentes: un estudio en una institución educativa pública y privada de Quito-Ecuador. *Revista científica*, 9(2). <http://34.222.126.191/index.php/rnv/article/view/220/179>
- Martinez, N., Villalobos, J. & Machado, M. (2020). Self-realization: preparation of the ADO-20 scale for its assessment inteachers. *Revista Estudios en Educación*, 3(4). <http://ojs.umc.cl/index.php/estudioseneducacion/article/view/92/69>
- Mina, J., Pinzón, L., Mora, J., Gomez, D. y Cendales, A. (2016). Afrocolombianos, discriminación y segregación espacial de la calidad del empleo para Cali. *Cuadernos de Economía*, 35(69), <https://www.redalyc.org/journal/2821/282144830008/html/>

- Mora, Y., Romero, C., Muñoz, I. y Sierra, J. (2021). Organizational commitment and demographic factors that encourage absenteeism in franchises in Barranquilla Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(2). https://www.redalyc.org/journal/280/28066593009/html/#redalyc_28066593009_ref20
- Murguía, A., Pozos, B. & Plasencia, A. (2019). Work stress and its relationship with socio-labor factors in teachers of a public preparatory school and of a private one. *Revista Cubana de Salud y trabajo*, 20(1). <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubsaltra/cst-2019/cst191i.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2020). Informe de seguimiento de la educación en el mundo, 2020: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232794>
- Olaz, F. (2003). Autoeficacia, diferencias de género y comportamiento vocacional. *REME*, 6(13). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=640536>
- Parra, M., Visbal, O., Durán, S. E., y Badde, G. (2019). Calidad de la comunicación y actitud de los empleados ante procesos de cambio organizacional Interdisciplinaria. Interdisciplinaria: *Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 38(1), 155-170. <https://doi.org/10.16888/interd.2019.36.1.11>
- Rodríguez, E. & Sánchez, M. (2018). Síndrome de Burnout y variables sociodemográficas en docentes de una universidad privada de Lima. *Revista de Investigación Educativa*, 36(2). <http://dx.doi.org/10.6018/rie.36.2.282661>

- Salardi, P. (2018). *Compromiso organizacional y el ausentismo laboral de los trabajadores operativos en la subgerencia de procesamiento de registros civiles de la RENIEC*. [Tesis de licenciatura, Universidad Garcilaso de la Vega]. http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2724/TESIS_%20SALARDI%20VEIT%20PIERO%20G.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Sancho, E. (2018). *Compromiso organizacional según variables sociolaborales en trabajadores de una Institución Educativa de Lima Metropolitana*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/574297f9-6432-4862-b2d9-213beb51ae3d/content7>
- Strzępek-Gomółka, M., Gaweł-Bęben, K., & Kukula-Koch, W. (2021). Achillea species as sources of active phytochemicals for dermatological and cosmetic applications. *Oxidative Medicine and Cellular Longevity*, 2021, 1–14. <https://doi.org/10.1155/2021/6643827>
- Suarez, S. (2018). Relación entre la autoeficacia docente y la autoestima en profesores que laboran en un grupo de colegios colombianos. *Revista Internacional de Estudios en Educación*, 1, 46-70. <https://riee.um.edu.mx/index.php/RIEE/article/view/191/181>
- Tschannen-Moran, M. and Woolfolk Hoy, A. (2002) The Influence of Resources and Support on Teachers' Efficacy Beliefs. *Open Journal of Social Sciences*, 2(12), [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt-3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1368090](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt-3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1368090)





ARIANA CECILIA DONZELLI

Licenciada en Psicología

Universidad de Flores

ariana.donzelli@uflouniversidad.edu.ar



<https://orcid.org/0000-0003-1920-9181>

SILVANA MARÍA BARÓ

Posdoctora en Psicología

Universidad de Flores

silvana.baro@uflouniversidad.edu.ar



<https://orcid.org/0000-0002-1433-0313>

SANDRA ESTELA SORBARA

Magíster en Sistemas de Salud y Seguridad Social

Universidad de Flores

sandra.sorbara@uflouniversidad.edu.ar



<https://orcid.org/0000-0001-7714-8239>

LOS EFECTOS POSITIVOS DEL APRENDIZAJE UNIVERSITARIO EN ADULTOS MAYORES DURANTE LA JUBILACIÓN

THE POSITIVE EFFECTS OF UNIVERSITY LEARNING
IN OLDER ADULTS DURING RETIREMENT

ARIANA CECILIA DONZELLI
SILVANA MARÍA BARÓ
SANDRA ESTELA SORBARA

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 14-11-2023

RESUMEN

El momento de la jubilación adquiere un carácter significativo y singular relacionado a la historia individual y al contexto socioeconómico, así también a las posibilidades y limitaciones propias de cada sujeto. Transitar positivamente esta etapa implica la redefinición del tiempo, de los vínculos sociales y familiares y de la percepción que el sujeto tiene sobre sí mismo. El aprendizaje en el contexto universitario resulta ser una experiencia significativamente positiva para los adultos mayores porque es una oportunidad para concretar objetivos postergados y ubicarse a sí mismos como sujetos activos, autónomos y productivos. El artículo tiene como objetivo analizar los efectos positivos del aprendizaje universitario en los adultos mayores que se encuentran transitando la etapa de jubilación. Asimismo, busca indagar la relación entre la percepción de la vejez y la experiencia de aprendizaje universitario en el adulto mayor. Se eligió como

diseño un estudio de caso y un muestreo por conveniencia con base en dieciocho entrevistas realizadas a adultos y adultas mayores de sesenta años que se encontraban estudiando cursos o carreras en Universidades públicas o privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires y Río Negro. Los resultados obtenidos permitieron ubicar a la Universidad como un lugar de oportunidades que posibilita la continuidad de proyectos luego de la jubilación, así como, una mayor aceptación de la vejez y un envejecimiento activo. Por último, se encontró una valorización del aprendizaje en esta etapa y potencialidades para aprender, percepción que contrasta con la mirada social estigmatizante hacia la vejez.

PALABRAS CLAVE

Adultos mayores, Jubilación, Curso de vida, Percepción de la vejez, Aprendizaje universitario.



ABSTRACT

The moment of retirement acquires a significant and unique character related to individual history and the socioeconomic context, as well as to the possibilities and limitations of each subject. Positively moving through this stage involves redefining time, social and family ties, and the perception that the subject has about himself. Learning in a university context turns out to be a significantly positive experience for older adults because it is an opportunity to achieve postponed objectives and position themselves as active, autonomous and productive subjects. The article aims to analyze the positive effects of university learning on older adults who are going through the retirement stage. Likewise, it seeks to investigate the relationship between the perception of old age and the university learning experience in older adults. A case study design was chosen, in a convenience sampling based on 18 in-depth interviews with adults over 60 years of age who were studying courses or careers in public or private universities in the Autonomous City of Buenos Aires, Province. from Buenos Aires and Río Negro. The results obtained allowed us to position the University as a place of opportunities that enables the continuity of projects after retirement, as well as greater acceptance of old age and active aging. A valuing of learning at this stage and potential for learning was found; this self-perception contrasts with the stigmatizing social view of old age.

KEYWORDS

Older adults, Retirement, Life course, Perception of old age, University learning.

INTRODUCCIÓN

El momento de la jubilación adquiere un carácter significativo y singular relacionado a la historia individual y al contexto socioeconómico, así como también a las posibilidades y limitaciones propias de cada sujeto. Transitar positivamente esta etapa implica la redefinición del tiempo, de los vínculos sociales y familiares, y de la percepción que el sujeto tiene sobre sí mismo. El aprendizaje en el contexto universitario resulta ser una experiencia significativamente positiva para los adultos mayores en cuanto implica una oportunidad para concretar objetivos postergados y simultáneamente ubicarse a sí mismos como sujetos activos, autónomos y productivos. El artículo tiene como objetivo analizar los efectos positivos del aprendizaje universitario en los adultos mayores que se encuentran transitando la etapa de jubilación. Asimismo, busca indagar la relación entre la percepción de la vejez y la experiencia de aprendizaje universitario en el adulto mayor. Se eligió un estudio de caso como diseño y un muestreo por conveniencia con base en dieciocho entrevistas en profundidad realizadas a adultos mayores de 60 años que se encontraban estudiando cursos o carreras en Universidades públicas o privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires y Río Negro. Para los entrevistados y entrevistadas, incorporarse a un estudio universitario significó atravesar la jubilación con mayor aceptación de la vejez, impactando positivamente en su calidad de vida y autoestima y, a su vez, la posibilidad de un envejecimiento activo.

Desde la perspectiva del curso de vida, el envejecimiento forma parte de la vida misma. Acompañado de una serie de cambios, todos ellos esfuerzan al individuo a la necesidad de adaptación. Así, la posibilidad de adaptarse de un sujeto va a estar influida por diversos factores tales como la personalidad, el nivel de ingreso económico, el estado de salud y el apoyo social recibido. El enfoque del curso de vida resalta tres conceptos fundamentales: trayectoria, transición y turning point (Blanco, 2011). En el largo plazo, el primer concepto permite ubicar el proceso de envejecimiento

en el tiempo, es decir, en un sentido dinámico. Transición refiere a “cambios de estado, posición o situación” (Blanco, 2011, p. 12). El concepto turning point permite ubicar retrospectivamente acontecimientos en la vida de la persona que tienen como efecto cambios cualitativos en el curso de vida. La jubilación implica asumir un nuevo rol y un cambio en la identidad social del sujeto. Asimismo, conlleva cambios cualitativamente significativos en la trayectoria del curso de vida marcados por las expectativas que tenga el individuo acerca de este nuevo estadio de su vida. La vejez es un período crítico en el cual la persona redefine los aspectos de su identidad que tienen que ver no solo con la imagen de sí mismo, sino también con la mirada de los otros sobre la vejez.

Un estudio argentino, realizado por Hermina y Dorina (2011), presenta a través de una revisión bibliográfica, los hallazgos entre años 1978 y 2009 de diversos estudios científicos sobre el fenómeno de la jubilación y su impacto en la salud psicofísica del adulto mayor. El material recabado se sistematizó en seis ejes temáticos: envejecimiento humano, trabajo y jubilación, estrés y trastornos psicofisiológicos, redes de apoyo social y actitud hacia la jubilación. Sintetizando los ejes, se señaló que la jubilación posee un factor psicosocial potencialmente estresante, donde las redes de apoyo social reducen el impacto de esta en la salud; contemplando la relación existente entre trabajo y subjetividad. El trabajo representa para las personas un fenómeno social que estructura su identidad.

En este sentido, la ruptura de la relación entre el sujeto y el trabajo implica un fuerte impacto en la subjetividad, dado que se acompaña de modificaciones en el salario, el consumo y en las relaciones sociales, debido a que el trabajo proporciona un lugar de intercambio social, por lo que la jubilación llevaría a perder el contacto, promoviendo el aislamiento. De ahí que Hermina y Dorina (2011) planteen que la jubilación también genera cambios en el lugar que ocupa el individuo en la sociedad, ya que abandona el rol laboral o de proveedor, para dar lugar a la construcción de un nuevo rol. Por lo tanto, las actividades normales del sujeto se cambiarán de una manera que lo obligue a buscar una nueva posición en relación con

el entorno. El apoyo social, emocional e instrumental percibido por el sujeto amortigua el impacto en la salud, causado por situaciones estresantes como puede llegar a ser el suceso vital de la jubilación, generando mayor bienestar subjetivo.

Al revisar el impacto de los estereotipos y prejuicios sociales asociados comúnmente a la vejez, se encuentra que la percepción social que se tiene sobre el envejecimiento repercute directamente en la manera en la que los adultos mayores se auto perciben y por ende sus comportamientos están en consonancia con la imagen que tienen de sí mismos. Ruiz y Uribe Valdivieso (2002) señalan que existen fundamentos científicos suficientes para refutar el énfasis puesto en una mirada deficitaria acerca de la vejez. Considerar esta etapa desde la perspectiva del ciclo vital implica entenderla como efecto de procesos desarrollados a lo largo de la vida del sujeto. Así también, la actitud que se tome frente a la jubilación dependerá de los significados que se le atribuya a dicho evento. Así, la interpretación realizada estará en función de los recursos que posea la persona, por ejemplo, las redes de apoyo social. La autoestima y las oportunidades sociales se han visto disminuidas como consecuencia de las percepciones negativas sobre la vejez, es decir, percepciones basadas en déficits y deterioros. En esta línea, Hernández Rodríguez (2003) citado por Carbajo Vélez (2009) destacó que las personas mayores piensan que la sociedad las ve como molestas, inactivas, tristes y en última instancia como personas divertidas.

Se estudió la manera en la que el aprendizaje en el adulto mayor logra revertir esa conceptualización social de la vejez como consecuencia del cambio en la percepción del adulto mayor sobre sí mismo. Tal como afirman Troncoso-Pantoja et al. (2019), la inclusión del adulto mayor en experiencias de aprendizaje universitario impacta positivamente en su calidad de vida, tanto en su salud mental como física. Lo mismo ocurre en lo psicosocial, ya que la persona accede a espacios de integración en los que puede establecer vínculos duraderos. El aprendizaje universitario provee a los adultos mayores espacios de disfrute y satisfacción que significan

bienestar psicofísico, activación y conservación de las facultades mentales. Aumenta la sensación de utilidad social y la percepción de la vejez con posibilidades reales de crecimiento personal.

Por último y en esta misma línea de análisis, Narváez Betancur (2011), a través de un estudio cualitativo realizado en la Ciudad de Medellín Colombia, concluyó en el impacto positivo de las experiencias educativas universitarias sobre la calidad de vida del adulto mayor, propiciando un estímulo para la creatividad, los nuevos conocimientos, la participación con inclusión social y el desarrollo de herramientas útiles para transformar su realidad.

MATERIALES Y MÉTODO

El presente artículo se encuentra en el marco de la investigación "Aprendizaje de los adultos mayores en contextos universitarios y proyecto de vida" (Baró et al., 2022). La investigación tuvo un enfoque cualitativo con una muestra por conveniencia constituida por personas mayores de 60 años que concurren a Universidades públicas o privadas. Fueron excluidas de la muestra personas mayores de 60 años que no tenían antigüedad de, por lo mínimo, un año en el ámbito universitario.

Se utilizó como instrumento de recolección de datos la entrevista semi estructurada y en profundidad. Se llevaron a cabo dieciocho entrevistas, algunas de manera presencial y otras fueron virtuales. Antes de comenzar con la entrevista se pidió el consentimiento informado. En el caso de las entrevistas virtuales, los consentimiento se enviaron previamente por mail a los participantes.

Se entrevistó a 15 participantes de sexo femenino y 3 de sexo masculino; todos ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en las Provincias de Buenos Aires y Río Negro, Argentina.

RESULTADOS

De la investigación para el presente artículo se tomaron dos categorías analizadas: *aprendizaje en contextos universitarios* y *proyecto de vida*. Para la categoría de 'proyecto de vida' se tuvieron en cuenta las subcategorías 'crisis vitales' y 'percepción de la vejez'. Respecto de la categoría de 'aprendizaje en contextos universitarios' se creó la subcategoría 'percepción del aprendizaje'.

Es importante resaltar que las subcategorías mencionadas guardan estrecha relación con otras no exploradas para el presente artículo, a saber: motivación para el aprendizaje, percepción del aprendizaje, experiencias en relación con aprendizaje; también actitudes y valores, proyectos y vínculos sociales.

En relación con la subcategoría 'crisis vital', los entrevistados manifestaron que cursar en la universidad luego de la jubilación les brindó gran satisfacción. Así lo expresó el participante N.:

[...] bueno después de 38 años de labor a nivel docente, por más vocación que tengas, me da la sensación de que llegó tu momento de jubilación. Yo al principio no pasaba por mi mente eso, lo negaba, pero luego de algunas experiencias donde me daba cuenta que sufría un desgaste a nivel físico y mental, bueno, tomé la decisión. Y gracias a dios que la tomé. Porque empecé a disfrutar de mi vida personal. Más allá del paréntesis con mis nietas, a mí la universidad me brinda posibilidades muy interesantes. Y realmente me siento muy bien haciéndolo. (Participante N.)

Asimismo, M. manifestó: "La jubilación tendría que ser la continuación de la vida de proyectos de vivir en pocas palabras... Y siento que generó una transformación en mí que llevó a mirarme desde otro lugar y ojalá les sirva mi aporte" (Participante N.).

También L. relató cómo se sintió en el momento de la jubilación:

[...] me levanté como pude, y llamé a uno de mis hermanos y le conté. Me dijo vos vas a caer en depresión, estás acostumbrada a estar en actividad toda la vida, y me dice

“hacete una carrera”. Y cuando corté con él pensé que me gustaría estudiar, y dije Psicología... Y acá estoy, contenta.
(Participante L.)

Respecto de la subcategoría “percepción de la vejez”, los entrevistados resaltaron la mirada social acerca de la vejez y la autopercepción sobre esta etapa vital:

Así, M. sostuvo: “Porque al estar esa estigmatización de la edad decís hasta acá llegué, no va más. Y no es así. Yo quiero que la vida sea más larga para poder aprender más y poder seguir descubriendo un poco más esto”
(Participante M.).

Y luego agregó:

[...] en el mundo actual los hijos todos trabajan, todos, no están nunca, pueden nunca nada y el adulto empieza a quedar solo excluido del mundo y si sale capaz de que un vecino lo saluda hoy se siente como que está como que lo van dejando de lado. (Participante M.)

Asimismo, S. resaltó el carácter activo de la vejez: “Es como decir, mirá, lo logramos, podemos, aunque tengamos 70 años, no es una cuestión de edad. Uno puede tener expectativas, expectativas intelectuales, de todo tipo, no? Sí, yo, para mí es una hermosa edad para poder hacer”. Y agregó: “Yo continuo mostrándoles cosas que con mi edad se pueden hacer”
(Participante S.).

En la misma línea, M. manifestó:

Si problematizamos la adolescencia, ¿por qué no esta etapa? Yo tengo 67 años, con mis arrugas y mis canas está bien. Pero eso es afuera. ¿Y adentro? Adentro sigue trabajando todavía y hay un cúmulo de experiencia que la vas tapando y se te llena de telarañas. (Participante M.)

También E. resaltó: “estoy aprendiendo con esta red y tener una vejez digna porque he tomado conciencia que estoy en la tercera edad” (Participante E.).

En cuanto a la subcategoría ‘percepción del aprendizaje’, los entrevistados pudieron ubicar los significados atribuidos y la importancia que tiene la experiencia de transitar aprendizajes en esta etapa de sus vidas. Así, G. resaltó:

[...] creo que la carrera te da un desarrollo personal muy grande...Y obviamente ese desarrollo te sigue dando espacios de aprender. O sea, yo voy a seguir aprendiendo. Creo que voy a seguir aprendiendo hasta el día que me muera. Sí, porque considero al aprendizaje, no como otras personas que creen que aprendizaje es estudiar. No, para mí aprendizaje es todo. Toda mi vida está atravesada por el aprendizaje. (Participante G.)

También Mr. dijo:

Pero es fundamental para mí seguir aprendiendo y si no hago más es porque no me da el tiempo te soy sincera. Siempre estoy buscando en internet. Tenés que aprender lo que sea, pero tenés que aprender. (Participante Mr.)

Por su parte, M. expresó:

Este intercambio, es vital para mí. Llegar a esta altura de mi vida, entender esto y no irme si esto es muy lindo. Porque al estar esa estigmatización de la edad decís hasta acá llegué, no va más. Y no es así. Yo quiero que la vida sea más larga para poder aprender más y poder seguir descubriendo un poco más esto. (Participante M.)

De la misma manera, C. señaló: "Así que un poco de placer para mí es ser algo que a mí me guste, que yo quiera que lo esperé toda la vida...no nos quedemos con las ganas de aprender cosas aunque seamos grandes" (Participante C.).

Finalmente, el participante A. también refirió: "O sea, para mí la edad no es impedimento para nada" (Participante A.). N., por su parte, señaló: "Es decir como uno desde el aprendizaje puede ir creciendo en estas cuestiones. Yo creo que mis dos mini metas como lo llamo yo, tienen que ver primero con seguir aprendiendo y actualizarme" (Participante N.).

DISCUSIÓN

En relación con la jubilación y relación con el ciclo vital, se ubica una coincidencia con lo expresado por Sirlin (2007) quien establece que las personas jubiladas se distinguen por tener numerosas experiencias vitales, capitales culturales y sociales que han ido construyendo a lo largo de su vida, constituyendo un saber que les pertenece y forma parte de su historia personal. Cabe agregar que la jubilación implica asumir y/o fortalecer nuevos roles, para lo que es importante descubrir deseos, potencialidades y reflexionar sobre la percepción del mundo y la libertad de elección. Así, los recursos que se adopten para enfrentar cambios y crisis son cruciales para adaptarse adecuadamente a nuevas etapas.

Los entrevistados y entrevistadas manifestaron que significó un cambio a nivel personal con relación al tiempo que quedaba sin ocupación y también los vínculos familiares. Se pudo analizar que, para ellos, esta etapa significó poder cumplir sueños y proyectos de la juventud. Esto coincide con lo planteado por Troncoso-Pantoja et al. (2019) y Narváez Betancour (2011) acerca de que las experiencias de aprendizaje universitario en el adulto mayor, estas experiencias tienen consecuencias positivas en su salud ya que favorecen la disminución de la dependencia y el desarrollo de nuevos lazos sociales.

En la mayoría de los casos, los entrevistados y entrevistadas hicieron referencia a la edad y a la diferencia generacional respecto de sus compañeros de carrera o curso. Asimismo, se pudo evidenciar que esa diferencia está signada por los prejuicios propios en cuanto a las posibilidades de incluirse satisfactoriamente en un grupo. Se encontró en los relatos que los entrevistados se sorprenden cuando esa inclusión es positiva y que, en la realidad, se encuentran con sensaciones y experiencias de compañerismo y empatía, rompiendo de esta manera con los miedos y barreras personales.

Así, siguiendo a Carbajo Vélez (2009) se logra revertir la mirada social y de sí mismo que se tiene sobre la vejez, potenciando de esta manera una percepción proactiva y óptima de oportunidades. En la misma línea,

se halló coincidencia con Ruiz y Uribe Valdivieso (2002) que rechazan la concepción de la vejez desde la perspectiva del déficit. Aunque en todos los casos se manifestó un claro interés, per se, para la formación académica en determinada área del conocimiento (Psicología, Educación, Abogacía, etc.), el aprendizaje en el adulto mayor significa también una acción para la promoción del envejecimiento activo.

CONCLUSIONES

Retomado el objetivo propuesto en el presente artículo, por un lado, analizar los efectos positivos del aprendizaje universitario en los adultos mayores que se encuentran transitando la etapa de jubilación; y por otro, indagar la relación entre la percepción de la vejez y la experiencia de aprendizaje universitario en el adulto mayor, se puede concluir, basados en la bibliografía estudiada y los resultados del análisis de entrevistas realizado, que la incorporación de los adultos mayores en experiencias de aprendizaje universitario impacta favorablemente en todos los órdenes de su vida. Se encontró que transitar estudios durante la vejez permite encontrar nuevos proyectos y sentirse activo, en especial en esta etapa de retiro laboral.

La persona experimenta un proceso de desvinculación como resultado tanto de la ausencia de participación en actividades productivas como del aislamiento relacional. Por lo tanto, mantenerse al día con las actividades realizadas durante la mediana edad o adquirir nuevas habilidades se convierte en un juego que puede ayudar a transitar la edad adulta de manera adecuada. La identidad auto percibida de las personas mayores facilita la adquisición de seguridad y respeto por sí mismos, y éstos son componentes cruciales en esta era emergente.

REFERENCIAS

- Baró, S., Godoy, M., Sorbara, S., Paola, J., Scabone, V., Calderón, G., Di Croce, P., Gómez González, R., Passarelli, M., Rudoni, N.; Nadal, Z., Mielnik, F., Müner, S., Donzelli, A., Castelletto, P. (2022) *Aprendizaje en contextos universitarios y proyecto de vida en adultos mayores*. [No publicado]. Secretaría de Investigación y Desarrollo de Universidad de Flores.
- Blanco, M. (2011). El enfoque del curso de vida: orígenes y desarrollo. *Revista Latinoamericana de Población*, 5(8), 5-31.
- Carbajo Vélez, M. (2009). Mitos y estereotipos sobre la vejez. Propuesta de una concepción realista y tolerante. *Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 24, 87-96.
- Hermida y Stefani, D. (2011). La jubilación como un factor de estrés psicosocial. Un análisis de los trabajos científicos de las últimas décadas. *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 8(2), 101-107.
- Narváez Betancur, M. E. (2011). Aprendizaje y participación del adulto mayor en contextos universitarios. *Revista Senderos Pedagógicos*, 2(2), 55-63. <https://doi.org/10.53995/rsp.v2i2.18>
- Orte Socías, C y March Cerdà, M. (2007) Envejecimiento, educación y calidad de vida: la construcción de una gerontología educativa. *Revista Española de Pedagogía*, 237, 257-274.
- Ruiz, E. y Uribe Valdivieso, C. (2002). Psicología del ciclo vital: hacia una visión comprehensiva de la vida humana. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 34(1-2), 17-27.

- Sirlin, C. (2007) La Jubilación como Situación de Cambio. La preparación para la jubilación como acción estratégica para su abordaje. *Comentarios de Seguridad Social*, 16, 46-73. <https://www.bps.gub.uy/1671/la-jubilacion-como-situacion-de-cambio-c--sirlin.html>
- Troncoso-Pantoja, C., Muñoz-Roa, M., Amaya-Placencia, J., Díaz-Aedo, F., Sotomayor-Castro, M., Jerez-Salinas, A. (2019) Mejorando la calidad de vida en adultos mayores a través de la experiencia universitaria. *Gerokomos*, 30(3), 113-118.







LETICIA MONTSERRAT CISNEROS MORALES

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Universidad de Valle de Atemajac (UNIVA)

leticia.cisneros@univa.mx



<https://orcid.org/0009-0000-2370-2118>

FABIÁN ACOSTA RICO

Doctor en Antropología

Universidad de Valle de Atemajac (UNIVA)

generalmiramon@yahoo.com.mx



<https://orcid.org/0000-0002-3935-4709>

GEORGINA VÁZQUEZ HERRERA

Doctorado en Ciencias de la Comunicación

Universidad de Valle de Atemajac (UNIVA)

georgina.vazquez@univa.mx



<https://orcid.org/0009-0003-5046-2211>

LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS RELIGIOSIDADES DERIVADAS DE LOS CONSUMOS E INCLINACIONES CULTURALES EN LOS MILLENNIALS Y CENTENNIALS*

THE CONSTRUCTION OF NEW RELIGIOSITIES
AS A RESULT OF THE CONSUMPTION AND
CULTURAL INCLINATIONS OF MILLENNIALS
AND CENTENNIALS UNIVERSIDAD DEL VALLE DE
ATEMAJAC (UNIVA)

LETICIA MONTSERRAT CISNEROS MORALES
FABIÁN ACOSTA RICO
GEORGINA VÁZQUEZ HERRERA

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 16-11-2023

RESUMEN

El presente artículo, resultado de la investigación "La construcción de nuevas religiosidades derivadas de los consumos e inclinaciones culturales en los *Millennials* y *Centennials*", tiene como objeto describir las nuevas religiosidades emergentes en la generación mencionada, presentando una correlación entre los resultados cuantitativos y cualitativos de este proyecto.

Dicha investigación tuvo su aplicación y desarrollo en la ciudad de Guadalajara, México. Sin embargo, los resultados aquí presentados son producto de su aplicación en La

* Créditos a la investigación: Fabián Acosta Rico; Asesoría en la investigación: Irma Livier De Regil Sánchez; Participantes: Leticia Montserrat Cisneros Morales, Georgina Vázquez Herrera, Luis Eduardo Ayala Salazar. Septiembre 2023.

Piedad, Michoacán, lo que permitió identificar las creencias religiosas de los jóvenes de esta ciudad, así como sus prácticas espirituales, consumos en literatura, cine, televisión y relaciones interpersonales que han influenciado estas mismas creencias.

Este trabajo partió del presupuesto de que las lealtades religiosas de estos jóvenes se consideran susceptiblemente más laxas en comparación con otras generaciones anteriores, sin embargo, en su praxis religiosa, podría tratarse de una generación cada vez más lúdica, que busca con mayor frecuencia espacios de ocio. En ese sentido, es posible que estos jóvenes no estén totalmente desprendidos de su creencia educada en el hogar, a pesar de que tengan acercamientos con algunas otras doctrinas, puesto que en su asimilar de otras creencias no pueden desprenderse, del todo de su condición de homo religiosos, es decir, de las creencias, ideas, rituales y valores religiosos que aprendieron en sus primeros años a través de los cuales entienden, definen o asimilan cualquier otra creencia religiosa o espiritual. Desde la hipótesis planteada, se considera que hay gran posibilidad de que prevalezca una pluralidad y laxitud religiosa, mas no que la secularización acabará totalmente con la fe en lo sagrado o en lo divino.

PALABRAS CLAVE

Creencias, *Millennials*, *Centennials*, Praxis religiosa, Pluralidad religiosa, Eclecticismo y Homo Religiosus.

ABSTRACT

The present article is the result of the investigation "The construction of new religiosities derived from consumption and cultural inclination of *Millennials* and *Centennials*", it has the objective to describe the new religiosities emerging from the generation mentioned, presenting the correlation between the results of the quantitative and qualitative results of the project.

This investigation had the application and development in the city of Guadalajara, Mexico. However, the results presented are product of the application in La Piedad, Michoacan, that permitted to identify the religious beliefs of young people of this city, and their spiritual practices, consumption of literature, movies, television, and interpersonal relations that have influence on their believes.

This work started from the presumption of religious loyalties of the young people that are considered susceptible laxer compared to previous generations, however in the religion practice it could refer to an increasing more interested and playful generation that is looking for more recreational areas. In this way it is possible that these young people are not totally detached of the education in home, even though they have approaches to some doctrines, since in their assimilation of other beliefs they cannot detach themselves from other beliefs in a way because of their condition of religious being, to say in an other way, their believes, ideas, rituals and religious values that they learned in their first years through which they understand, define or assimilate any other religious or spiritual belief. From the hypothesis proposed, it is considered that there

is a great possibility that a plurality and religious laxity will prevail, but not that secularization will totally end faith in the sacred or in the divine.

KEY WORDS

Beliefs, Millennials, Centennials, Religious Practice, Religious Plurality, Eclecticism and Homo Religious.



INTRODUCCIÓN

Dentro de los comentarios de la sociedad actual y en una hipótesis de este trabajo se señala que no se cree que las religiones y la religiosidad en sí vayan a desaparecer en un futuro. Se sostiene que está en marcha una gran reforma secular, una revolución cultural, que tiende a subvertir los viejos paradigmas religiosos ahorrándose las estridencias seudo místicas y los manifiestos político-religiosos. En buena medida, este cambio no es remolcado por los nuevos movimientos religiosos; los principales impulsores de este cambio paradigmático son el mercado mundial de las religiones y el esoterismo de masas; ambos crean y abastecen las demandas clientelares de millones de consumidores de contenidos y productos que recrean las formas de lo sagrado, lo santo, lo milagroso y de lo religioso en general.

Hay signos que indican que se atestigua una verdadera revolución en materia religiosa, así como una menos convulsa en lo político. Sin embargo, en términos culturales, dicha transformación es equiparable a la Reforma protestante del siglo XVI. No se cree, por otra parte, que esta revolución implique un descarte total de las viejas formas religiosas.

Una religiosidad que, como se intenta demostrar, será cada vez más libre de fiscalización clerical, sin templos o con espacios sagrados movibles o incluso virtuales, atenta a la novedad, sensacionalista, lúdica, laxa o desmarcada de lealtades o de compromisos vitalicios, curiosa y abierta a experiencias intensas, receptiva e incluso demandante de manifestaciones sobrenaturales. En síntesis, más receptiva, sincrética y eclética.

Por otro lado, para hacer un diagnóstico preliminar y acotado de hacia dónde apuntan estos cambios y transformaciones de la religiosidad, y por ende del propio homo religiosus (en qué y cómo creará) es que se interesa analizar el perfil religioso de los *millennials* y *centennials*, valiéndose de instrumentos y recursos metodológicos cuantitativos y cualitativos y que a lo largo de este artículo se presentan como parte de los resultados obtenidos.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Demostrar que, lejos de consolidarse el ateísmo o el agnosticismo, entre las nuevas generaciones, en particular la Y y la Z, estas propenden hacia nuevas religiosidades muy distintas a las practicadas por sus antecesores; religiosidades menos leales a un solo culto, más eclécticas y laxas.

Objetivos particulares

1. Analizar qué tanto y en qué serán distintos las nuevas praxis, paradigmas y religiosidades respecto a las anteriores.
2. Sondear en qué medida las creencias e ideas religiosas que se aprenden a través de praxis religiosas formales o tradicionales subsisten e incluso sirven de base y referencia en la comprensión, asimilación o rechazo de otros credos religiosos o espirituales.
3. Levantar registros antropológicos y sociológicos que aclaren el tipo de religiosidad a la que propende dicha generación mediante encuestas y entrevistas a profundidad.

METODOLOGÍA

Desde un enfoque cualitativo, se pretendió realizar, primeramente, un total 20 entrevistas a jóvenes cuyos perfiles socioeconómicos cubren, fenotípicamente, la población a investigar: los *millennials* y *centennials* que habitan La Piedad, Michoacán. A ellos se les aplicó la encuesta a manera de entrevista, la cual fue grabada. Inicialmente, el objetivo fue obtener respuestas, amplias y detalladas a cada una de las preguntas del instrumento. Esto con la intención de obtener algunos datos cualitativos que pudieran escapar o no puedan ser visibilizados dada la rigidez estructural de la encuesta. A la par, el instrumento fue aplicado por un equipo de encuestadores, todos voluntarios y estudiantes de la UNIVA.

Ya en terrenos metodológicos más cuantitativos, las encuestas fueron aplicadas a un total de 400 personas; la intención era reunir a un equipo de

voluntarios calculando que cada uno la aplique a 20 personas. El tiempo del levantamiento fue de dos meses aproximadamente. Los lugares visitados fueron especialmente los centros escolares, principalmente preparatorias y facultades, plazas públicas y comerciales.

Concluida esta primera fase, se realizó el vaciado de la información y su procesamiento. Este trabajo demandó un tiempo de entre uno a dos meses. Finalmente, la formulación del informe: tablas, gráficas, análisis y diagnósticos lo efectuaron los responsables del proyecto.

Población

Jóvenes pertenecientes a la generación Y y Z, de entre 15 (mínimo) y 30 (máximo) años que habiten en la zona urbana de La Piedad. De acuerdo con INEGI, en el 2020 había en Michoacán un total de 1 millón 166 mil jóvenes de entre 15 a 29 años, quienes representaban un aproximado del 24,55 % de la población total del estado.

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Creencia en Dios y apego religioso

Los presentes resultados son una correlación entre la información obtenida de la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa, presentando un análisis de ambos hallazgos, donde principalmente se muestra la inclinación religiosa y credencial de los jóvenes piedadenses (creen o no creen en Dios), prácticas religiosas y neo espirituales, así como la influencia que tiene sus consumos y contextos en esta formación personal.

El punto principal que se cuestionó tanto en las entrevistas perteneciente al análisis cualitativo, así como las encuestas que se realizaron por la parte cuantitativa, fue sobre la creencia en Dios y en la iglesia católica, puesto que de aquí partían, en cierto punto, condicionadas las siguientes respuestas.

Cristian Camacho de 17 años: "En Dios creo 100 %, en la iglesia he tenido alguna desvariación o algunos inconvenientes que a lo mejor hacen que no me atraiga tanto, pero me considero una persona plenamente católica".

Mario Rodríguez de 24 años: "Creo que está bastante arraigado por las costumbres que tengo desde mi hogar, es algo que se me ha inculcado y actualmente tengo todos los acontecimientos como el bautismo, la confirmación son los que me han acercado a esa religión".

Pilar Villa de 17 años: "Es un caso muy raro porque yo creo que somos de las pocas familias en La Piedad que somos ateos, no sé si haya más. Mis papás los dos son ateos y pues mi hermano y yo también lo somos, no practicamos ningún ritual de ir a misa, según no estamos bautizados, ni hemos hecho la primera comunión, entonces no, no creo en absolutamente nada".

Dentro de esta investigación, se encontró una inclinación hacia la creencia de un Dios, aunque los participantes no manifiestan un apego a alguna iglesia o religión; dentro de las entrevistas también se percibe, aunque en menor porcentaje, quienes no creen tampoco en un Dios.

Anteriormente se presentaron tres respuestas obtenidas de participantes, donde la creencia hacia un Dios se divide en tres posibilidades según lo obtenido: creen en Dios, pero como un ser individual y no necesariamente ligado a la iglesia, o bien, creen en Dios y también tienen un acercamiento con la iglesia. También se descubrió que por lo menos dos entrevistados del total no creen ni en Dios ni en la iglesia.

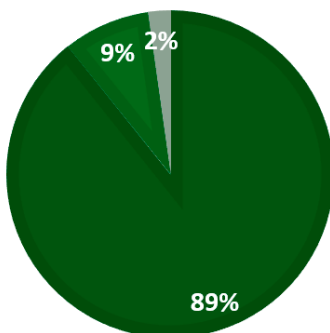
Observando la figura 1 y la figura 2 se puede evidenciar que el 89 % de los 400 encuestado sí pertenecen a una religión, y en su gran mayoría se desarrollan en el catolicismo, algo que definitivamente no sorprende, puesto que La Piedad se ha caracterizado por ser una comunidad católica percepción que se sustenta en una imagen tan representativa como lo es el Señor de La Piedad. Ahora bien, una cosa es pertenecer e identificarse con una religión, pero eso no significa que los participantes sean miembros activos de esta. Como se muestra en la figura 3, solo el 27 % de los encuestados se identifican con creencias fuertes y arraigadas, el 14 % son creyentes por convicción, el 26 % por tradición y el 24 % se consideran espirituales, pero sin iglesia.

Figura 1

Religión que profesan los jóvenes piedadenses

¿TIENES ALGUNA RELIGIÓN?

■ Sí tiene ■ No tiene ■ No contesta

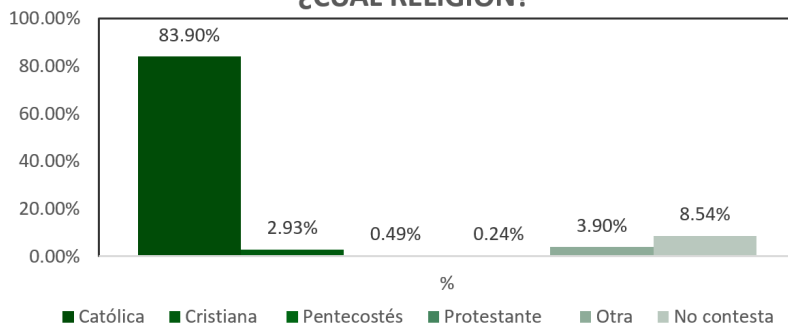


Nota. La gráfica presenta el porcentaje de *millennials* y *centennials* piedadenses que tienen alguna religión. Elaboración propia.

Figura 2

Religión que profesan los jóvenes piedadenses

¿CUÁL RELIGIÓN?



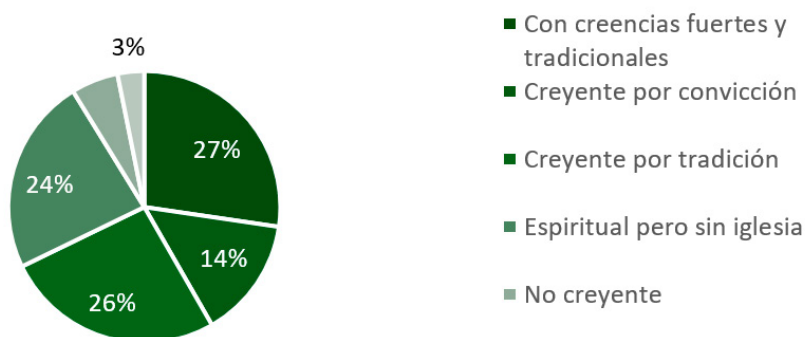
Nota. Esta gráfica muestra las religiones que predominan en los encuestados. Elaboración propia.

Estos resultados en conjunto con lo obtenido en las entrevistas pueden reducirse a que los jóvenes sí creen en Dios, pero estas creencias se desprenden de la iglesia; para ellos no está ligada una cosa y la otra.

Figura 3

Identificación de los jóvenes en cuanto a su acercamiento religioso

¿CÓMO DIRÍAS QUE TE IDENTIFICAS EN TÉRMINOS RELIGIOSOS?



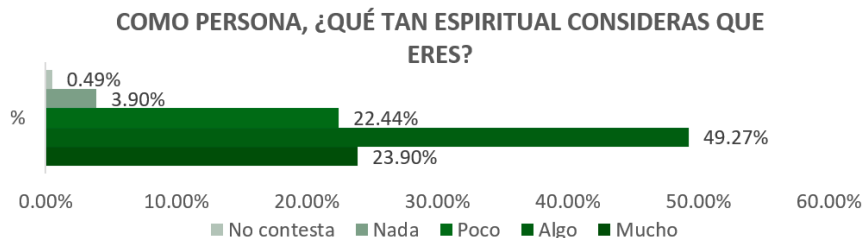
Nota. Los resultados mostrados comparten cómo es que los jóvenes se consideran en términos religiosos. Elaboración propia.

Espiritualidad

Tal como se muestra en la figura 4 , gran parte de los encuestados se identifican en la designación "mucho", en cuanto a espiritualidad, o bien "algo", lo que quiere decir que sí mantienen una espiritualidad considerable, pero ¿cómo definen ellos esta espiritualidad?, o ¿qué tan alineado está para ellos este término con Dios y la iglesia?

Figura 4

Espiritualidad de los jóvenes piedadenses



Nota. La gráfica representa cómo se sienten los encuestados respecto a la espiritualidad. Elaboración propia.

Estas preguntas pudieron responderse gracias a las entrevistas de profundidad donde se identificaron que algunos jóvenes viven su espiritualidad por medio de Dios y su acercamiento con él, pero en otros casos como lo es el de Zalatiel, la espiritualidad se vive desde algo total y completamente interno: consigo mismo.

Zalatiel Estrada 22 años: “La espiritualidad es este lado que nosotros tenemos, incluso creyendo en nosotros mismos y que podemos a veces lograr las cosas, el proponernos alcanzar ciertas metas y valorar nuestro trabajo, más que nada creo que es eso”.

Un gran número de encuestados se identifica como espiritual, aunque no necesariamente ligado a cuestiones religiosas y, por supuesto, hay quienes sí identifican este término como un acercamiento y diálogo con Dios:

Rigo Sandoval 24 años: “Pues me gusta meditar, sobre todo en momentos cuando estoy solo o me siento muy presionado por las tareas o por mi familia o así, también me gusta sentir que ese Dios en el que creo es cercano a mí y que no me juzga cuando cometo ciertos errores, entonces, el acercarme a través de la meditación a ese Dios en momentos difíciles creo que me hace una persona espiritual”.

MASONERÍA, SOCIEDADES SECRETAS, BRUJERÍA Y RITUALES

Para la gran mayoría, la masonería y las sociedades secretas han sido eso exactamente, secretas, tanto que no es tan fácil identificar a uno de sus integrantes de la misma manera en la que se identifica un católico, un pentecostal, hermano separado e incluso un ateo, por lo que también se abre un panorama dentro de esta investigación, para conocer la percepción y conocimiento de los entrevistados en cuanto a estas organizaciones.

Tubau (2008) comparte en el libro “La verdadera historia de las sociedades secretas”, que estas suelen mantenerse así por dos razones, ya sea porque llevan actividades secretas como cultos, rituales, ceremonias de iniciación, etc., o porque buscan mantener su existencia en secreto. A lo largo de los años han sido tan secretas que el registro de las primeras sociedades data en el año 40 000 a. C. con la primera fundación de las escuelas Mistéricas, de las que hay muy poca información debido a la manera en la que llevaban a cabo sus reuniones.

Es importante mencionar que, dentro de las investigaciones de carácter cualitativo, ninguno de los entrevistados se refirió a estas sociedades como parte de su conocimiento y mucho menos que en algún momento hayan tenido acercamiento. Ha llamado la atención que los jóvenes de La Piedad, Michoacán, no están interesados en profundizar más sobre el tema o al menos, antes de que se diera esta entrevista, no era un tema que llamara su atención para investigar sobre estas sociedades, sino que se ha dejado entre esas leyendas urbanas que no saben si creer o no en su existencia, o que creen que hay algo al respecto, pero no es de su interés.

En cuanto a la brujería, chamanismos y actividades similares, y a diferencia de las sociedades secretas, los jóvenes piedadenses sí tienen un tanto más de conocimiento al respecto, sin embargo, no es algo que estén acostumbrados a realizar.

Michelle Ibarra: “En una ocasión tuve una amiga que con todo esto de los amarres y cosas de ese tipo, ella quería

hacer un amarre, entonces después comenzó a tener una rachita difícil en su vida y yo al estarla observando y cosas así, ella en los temazcales y todo intentó irse a sanar y todo ese tipo de cosas, me di cuenta que con esos temas no se juega, no es como cualquier cosa porque mueves mucha energía, entonces creo que se les debe que tener mucho respeto y tristemente hay mucha charlatanería en estos temas o mucha gente abusa de estas situaciones como a lo mejor de magia, misticismo y espiritualidad para sacar dinero a la gente y extorsionarla, entonces son temas que a lo mejor no tienen mucha veracidad sin embargo, por toda esa gente que se ha encargado de hacerlo es por lo cual pierde como totalmente esa valía que podía tener”.

Este comentario da un acercamiento al cuestionamiento de la creencia y postura de los jóvenes ante la magia, brujería, tarot, astrología, etc., al reafirmar que, independientemente de las creencias al respecto, estas prácticas no son un tema que deba tomarse a la ligera sin antes profundizar en la información que hay al respecto y definir un criterio propio. Aunque la mayoría de los entrevistados afirmaron no creer en ello, siete de los participantes sí lo hacen, acentuando además que el tema creó una participación más amplia donde se expusieron incluso algunas anécdotas. Lo anterior demuestra que, aunque la mayoría de los entrevistados no participan de estas prácticas, se trata de un tema de interés para algunos de los entrevistados, del cual hay mucha más información comparado con lo mencionado sobre la masonería y sociedades secretas.

Prácticas neo-espirituales

Como se muestra en la tabla 1, correspondiente a los resultados obtenidos con el método cuantitativo, los *millennials* y *centennials* de La Piedad no tienen una tendencia por ese tipo de prácticas como consulta de horóscopos, lectura de cartas, rituales, limpiezas, etc., lo que nos lleva a descartar que estas nuevas generaciones estén transitando hacia prácticas

fuera de la iglesia. Es decir, no son cercanos a praxis neo-espiritualistas (New Age) como suplentes de prácticas eclesiales o espirituales, por ejemplo.

Tabla 1

Resultados de encuesta sobre prácticas neo-espirituales

Variables	La realiza de manera frecuente	La realiza de manera ocasional	La ha realizado solo alguna vez	No la ha realizado nunca	No sabe
Consultar tú horóscopo	14.63 %	30.73 %	33.66 %	18.05 %	2.93 %
Consultar el tarot/ lectura de cartas	4.63 %	9.27 %	19.27 %	60.73 %	6.10 %
Practicar meditación	10 %	19.02 %	21.71 %	42.93 %	6.34 %
Acudir a temazcales rituales	2.44 %	2.44 %	12.44 %	75.61 %	7.07 %
Realizarse limpiezas	4.63 %	9.27 %	20 %	60.73 %	5.37 %
Practicar Yoga	4.39 %	9.76 %	17.32 %	61.22 %	7.32 %
Uso de amuletos	13.41 %	12.93 %	20.49 %	47.80 %	5.37 %
Practica de Feng shui	1.95 %	3.41 %	5.37 %	64.15 %	25.12 %

Nota. La presente tabla muestra las prácticas y frecuencia con la que los encuestados las realizan. Elaboración propia.

Ahora, en comparación con la investigación cualitativa realizada, se obtuvo que diez jóvenes de los veinte entrevistados aseguraron que sí profesan alguna de las prácticas neo-espirituales, donde se contempla la ley de atracción, yoga y meditación como las actividades a las que recurren. Mientras que los otros diez jóvenes no profesan ninguna de estas, lo que da un valor igualitario, dejando ver que para la mitad de los entrevistados hay apertura a ideas fuera de las costumbres pertenecientes a cualquier religión. Esta es una de las praxis que, aunque muchos no se conocían bajo el término “neo-espiritual”, tienen valor para los jóvenes en la actualidad debido a que comulga con su filosofía de vida y a la cual perciben fructífera o útil para su vida.

Sin embargo, es importante aclarar que quienes recurrieron a la ley de atracción, lo hicieron meramente por curiosidad, mientras quienes aseguraron practicar yoga, lo asocian a una actividad de relajación en situaciones de estrés y ansiedad, por lo que ninguna tiene una relación de creencia religiosa, sino como aporte para una estabilidad de la salud mental.

Fernanda Hernández 25 años: hubo un momento en el que estuvo muy sonado esto del Secreto, que el Secreto o la ley de la atracción que era lo que tú desearás, lo desearas tanto que se vuelve realidad que el mundo o todo a tu alrededor va a hacer que eso suceda. Sí lo llegué a realizar en algún momento, pero la verdad creo que no estaba en un momento espiritual preparada porque no podía yo discernir si estaba pasando o no, creo que lo hice más porque como era el auge del momento, pero sí me interesaría practicarlo. (Entrevista personal)

Jessica González 25 años: la meditación sí la he practicado porque estaba tomando terapia psicológica, entonces fue algo que me recomendó mi psicóloga para la concentración y el yoga nada más desde el aspecto de ejercicio, nunca más allá, o sea yo sé que tiene una relación como que más espiritual y todo eso, pero honestamente no lo práctico desde ese lado, lo hago más desde el lado de la salud y para tener más flexibilidad. (Entrevista personal)

Teorías sobre mundos paralelos, universos holográficos y viajes en el tiempo

En las generaciones actuales, sin duda, se muestra una mayor apertura ante otras costumbres y creencias. Uno de los temas que en los últimos años ha impregnado incluso en las pantallas grandes a través de películas y series es el relacionado con mundos paralelos, universos holográficos, viajes en el tiempo, etc. El tener la posibilidad de que haya un "yo" en otro tiempo, universo o cualquier sitio, se ha vuelto en una teoría que influye en las creencias de algunas personas. Max Tegmark (2003) asegura que la idea de un alter ego no es tan descabellada, debido a que la avalan las observaciones astronómicas; incluso menciona los modelos cosmológicos actuales que predicen que cada individuo tiene un gemelo en una galaxia distinta. Parte del universo aún es desconocido para los humanos por lo que distintas teorías, como la ya mencionada, incrementan la percepción de la posibilidad de la existencia de un *alter ego*.

Justo estas nuevas creencias pueden llegar a tener cierta contradicción con las costumbres religiosas más tradicionales como la católica que se profesa mayor mente en La Piedad ya que esta doctrina vive en la certeza de que Dios es el único creador. En ese sentido, estas teorías no encajan con su fe, siendo parte fundamental para determinar en los jóvenes investigados.

Figura 5

Creencia de los jóvenes en cuanto a las nuevas teorías de los avances tecnológicos

Actualmente existen muchas teorías que nos hablan sobre explicaciones de las grandes dudas de la humanidad, ¿crees o no crees lo que se dice actualmente sobre que los avances tecnológicos le otorgarán a los seres humanos la inmortalidad?



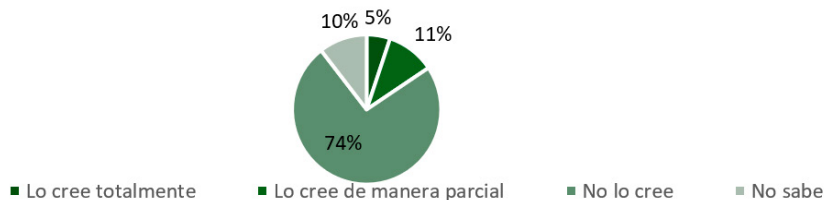
Nota. La gráfica muestra las opiniones de los jóvenes sobre la teoría de que los extraterrestres salvarán a los humanos. Elaboración propia.

Es una realidad que la tecnología ha logrado obtener distintos beneficios y comodidades para los humanos y, al ser algo que está en constante desarrollo, se espera que llegue a obtener avances impresionantes donde incluso se menciona la posibilidad de la inmortalidad. Aunque es una idea promovida en los últimos años, solo 30 encuestados creen que se puede lograr, 99 lo creen de manera parcial, 242 no creen y 38 no saben.

Figura 6

Creencia de los jóvenes en cuanto a las nuevas teorías sobre los extraterrestres

Actualmente existen muchas teorías que nos hablan sobre explicaciones de las grandes dudas de la humanidad, ¿crees o no crees lo que se dice actualmente sobre que los extraterrestres salvaran a la humanidad?



Nota. La gráfica muestra las opiniones de los jóvenes sobre la teoría de que los extraterrestres salvarán a los humanos. Elaboración propia.

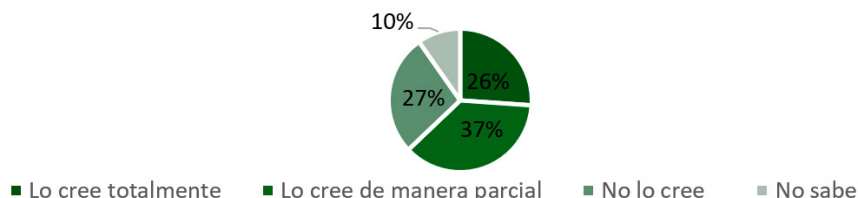
En conjunto con las teorías mencionadas anteriormente, también se difunde la idea de que en algún momento los extraterrestres podrían salvar a la humanidad. Así, por ejemplo, de la totalidad de los encuestados 21 personas compartieron creer en esta teoría totalmente, 43 lo hacen de manera parcial, 302 no creen en esto y 43 manifiestan no saber.

Por lo que se muestra en la figura 7, puede entenderse, hasta cierto punto, que los jóvenes creen en la posibilidad de universos paralelos, aunque aún mantienen sus reservas, cuestión que es entendible puesto que hasta el momento no hay una teoría o sustento científico que compruebe su existencia.

Figura 7

Creencias de los jóvenes sobre las teorías de universos paralelos y la existencia de muchos mundos

Actualmente existen muchas teorías que nos hablan sobre explicaciones de las grandes dudas de la humanidad, ¿crees o no crees lo que se dice actualmente sobre que existen muchos mundos y universos paralelos?



Nota. La figura representa si los jóvenes creen o no en la existencia de muchos mundos y universos paralelos. Elaboración propia.

Durante las entrevistas para la investigación cualitativa, se percibió que los jóvenes tomaban como referencia para hablar de dicho tema películas o producciones que incluyen dentro de su temática los universos paralelos. En ese sentido, gran parte del constructo de las ideas de las generaciones actuales se debe al contenido que consumen: lo que ven, escuchan, leen. Esta misma conducta o hallazgo pudo haber condicionado la respuesta en los resultados cuantitativos, por lo que estas mismas producciones cinematográficas y literarias pueden crear una posibilidad de la existencia de estos mundos. Desde luego, esto no es algo sobre lo cual se tenga plena certeza, porque no hay algo comprobado ni evidencia al respecto.

Ahora bien, Jazmín, una de las jóvenes entrevistadas no solo cree en estas teorías, sino que además comparte una experiencia personal que vivió hace algunos años, pero que hasta el momento no ha encontrado una explicación lógica fuera de un posible multiverso, que podría explicar la situación o situaciones que ha experimentado:

Jazmín Herrera 28 años: en algún momento en la preparatoria nos habían dejado hacer un trabajo en equipo. Era un trabajo algo pesado y demás, entonces yo no podía asistir porque tenía cita médica en Guadalajara, entonces le dije a mí equipo que no iba y como siempre he sido súper cumplida en las clases y demás pues no hubo rollo, ellos me iban hacer el paro para yo aprobar la materia. Yo me fui a Guadalajara y después al siguiente día que nos vimos estaban molestos conmigo porque ellos decían que me habían visto en La Piedad, afuera de una tienda y yo no era, yo estaba en Guadalajara, te lo juro, era como raro porque todos estaban muy molestos porque son personas que me veían todos los días, entonces ellos me describían con quién estaba y me decían de una señora que no ubico pero ellos decían que era yo, entonces pues bueno hablé, hablé con mi mamá y ella les dijo que salimos fuera y las cosas quedaron solamente como una confusión.

En ese tiempo había algo que a mí me pasaba porque siempre me sentía como muy dispersa, siempre estaba dispersa, incluso había veces donde tenía mucho miedo y eso estaba como extraño, me acuerdo que yo iba al centro y sabía que estaba en el centro y sabía a donde tenía que ir y comprar ciertas cosas pero no me sentía cien por ciento enfocada en lo que hacía y esa etapa me duró como unos cinco meses, supongo, entonces pasaron esas dos experiencias y como al mes, volvió a suceder que me veían en Degollado, entonces era como de yo no estoy en Degollado yo estoy en La Piedad. (Entrevista personal)

Lo que compartió Jazmín es bastante interesante desde dos puntos: en primer lugar, porque muestra un interés real ante el tema por lo que hay apertura a esta creencia en su vida personal y, en segundo lugar, porque comparte una experiencia que, si bien podría influir en la reafirmación de su propia creencia, también quienes la rodean y escuchan esta historia

podrían llegar a cuestionarse sobre la posibilidad de multiversos. Sin duda, es un tema que evidentemente llama la atención de los *millennials* y *centennials*, mas no es algo de lo que tengan la certeza.

Consumos y entornos que influyen en las creencias de los *millennials* y *centennials*

Como se muestra en la tabla 2, quienes tienen mayor influencia en las creencias de los jóvenes son sus familias, cuestión que se entiende, puesto que este es el núcleo principal de la formación del ser humano: donde se educa, se enseña y se comparte más información es en el hogar. Después de la familia, quien tiene también influencia en este constructo credencial son los libros y películas que consumen, pero también las amistades. Desde estos resultados se entiende que sí hay contextos que tienen un peso importante para el constructo de ideas y creencias de las personas.

Tabla 2

Influencias de los jóvenes piedadenses sobre sus creencias religiosas

A lo largo de la vida tenemos muchas referencias y relaciones que pueden contribuir en nuestras creencias, en lo personal, ¿qué tanto diría que han contribuido en tus creencias religiosas actuales...?	Mucho	Algo	Poco	Nada	No sabe
Tu familia	51.46 %	29.02 %	12.20 %	4.63 %	2.68 %
Tus amigos	9.02 %	30.98 %	28.29 %	25.85 %	5.85 %
Tus maestros	7.32 %	25.61 %	29.02 %	31.71 %	6.34 %

A lo largo de la vida tenemos muchas referencias y relaciones que pueden contribuir en nuestras creencias, en lo personal, ¿qué tanto diría que han contribuido en tus creencias religiosas actuales...?	Mucho	Algo	Poco	Nada	No sabe
Los libros que has leído	14.88 %	29.76 %	24.15 %	26.59 %	4.63 %
Las películas que has visto	12.44 %	33.90 %	26.34 %	23.41 %	3.90 %
Los comics o novelas gráficas	4.39 %	16.59 %	22.20 %	49.02 %	7.80 %
Las redes sociales	10.49 %	23.90 %	28.54 %	32.93 %	4.15 %
Las series	6.83 %	23.17 %	29.51 %	36.34 %	4.15 %
Las caricaturas o animes	3.90 %	12.93 %	21.95 %	54.88 %	6.34 %
Los videojuegos	3.90 %	9.02 %	17.32 %	62.44 %	7.32 %
los líderes de opinión que sigues	8.78 %	20.49 %	18.78 %	44.15 %	7.80 %

Nota. La tabla representa la influencia que han tenido las personas o contenidos, en las creencias de los jóvenes. Elaboración propia.

Por otra parte, así como influye la educación de los padres y su entorno, también influye lo que consumen por medio de programas televisivos, cinematográficos o literatura. Por esta razón, parte del objetivo de esta investigación es conocer qué consumen los jóvenes de La Piedad, Michoacán, y si estos contenidos han influido en sus creencias religiosas, esto desde una entrevista a profundidad que comprende la parte cualitativa:

Tabla 3

Matriz de relaciones entre categorías

Categoría. Contenido que ha influenciado en sus creencias religiosas	
Categoría	Comentario de entrevistados
Películas	• El planeta del tesoro • Interestelar • Pasajeros • Universo Marvel • Volver al futuro • El nombre de la rosa • Código Davincci • Star Wars • Yo robot • Godzilla • King Kong • Mad Max • Guerra Mundial Z • Los dos Papas • 7 años en el Tíbet • Spider Vers • Ant Mant y las diferentes realidades • La pasión de Cristo • Más allá de la luz • Dr. Strange
Series	• Sobreviviendo a la muerte • Crisis en tierras infinitas • Dark
Documentales	• Documentales del físico Javier Santaolalla • Producciones de Discovery Chanel

Categoría. Contenido que ha influenciado en sus creencias religiosas	
Libros	• La Biblia • De animales a dioses de Harari
Cómics	• Super God

Nota. Elaboración propia con la información obtenida en la aplicación de encuesta y realización de entrevistas a jóvenes piedadenses.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tanto la investigación cualitativa como la cuantitativa, aportaron información importante que ha llevado a conocer y entender la construcción de las nuevas religiosidades en jóvenes de 15 a 35 años que actualmente viven en La Piedad, Michoacán, por lo que también se vuelve neCésario hacer una comparación entre ambas investigaciones y resaltar los hallazgos obtenidos.

En ambas investigaciones (cualitativa y cuantitativa), se descubrió que la mayoría de los jóvenes sí creen que exista un Dios o algo más allá del humano, incluso algunos presentan y hablan sobre conceptos básicos del catolicismo como la existencia de un solo Dios o de la vida después de la muerte. Muestran también un respeto hacia esa imagen divina, incluso en la investigación cualitativa hay quienes mencionan que recurren a la oración para pedir algo. En ese sentido, la imagen de Dios sigue estando presente y se configura como un apoyo en momentos difíciles para los jóvenes; estos pueden acercarse a él, pero su mundo no gira en torno a esta deidad, ni le adjudican todo, no son constantes con su acercamiento y tampoco lo relacionan totalmente con la iglesia como institución.

Dentro de este rango de edad, es importante contemplar la presencia de individuos pertenecientes a la llamada "generación de cristal". Según un artículo del *Institute for the Future of Education* (2022), esta generación comprende a quienes nacieron entre los años 1995 y 2010, quienes

comparten rasgos de mayor sensibilidad, mayor empatía, volubilidad, y que poseen un sentido exagerado de lo políticamente correcto. Es justamente esto lo que podría estar influenciado su percepción frente a instituciones como la Iglesia, en cualquiera de las religiones, y por consecuencia su desapego de esta. Aunque a partir de esta investigación no se haya tenido un análisis extenso sobre esto, es muy posible que estos rasgos estén definiendo las inclinaciones religiosas de estas generaciones, y es que justamente el juicio sobre las acciones que tienen las iglesias es lo que les hace alejarse de ellas. Por otra parte, en el análisis cualitativo se evidenció que la incongruencia de quienes son religiosos es lo que a gran parte de los jóvenes les motiva a creer en Dios, pero no a acercarse a los cultos religiosos por gusto y costumbre propia.

Si las iglesias buscan atraer a los jóvenes y que vuelvan a ser partícipes activos de las prácticas religiosas, deben tener muy en cuenta la coherencia entre el decir y el actuar. A pesar de que la iglesia se ha visto afectada por distintas acusaciones graves y en muchos de los casos han surgido disculpas por parte de esta, es importante tener presente que las nuevas generaciones suelen identificarse por *hiperempatía*. Es por esto que, al ver que una persona o ser vivo es vulnerado, es muy difícil que justifiquen el actuar de la institución o estancia que haya vulnerado, así como de sus ministros. Pero, además, se ha entendido a través de esta investigación, que a estas generaciones tampoco les gusta sentirse limitados, reprimidos, juzgados o que las leyes de la iglesia no les permitan ciertas praxis, creencias o actividades.

En las encuestas, muy pocos participantes mencionaron que practicaba yoga, meditación o alguna alternativa de relajación, sin embargo, en las entrevistas sí hubo personas que mencionaron estas praxis neo-espirituales no tanto como una expresión religiosa o de fe, sino como una oportunidad para bajar sus niveles de estrés y de ansiedad. En los últimos años las redes sociales se han utilizado para externar cuestiones emocionales, lo que ha llevado a que temas como la salud mental hayan comenzado a tomar relevancia en estas generaciones. En ese sentido, es importante tener

presente que en la actualidad las redes sociales tienen un gran poder sobre los jóvenes y, en consecuencia, sus decisiones, sus prácticas, costumbres y, por supuesto, sus creencias se ven condicionadas a prácticas en favor de su salud mental, y a muchas otras ideas que ven en estos medios. Esta es la nueva creencia de las nuevas generaciones piedadenses: sí en un Dios, pero también en el cuidado de su psique.

Tal vez, hasta el momento, no se percibe una relación entre las distintas teorías enlazadas a la ciencia y tecnología con las creencias religiosas, pero la realidad es que estas mismas han alcanzado al ser humano en la actualidad. El transhumanismo es un movimiento que evidencia lo mencionado y, como se comparte en el libro *Millennials y Centennials. Análisis de su imaginario religioso*, el miedo a morir y la incomodidad de ello ha llevado a la búsqueda de una solución científica y tecnológica, pero que a su vez, y de alguna manera, se ha convertido en una nueva religión en su etapa proto-filosófica (Acosta, 2023).

Nick Bostrom es uno de los profetas del transhumanismo, quien comparte en su ensayo *Una historia del pensamiento transhumanista* (Bostrom, 2020) la posibilidad de superar la mortalidad, un hecho que pudiera parecer que tiene la posibilidad de cambiar de perspectiva a las nuevas generaciones. Sin embargo, y al menos en los jóvenes piedadenses, estas teorías, avances y posibilidades no han influenciado su perspectiva.

Parte de los objetivos de esta investigación fue conocer qué tan influenciadas están las preferencias religiosas de los *millennials y centennials*. A partir de las encuestas realizadas se encontró que quienes creen en Dios y tienen una religión, en su mayoría, lo hacen más por tradición que por propia convicción. Esto reafirmó que los participantes son espirituales mas no religiosos; también, da cuenta de que su inclinación se ve influenciada por su entorno. Según los resultados obtenidos de la investigación cuantitativa, la familia es la que más influye en el constructo religioso de los encuestados, aspecto que se ve entendido al ser la familia el núcleo primario del ser humano y el entorno en el que se educa. También se comparte que, de alguna manera, su consumo en cuanto a cine y literatura

influye en esta construcción. Estas prácticas y consumos abren las puertas a ideas distintas a las que se imparten en el hogar, por lo que el joven tiene la posibilidad de conocer más allá de lo que se le comparte en este primer núcleo de enseñanza, y elegir su inclinación.

Bien es cierto que las generaciones anteriores, como los *baby boomer* y la generación x, tenían recursos más limitados en cuanto a comunicación, interacción e intercambio de conocimientos, creencias y prácticas, por lo que era más complejo desprenderse de sus costumbres. En consecuencia, la educación que gran parte de ellos recibieron fue a partir de un acercamiento fuerte a la iglesia y de un profundo respeto a sus antecesores, por lo que sus prácticas religiosas, de alguna manera, se veían condicionadas a ser fuertes y arraigadas. Lo que se educaba en el núcleo primario (familiar), era con lo perpetuaban; no había mayor apertura, un rasgo que no comparten con la generación millennial y centennial, debido a su interculturalidad.

CONCLUSIÓN

Es inevitable la transición y restructuración de las conductas sociales en cualquier entorno, y más siendo conscientes de los cambios científicos, tecnológicos y la globalización que acompaña a estas generaciones. Justamente, estas modificaciones en la conducta social son las que permiten encontrar las necesidades de conocer qué sucede en los distintos contextos para dimensionar las modificaciones, pero también, estas modificaciones permiten tener un antecedente de lo que sucede en el presente para futuras generaciones que estudien en el mismo campo; de ahí la intención y objetivo principal de esta investigación

Gracias a este estudio, se pudo identificar que los *millennials* y *centennials* que fueron encuestados, entrevistados y que viven en La Piedad, siguen creyendo en Dios a pesar de que no practican en su totalidad la religión católica (que predomina en la ciudad), o cualquier otra religión, por lo que se considera que muy posiblemente las prácticas o cultos no vuelvan a ser como antes lo eran: una expresión máxima de las costumbres y tradiciones. Pero al tener una imagen tan representativa de Dios, como lo es el Señor

de La Piedad y que, incluso la ciudad lleva su nombre, será difícil que la creencia como tal desaparezca, porque ya es algo que incluso comprende la identidad de los habitantes. No cabe duda de que la globalización ha influido en la reestructuración de las creencias, porque es algo que se percibe con los resultados, pero también es claro que esto puede seguir sucediendo. En ese sentido, es posible que entre más pasen las generaciones se incluyan nuevas costumbres, creencias, necesidades, inclinaciones y preocupaciones, así como en la actualidad, donde un factor determinante en la creencia de los jóvenes es el de mantener una salud mental.

Los resultados cuantitativos brindaron información suficiente para detectar exactamente en el segmento de la población en que predominan todas las creencias que se presentaron anteriormente. Se destaca entonces que la totalidad de los participantes se encontraban entre los 15 y 35. También se identificó que gran parte de los encuestados son estudiantes, ya sea de preparatoria o de universidad y algunos cuantos de posgrado.

Lo anterior permite considerar la posibilidad de que al tener acceso a una educación laica, en su mayoría, los participantes aprueban contemplar posturas más allá de lo religioso.

La mayor inquietud que motivó esta investigación fue la necesidad de identificar las creencias que en una parte de esa sociedad se practican y que, siendo parte de ella, influyen en su devenir. Es por esto por lo que esta investigación, desde sus inicios, permitía conocer una rama de la construcción social que a lo largo de los años ha sido fundamental para la ciudad como lo es la religión. Gracias a los hallazgos obtenidos se ha logrado identificar qué ideas, costumbres y creencias predominan en los jóvenes piedadenses.

Ahora que se tiene el conocimiento de la construcción de las nuevas religiosidades que se han derivado de los consumos e inclinaciones culturales de *millennials* y *centennials* piedadenses, será interesante comparar estos resultados en algunos años, cuando las generaciones Z y Alfa tengan conciencia de estos temas para conocer las diferencias y modificaciones en cuanto a sus creencias y prácticas pertenecientes a la religión.

REFERENCIAS

- Acosta, F. (2023). *Millennials y Centennials. Análisis de su imaginario religioso*. UNIVA.
- Bostrom, N. (2011). Una historia del pensamiento transhumanista. *Argumentos de Razón Técnica*, 14, 157-191. https://institucional.us.es/revistas/argumentos/14/art_7.pdf
- Delgado, P. (2022). ¿Es la "generación de cristal" más sensible? Institute for the Future of Education. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/generacion-de-cristal-educacion/>
- Tubau, D. (2008). *La verdadera historia de las sociedades secretas*. Alba. <https://books.google.com.pe/books?id=mcWhhhzJhEoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=fa>
- Tegmark, M. (2003). Universos paralelos. *Investigación y Ciencia*, 355. <https://www.investigacionyciencia.es/revistas/investigacion-y-ciencia/universos-paralelos-355/universos-paralelos-3885>







DANIELA GALLEGO ARBELÁEZ

Comunicadora Social para el Desarrollo y Cambio Social

Universidad Católica de Oriente

danielagallego120@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0001-1409-316X>

ENTRE MONTAÑAS: MÚSICA CAMPEšina, COMUNICACIÓN POPULAR Y REPRESENTACIÓN DE IDENTIDADES

AMONG MOUNTAINS: PEASANT MUSIC, POPULAR
COMMUNICATION, AND REPRESENTATION OF
IDENTITIES

DANIELA GALLEG0 ARBELÁEZ

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 16-11-2023

RESUMEN

El presente proyecto indaga acerca de la música campesina, comunicación popular y representación de identidades de la comunidad de la vereda El Porvenir del cañón del Río Melcocho de El Carmen de Viboral. Puesto que se reconoce la música campesina como uno de los pilares fundamentales para la difusión de las comunicaciones populares que se dan de forma implícita dentro esta comunidad, mediante un proceso de identificación, contrastación y de descripción de los procesos comunicacionales, las interacciones, identidades y músicas de los campesinos de dicha vereda, se realizó una investigación cualitativa de método fenomenológico con un enfoque de interaccionismo simbólico basado en Heidegger y Paul Watzlawick de la escuela de Palo Alto. De esta manera, se muestra cómo se reflejan la representación de identidades de las personas y colectividades por medio de las interacciones que se despliegan de la sociabilidad, el habitar ciertos contextos, el ser y estar en la vereda y con la comunidad.

PALABRAS CLAVE

Comunicación popular, Música campesina, Identidad e Interacciones.

ABSTRACT

This project investigates peasant music, popular communication and representation of identities of the community of the El Porvenir village of the Cañón del Río Melcocho of El Carmen de Viboral. Since peasant music is recognized as one of the fundamental pillars for the dissemination of popular communications that occur implicitly within this community, through a process of identification, contrast and description of communication processes, interactions, identities and Music of the peasants of said village, a qualitative research using a phenomenological method was carried out with a symbolic interactionism approach based on Heidegger and Paul Watzlawick of the Palo Alto school. In this way, it is shown how the representation of identities of people and communities is reflected through the interactions that unfold from sociability, inhabiting certain contexts, being on the sidewalk and with the community.

KEYWORDS

Popular Communication, Peasant Music, Identity and Interactions.

INTRODUCCIÓN

Centrarse específicamente en la música campesina como un facilitador de la comunicación popular y como un reflejo de identidades es abrir el horizonte acerca de las mismas raíces que conforman el territorio antioqueño, así como las formas en las que se dan las comunicaciones entre comunidades y su representación de identidades. En El Carmen de Viboral se han dado muchas expresiones artísticas, reflejando las identidades de las comunidades que hacen parte del municipio. Pero hay algo que ha existido desde hace muchos años en las veredas del municipio, y es precisamente esa necesidad de congregar a las personas a la socialización, el disfrute y la fiesta, esto a través de la música, músicas campesinas o músicas populares antioqueñas (MPA).

En los últimos años, se han realizado trabajos investigativos en el municipio de El Carmen de Viboral, con un foco de música campesina, la cual no solo se socializa en espacios de tabernas y cantinas, sino en los territorios rurales. Por lo tanto, existe una línea de trabajo musical, con dos trabajos de grado como antecedentes. El primero es "Entre el río y la montaña los hombres cantan para espantar la guerra: caminando por las trochas de las músicas campesinas de El Carmen de Viboral, Antioquia", realizado por Alejandro Trujillo Moreno, licenciado en música de la UdeA, donde se indagan las funciones de la música en el Cañón del río Melcocho, reconociendo, valorando y revitalización las músicas rurales como parte del patrimonio. El segundo es "Relaciones de género en la Música Popular Antioqueña (MPA)", realizado por Juan Pablo Echeverri Vera, antropólogo de la Universidad de Antioquia, quien realizó un estudio de caso acerca de las relaciones de género masculinos y la femeninos y cómo estos son entendidos socioculturalmente por medio de los estereotipos de género reflejados en la letra de la música popular antioqueña.

El presente trabajo de investigación busca reconocer cómo se configura la música campesina como un medio de comunicación popular en la representación de identidad, puesto que no se conoce cómo la música campesina (que es producida por las comunidad campesina del

Cañón del Melcocho en la vereda El Porvenir) representa la identidad de las personas y permite una comunicación popular de forma espontánea. Asimismo, se plantean de manera específica los objetivos que se buscan alcanzar: identificar los procesos de comunicación de la vereda El Porvenir; establecer los procesos de interacción social que derivan de la música y comparar las canciones que producen las comunidades de acuerdo con sus propias formas de comunicación popular y con lo que les identifica. Además, se desea responder a la pregunta ¿cómo se configura la música campesina como un medio de comunicación popular en la representación de identidad en la vereda El Porvenir de El Carmen de Viboral?

Llegados a este punto, se hace importante mencionar espacial y territorialmente donde está ubicado El Porvenir:

La vereda el Porvenir está ubicada en la parte alta del nacimiento del río Melcocho, se encuentra ubicada en la parte sur del Municipio del Carmen de Viboral, la temperatura media es de 28 a 34 grados centígrados y su clima es cálido húmedo. Su topografía es montañosa y pendiente, se conservan algunos bosques con árboles nativos, fauna y flora, en donde se encuentran también algunas caídas de agua. (Diagnostico comunitario, 2014, citado en Trujillo Moreno, 2019, p. 45)

De forma más detallada y complementando un poco acerca de la geografía y su distancia de la zona urbana a la vereda El Porvenir. De acuerdo con los datos del Instituto de Cultura del Carmen de Viboral (2016):

Llegar a las veredas del cañón requiere de un día de recorrido aproximadamente: La distancia a la cabecera municipal de El Carmen de Viboral es de 128km y el desplazamiento desde allí es de 100km en automotor -particular o de transporte público- en un recorrido de tres horas aproximadamente por la autopista Medellín- Bogotá, entrando por "La Piñuela", corregimiento de Cocorná ubicado a un costado de la autopista; desde allí se llega por

vía pavimentada a la vereda "Pailania" del Municipio de San Francisco y por ahí se entra de nuevo a territorio carmelitano por carretera destapada hasta la vereda "El Retiro" zona limítrofe con Cocorná. Desde "El Retiro" hasta "El Cañón del Melcocho" son 28km -aproximadamente tres horas en bestia- por caminos de herradura que se abren paso a través de la quebrada topografía, surcando pendientes, y antiguos canalones que exponen la presencia del tiempo en sus formas, moldeados por el trasegar de los arrieros. Los caminos y trochas son una red de intercomunicación entre los distintos sitios; inicia paralelo al gran río y se divide en los lugares de entrada a las veredas que se encuentran ubicadas en espacios estratégicos de la geografía. (Citado en Trujillo Moreno, 2019, p. 45)

Es así como este proyecto de investigación se hace relevante para entender las formas en las que se comunican las personas mediante la música y lo que esto refleja de sus identidades, puesto que cada canción realizada y replicada por las comunidades de la vereda El Porvenir del Cañón del río Melcocho de El Carmen de Viboral refuerza el patrimonio cultural del municipio. La UNESCO (s.f.) define que el patrimonio cultural inmaterial o "patrimonio vivo" se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación. Asimismo, el reconocimiento que se le da a las prácticas culturales relacionadas con la música campesina de la vereda El Porvenir del Cañón del Río Melcocho de El Carmen de Viboral es una posible manera de reconocer las formas de comunicación popular que se dan en las comunidades. Esto otorga valor en el tejido social, las congregaciones y los simbolismos que se derivan de las mismas identidades de la vereda, contribuyendo a la memoria patrimonial del municipio.

Es de importancia comprender que esta investigación abarca tres categorías para su desarrollo:

En primer lugar, se encuentra la identidad, que viene a ser la forma en que los habitantes del territorio sienten (o no) su pertenencia a este (Arango, 2018). En un sentido amplio, se trata de la subjetividad, que viene a ser la

forma en que alguien llega a ser lo que es (Foucault, 2005). Es importante entender que la identidad abarca los diversos sentidos de pertenencia a algo como el territorio, las comunidades y grupos sociales, donde en este se comparten costumbres, valores, cultura y creencias, y es por esto por lo que la identidad es algo que se cataloga de forma individual y colectiva a medida que se alimenta del mundo exterior (Molano, s.f., p. 5). En la vereda El Porvenir del Cañón del Melcocho, a diario se dan esas relaciones directas entre las personas de la comunidad, permitiendo así unas interacciones directas con el territorio, los animales, el río, la tapetusa, la música, el baile, el diálogo y las demás personas. Entonces acá es cuando se presentan esas representaciones simbólicas, culturales e identitarias que se permiten reconocer por medio de las identidades que se conforman colectivamente para así representar los discursos folclóricos de la comunidad (García Canclini, 1987, p. 3). Pero es que hablar de folclore enmarcado a las identidades no se trata de un pensar lo tradicional desde lo melancólico que ha traído el mundo en su acelerada globalización, sino de visibilizar las representaciones identitarias de las comunidades con la dignidad con la que estás mismas se construyen y se alimentan por medio de las interacciones.

En segundo lugar, tenemos la música campesina, que juega un papel esencial en la vida de las comunidades rurales, basándose fundamentalmente en el acto de compartir tanto la música como las opiniones sobre ella (Aguilera, Adell & Borges, 2010, p. 3). A lo largo de la historia, la música ha servido como un medio para la congregación colectiva, permitiendo la comunicación popular a través del simple hecho de compartir. Las interacciones musicales entre personas reflejan identidades comunitarias e individuales. Para muchos en la comunidad, la música se ha convertido en una forma apasionada de expresar sus identidades, así como las rutinas diarias del campesino, que incluyen maneras de pensar, actuar, hablar, sentir y expresarse, tales como jergas y vocablos. Estas narrativas están íntimamente relacionadas con el significado de ser campesino (Ocampo Hernández, 2014, p. 50). En consecuencia, ha surgido una gran pasión por representar aquello que es significativo para el campesino. Algunos continúan siguiendo tradiciones

familiares, mientras que otros que no han recibido una enseñanza intergeneracional recurren al empirismo para adquirir conocimientos musicales, lo que aporta originalidad a sus coplas y ritmos.

Por último se encuentra la comunicación popular, la cual se define como una "experiencia cotidiana de todas las personas. Cuando nos comunicamos estamos vinculados, poniendo en común con otros y otras lo que pensamos, sentimos y anhelamos; compartiendo e intercambiando tristezas y alegrías, ideas, certezas e interrogantes" (Curso de Comunicación Popular, 2014). El concepto de lo popular abarca una amplia gama de discursos y reflexiones de diversos autores latinoamericanos. Este concepto no solo se relaciona con el ámbito de las comunicaciones, especialmente en el contexto de la comunicación para el cambio social, sino que también se integra con otros campos interdisciplinarios de las ciencias sociales y humanas. Así, lo popular se explora desde lo folclórico hasta lo político, permitiendo una aproximación enriquecedora desde diversas perspectivas.

Finalmente, hablar de lo popular es entender que "lo popular se construye en la totalidad de las relaciones sociales, en la producción material y en la producción de significados, en la organización macroestructural, en los hábitos subjetivos y en las prácticas interpersonales" (García Canclini, 1982, p. 12). Lo popular está vivo a la percepción, construcción e interpretación cotidiana como actos políticos, dando una mirada comunicativa desde estos diversos populismos.

METODOLOGÍA

Esta investigación es cualitativa y se trabajará bajo el método fenomenológico con un enfoque del interaccionismo simbólico. Esta metodología va a partir de varios referentes teóricos que constantemente se están correlacionando para la exploración y entendimiento constante de lo que se desea realizar.

Heidegger parte de algunos supuestos para explicar la fenomenología y diferenciarse de los discursos planteados por Husserl. Estos supuestos son la intención categorial y la aprehensión del mundo. De forma resumida,

Heidegger propone una filosofía hacia la fenomenología hermenéutica e interpretativa, para el descubrimiento del significado de la existencia y el ser de los seres humanos (Soto Núñez & Vargas Celis, 2017). Es decir, busca la esencia de la experiencia propia y compartida. Bien vemos que, en el caso de la música popular y campesina, esta se vuelve uno de los pilares fundamentales para la interacción y la comunicación en ciertos espacios de sociabilidad en ambientes campesinos, reflejando unas identidades propias y comunicacionales dadas por medio de la música.

En cuanto al enfoque de este proyecto, el interaccionismo simbólico, la investigación se centrará en la escuela de Palo Alto (la escuela “invisible”) dada entre los años 60 y 80, una corriente estructuralista que hizo sus aportes a la comunicación desde una línea teórica del interaccionismo simbólico y que se centró en las relaciones humanas y las interacciones que surgen entre estas. De esta escuela nos centraremos en lo que menciona Paul Watzlawick acerca del conjunto de interacciones y la comunicación humana, en el enunciado de que “todo comunica”. Además, este proyecto tendrá un alcance descriptivo, donde se realizará un análisis del entorno de las personas que habitan la vereda El Porvenir de El Carmen de Viboral, sus formas de relacionarse y comunicarse entre toda la comunidad, sus creaciones musicales, lo que esto integra y como refleja las formas de interactuar, comunicarse e identificarse.

Teniendo presente el tipo de investigación, el método, alcance y algunos autores que acompañarán este camino de sustentación, se dará paso a cada uno de los objetivos e instrumentos que se van a utilizar en este proyecto. Se hace necesario mencionar que para la muestra estuvo compuesta de personas entre los 30 y los 80 años que viven o han vivido gran parte de su vida en la vereda El Porvenir, y que su relacionamiento con el entorno se ha basado en unas prácticas cotidianas campesinas. Asimismo, es necesario mencionar que todos los instrumentos de la investigación se aplicaron bajo el marco de la quinta versión del Festival de la Montaña “Los Saberes de las plantas”, donde en medio de los encuentros comunitarios en la vereda se logró encontrar personas que cumplían con la

muestra deseada y que estuviesen dispuestas a conversar, ser partícipes de la investigación y abrirse para contar sus historias.

La presentación de los objetivos e instrumentos correspondientes tienen el valor agregado de marcar la ruta metodológica de los hallazgos encontrados y reflejados en resultados y discusión. Como primer objetivo se identificarán aspectos de representación identitaria en las canciones realizadas por las personas de la vereda El Porvenir, donde se utilizarán tres instrumentos:

1. Observación participante. Este instrumento está bajo la categoría de comunicación popular, donde se va a observar y analizar los procesos de comunicación popular que se dan dentro de las comunidades y que reflejan muchas de las interacciones de las personas dentro de una comunidad. Por eso es importante entender que los procesos de comunicación popular se dan de forma espontánea y en las experiencias cotidianas de cada persona que conforma una comunidad.

2. Modalidades de observación. La observación participante se realizó en dos contextos principales: primero, a través de la visita y el compartir con los campesinos de El Porvenir, y segundo, se aplicó la observación participante en una fiesta de la vereda donde los habitantes del lugar interactúan con turistas y con familiares. Este instrumento está acompañado de una bitácora de campo, la cual está bajo la categoría de comunicación popular e identidad (interacciones). En esta se tomaron apuntes, palabras e ilustraciones de todo aquello que se lograra percibir en los procesos de comunicación popular y las interacciones de las comunidades, analizando los procesos de interacción como la forma en que se relacionan, sus trabajos, el trato con el otro, las interacciones dentro del aprendizaje y la música. Es neCésario entender que los procesos de interacción reflejan de una u otra manera la identidad.

3. Entrevistas con enfoque fenomenológico. Este instrumento está bajo las categorías identidad y música campesina, realizando entrevistas a varias personas de la comunidad para que cuenten sus procesos de identidad, lo que se da dentro de la música, y analizando los discursos de las personas de las comunidades donde narran las formas en las que interactúan con la música y las demás personas. Es neCésario entender las músicas campesinas

como aquellas músicas que surgen dentro de las comunidades, con la finalidad de reflejar sus identidades y formas de vivir. Nos centraremos en la música campesina como músicas populares antioqueñas.

Dichas entrevistas se realizaron con habitantes de la vereda El Porvenir, donde se tuvo una muestra de personas entre los 30 y 80 años, (hubo una entrevista a un joven de 16 años por ser parte de uno de los grupos de música campesina de la vereda y que es un transmisor potencial de información e historias de sus generaciones pasadas y de la vereda). En estas entrevistas se tuvo la participación de Brayan Eduardo Pérez Orozco, Gerardo Antonio Martínez, Fray David Orozco, Honorio Orozco, Lucelida Martínez, Gerardo Antonio Martínez, Raúl Orozco y Dioselina Soto.

Como segundo objetivo se tiene la descripción de procesos de interacción por medio de la música, utilizando como instrumento el análisis documental en las categorías comunicación popular, música campesina e identidades (interacciones). Se describirán aquellos procesos de interacción que identifican a las personas por medio de las canciones de la música campesina, es decir, todas aquellas acciones que de una forma u otra involucran y accionan a la otra persona en su proceso de comunicación, y analizando los procesos de interacción que relacionan al "protagonista" de las canciones con el entorno y las demás personas.

Las canciones de música campesina que se tuvieron en cuenta para el presente trabajo de investigación son de autoría de dos grupos musicales y un cantautor. Se tomaron tres generaciones diferentes: Don Eugenio Ciro, un adulto mayor que ha habitado la vereda El Porvenir toda su vida, quien toca coplas sencillas y repetitivas en su guitarra de forma empírica, escribiendo sus letras y ensayando todos los días, porque la música es su gran pasión. El segundo referente es Tradición Melcocheña, un grupo liderado en su voz, composición y gestión por Lucelida Martínez que ha logrado un reconocimiento significativo en el municipio de El Carmen de Viboral, y que ha dejado en alto la cultura identitaria de la vereda El Porvenir. Finalmente, Juventud del Melcocho, un grupo musical de jóvenes entre los 16 y 19 años, quienes han recibido la tradición por parte de sus familiares. Sus narraciones

tratan acerca del territorio y transmiten las historias del conflicto armado de sus abuelos, generando así memoria de la vereda El Porvenir.

El último objetivo contrasta las canciones realizadas por los músicos de El Porvenir con las formas de comunicar y su representación de identidad, bajo la luz del instrumento de matriz de consistencia cualitativa, en las categorías comunicación popular, música campesina e identidades (interacciones). Se comparará el material en canciones que las personas de la comunidad han realizado, con la idea de cotejar las identidades (interacciones) y los procesos comunicación popular que se reflejan en ellas. Este análisis permitirá comprender cómo las comunidades se identifican e interaccionan entre ellas mismas y con el entorno.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En primera instancia se ha logrado identificar que la música campesina o popular es utilizada como una forma de socializar y unir identidades e interacciones a partir del entretenimiento, la fiesta o la unión colectiva. También se identifica que la música es algo que muestra las formas de ver, entender y relacionarse con el mundo: “la resulta fundamental para la constitución de mi subjetividad, cómo al escuchar música estoy creando marcos interpretativos, estoy conformando mi propia cultura, mi mundo de vida” (Arboleda Blanco, 2005, p. 6). También es importante saber que en la vereda El Porvenir existen muchos creadores musicales y que algunos lo han aprendido de forma autodidacta o con el acompañamiento de sus familias, que también se posicionaron como creadores musicales.

Hablar de una tradición implica referirnos a una práctica que ha sido heredada de generación en generación y que la comunidad asume como parte significativa de su identidad cultural. En el caso de la música del Cañón del río Melcocho, esta ha hecho parte inherente de los espacios comunitarios y familiares y ha sido comunicada por medio de la tradición oral. (Trujillo, A. 2019. p, 188)

La música campesina en la vereda El Porvenir ha generado una ritualización de diversos componentes importantes dentro de la cultura, como lo es el acto del compartir y la congregación, permitiendo la expresión de sentimientos, emoción e interpretación al dolor, la alegría, la indignación, y los acontecimientos históricos, donde la misma música se va convirtiendo en comunicación, símbolo de identidad y cultura convertida en tejido social. (Ocampo, Londoño y Tobón, 2001). Es por esto por lo que la misma ha permitido el desenvolvimiento de una comunidad campesina que resiste con unos cantos hacia la memoria y la paz: “la música ha sido conceptualizada como una forma de arte que hace al humano más humano, por el cual es capaz de crear, bajo la unión de notas musicales, obras con alma y vida propia” (Cervantes, 2004.) por medio de unos propios sentires y ritualizando o consagrando sus vidas por medio de las melodías. Esta ritualización de las tradiciones de la comunidad de El Porvenir, que es una forma de mantener su cultura viva y representar unas identidades que los caracteriza como territorio, depositan “las intenciones que a bien tengan sus habitantes, y esas intenciones surgen de procesos históricos de negociación del poder político/simbólico” (Arango, C. 2018. p, 26). Así, por ejemplo se ha hecho con la tapetusa como un elemento de representación identitaria del Cañón del Río Melcocho.

Además, el sentido de pertenencia a un territorio, que se da en base a unas identidades muy propias y marcadas, permite que de forma voluntaria se den unos deseos de comunicar las interacciones que se dan en estos: “Los territorios (al menos si los seguimos entendiendo en las maneras tradicionales) no son el factor definitivo de las identidades” (González y Arango, 2020, p. 49). Es así como se encuentra de forma inesperada en el proceso investigativo, la representación de la indumentaria campesina como una representación identitaria y comunicativa. Por ejemplo, las prendas masculinas tienen un mismo patrón o son más similares, y se dividen en dos tipologías de vestuario: “lo formal”, que se basa en la abertura de los botones en las camisas en la parte del pecho, el sombrero ‘vueltaio’, el poncho y pantalón de jeans; y “lo informal”, con prendas como

la camiseta, sudadera y sombrero o gorra. Se evidencia, además, el machete en la cintura y las botas caucheras. Finalmente, la relación que se da en la indumentaria masculina y femenina (que no hay una prenda en común en este género) es el rosario o escapulario, que es una representación de una identidad religiosa católica que está mediada por unas interacciones sociales con los demás y el entorno.

En los resultados del objetivo descripción de procesos de interacción por medio de la música, se evidencia que la música que habita la vereda El Porvenir, la comunidad la concibe como una forma de expresarse de forma libre y poética, convirtiéndola en una práctica cultural.

Las músicas populares comparten algunas características comunes: transitan de generación en generación, se perpetúan mediante la tradición oral; son colectivas, se constituyen en patrimonio de un determinado pueblo que las canta, las baila, las vive; son vernáculos, contienen narrativas ligadas a las costumbres y tradiciones de los pueblos en las que emergen; son autóctonas, se originan a partir del conjunto de circunstancias (sociales, históricas, políticas, religiosas, ideológicas, económicas). (Sánchez y Acosta, 2008, p. 7)

Se evidencia que la oralidad se convirtió en esas pedagogías familiares que no trascendían solo a saberes campesinos, como sembrar o cocinar, sino que se daban en la música como una forma de mantener vivo el legado familiar y, a partir de este, darse una socialización musical con las demás personas de la comunidad, lo que se refleja en interacciones en ser, estar, crear y socializar. Es por esto que, dentro de sus composiciones musicales, se identificaron formas que aluden a sus amores, su familia, la relación con el campo, la fiesta, la tapetusa, y hasta sucesos que fueron coyunturales como la COVID-19.

Este es el caso de Brayan Pérez, que desde pequeño se interesó en la música por la influencia musical de su familia, hasta llegar al punto de conformar un grupo llamado Juventud del Melcocho con otros jóvenes de su misma edad. Y es que la música campesina en las montañas y en la zona rural se convierte en un integrador cargado de sentidos donde se genera

un movimiento entre las personas de veredas “cercanas” como las del Cañón del Río Santo Domingo, o incluso las veredas cercanas de Sonsón. Asimismo, los encuentros de músicos en El Porvenir están relacionados con la fiesta o la práctica misma de los instrumentos, la narrativa y el encuentro en los mismos espacios donde se dan las confianzas de vecinos. La música, más allá de una práctica cultural en El Porvenir, es la forma en la cual se sostiene la representación del patrimonio cultural inmaterial de los campesinos de El Carmen de Viboral.

Las interacciones sociales en la vereda se podrían subcategorizar en tres: la interacción familiar, que refleja unas relaciones de complicidad, confianza y experiencias muy en común, teniendo presente que la mayor parte de la vereda se apellidan Orozco, Martínez, Ciro y Gómez; la interacción comunitaria donde hay un trato de fraternidad y confianzas, con un grado importante de las nostalgias del pasado relacionadas al conflicto armado, a los paisajes y a los estados de salud; y, por último, la interacción con visitantes, la cual permite entender por medio de la atención, la escucha, la simpatía, la amabilidad y las risas, unos valores éticamente bellos de los habitantes, y un compartir de conocimientos tradicionales campesinos e históricos.

Ahora bien, el conflicto armado ha sido algo que ha permeado las montañas colombianas, donde muchos de los habitantes han tenido que desplazarse forzosamente para mantenerse vivos. En la vereda El Porvenir, el conflicto ha impregnado y cambiado las dinámicas de vida, las formas de relacionarse y la cultura. Dioselina y Gerardo, por ejemplo, cuentan que se tuvieron que ir de la vereda porque veían varios grupos armados en el territorio, siendo ellos una de las últimas siete familias que quedaba de veinticinco. Por su parte, don Raúl cuenta que en la vereda “Se daban los enfrentamientos de una cosa miedosa. Tiraban bombas y todo”. Muchos han convertido sus historias en música, como un puente de comunicación poética y de catarsis ante sus historias, o siendo los medios para contar las historias de las demás personas de la comunidad.

La música no solo brinda la posibilidad de vincularse con el otro, sino que también permite desarrollar un concepto de identidad. La música es el vehículo que se encarga de darle

vida a los diferentes contextos que nos rodean, mediante un lenguaje emocional que logra descifrar su significado de acuerdo al contexto. (Isaza, 2019, p. 6)

Finalmente, se logró entender que existe una afinidad entre la música campesina, las identidades e interacciones que se dan entre las personas, muestra de forma implícita la comunicación popular que se da. Esto evidencia, además, que las conversaciones que se dan y se escuchan entre las comunidades en sus compartires están divididas entre lo femenino y masculino. Lo anterior se ve reflejado en las diferencias entre los temas de conversación que puede estar relacionado a unas mismas formas de habitar el territorio. Es por esto que “el análisis de relaciones de género en la MPA revela una sociedad patriarcal donde las mujeres no se conciben a sí mismas sin una pareja masculina a su alrededor a menos de que sean madres solteras—mujeres que estuvieron con un hombre en algún determinado momento de su vida” (Echeverri, 2018, p. 15). En el caso de las mujeres, las conversaciones trataban acerca de la ética del cuidado del hogar, la preparación de los alimentos, la limpieza de la casa, el cuidado de los hijos, la realización de bebidas medicinales, el cuidado de la huerta y la ayuda en el trabajo a los esposos. En el caso de los hombres, los temas de conversación en común están relacionadas con la siembra de agricultura, cuidado, ordeño y pastoreo del ganado o mulas (caballos y yeguas), la fiesta, la tapetusa y el trabajo diario. Se puede reflejar, en consecuencia, que entre esas relaciones de género en cuanto a los diálogos desde lo cotidiano hay un tema de conversación en común como lo son las enfermedades o dolencias físicas constantes.

En cuanto a la contrastación de las canciones realizadas por los músicos de El Porvenir con las formas de comunicar y su representación de identidad, se ha encontrado que las identidades en El Porvenir con base en el territorio o lo que se concibe en su conexión o relación con este, se pueden reflejar en algunas de las canciones de los grupos Tradición Melcocheña y Juventud del Melcocho, algunas de las cuales cuentan las

maravillas naturales del Cañón del Río Melcocho y la admiración a este territorio como una fuente de vida misma. Además, se puede evidenciar que, en otra canción del mismo grupo, se cuenta acerca de lo que es ser un arriero de la montaña de El Porvenir y las diversas significaciones que de lo que representa de forma muy conmovedora la tradición de ser arriero, sembrar la tierra y cabalgar por la vereda.

La música campesina puede entenderse como un patrimonio vivo y dinámico que se nutre de la cotidianidad de los campesinos. Esta manifestación cultural se expresa a través de sus letras, acordes y modos de interpretación, reflejando un arraigo colectivo y una afectividad especial hacia su contexto natural y social. La música revela la particularidad de las relaciones de la comunidad con su entorno (Ocampo Hernández, 2014, p. 5).

Un claro ejemplo de esta conexión se encuentra en la canción "Cabalgando mi caballo" del grupo Juventud del Melcocho, cuyas letras reflejan tanto la identidad como la relación con la tierra

*Cabalgando mi caballo voy escalando la cima,
llevo botas y sombrero, y una ruana en mi montura.
Yo soy un arriero libre viajando por las montañas,
mis ancestros me enseñaron a sembrar maíz y caña.
(Cabalgando mi caballo [canción], Juventud del Melcocho)*

Se hace evidente que las conexiones que se tejen entre el territorio y las representaciones identitarias son motivos por los cuales se buscan puentes de comunicación representativos, tales como la música, para una comunidad campesina. En El Porvenir los oficios o los quehaceres diarios están relacionados con las dinámicas de producción del Cañón del Río Melcocho, la agricultura y la ganadería, que permiten tener un sustento del alimento para los hogares de los habitantes de la vereda. La comunidad encuentra diferentes formas de representación y producción en el rendimiento de sus funciones diarias, teniendo presente también que a partir de lo que se hace se tienen unas formas de identificarse con el territorio y sus movimientos culturales en la conservación de un patrimonio cultural inmaterial:

Estas formas se constituyen en procesos, prácticas y concepciones que los sectores populares crean para sí mismos con los propósitos de significar, comprender y producir su realidad, y se hacen visibles en las actividades cotidianas de los sujetos, en sus cosmogonías y cosmovisiones. (Cardona Moya, 2021, p. 32)

Es notorio que, por ser un contexto rural donde los campesinos recorren el espacio a pie como parte de su día cotidiano, esta acción se convierte en una forma de apropiarse del territorio, interpretarlo y generar vínculos de afecto tanto en lo social como con todo lo que le rodea (Ocampo, 2014, p. 38), donde las relaciones con el entorno, el campo y los vecinos adquiere un grado de familiaridad y sentimiento que se logra comprender por medio de las interacciones cotidianas y de sensibilidad ante los demás. Todas estas formas de comunicarse por medio de unas interacciones sociales pueden estar permeadas por sus mismos contextos rurales.

*Esta bella experiencia se ve solo en este lugar,
el canto de los pajaritos que nos hace enamorar.
Acá en este paraíso la música es tradición,
tocamos con las guitarras en toda celebración.
Ya con esta me despido de este lugar tan hermoso
los invito a conocer el Cañón del río Melcocho.*
(Juventud del Melcocho)

En este mismo sentido, se identifican dinámicas propias de la vereda El Porvenir que se contrastan con una cultura del campesinado y que se evidencian por medio de canciones, como lo es la tapetusa como un producto propio, tradicional y de consumo, que se convierte en un sinónimo de fiesta y congregación como lo dice la canción de Tradición Melcocheña: "En las fiestas de mi tierra, la tapetusa no puede faltar se puso muy popular porque a la gente la pone a bailar"; la creación de los mitos como la canción "un animal peligroso" de don Eugenio que dice "Tengan cuidado muchachos por ahí viene un animal, y si nos da mucho miedo hasta nos puede llevar.

Yo no sé qué es lo que pasa y lo que puede pasar, lo cierto es que en este mundo no se puede adivinar”; o la representación de las malicias en las narraciones y conversaciones con sentidos jocosos que representan unas interacciones culturales en las canciones campesina y de música popular antioqueña (MPA), como en el caso de la canción *Clavo Pantano* de Tradición Melcocheña, donde se habla de una planta medicinal y sus posibles curaciones, pero se agrega un personaje más para darle un doble sentido a lo que se quiere expresar en una acción específica de mostrar que el clavo en el pantano hace que se quite la jaqueca. De este modo se puede entender que las analogías que surgen a partir de unos miedos o del mantener unas oralidades alimentadas por el compartir cotidiano permiten construir un mundo de significados que simboliza y revela las formas de preservar de la cultura popular del territorio (Rodríguez, 2020).

En cuanto al conflicto armado y las formas en que este ha cambiado las formas de interacción en el territorio de El Porvenir, el grupo Juventud Melcocheña, en nombre de Brayan, reconoce que las historias de guerra de su familia se han convertido en insumo para sus canciones. Brayan menciona que de todas sus composiciones,

[existe] una que es la que nos pone más sentimental, y que a veces me hace lagrimear, llorar; es de la guerra, de todo lo que pasó hace tiempos acá. Y sí, esa canción sale un día que estábamos sentados en la banca del grupo. Estábamos con mi abuelo, y mi abuelo empezó a contarnos sobre ese tema, y ya la sacamos”. (conversación de Brayan con el equipo del Festival de la Montaña, antes de iniciar a tocar una canción)

Se logra evidenciar, entonces, que la “memoria histórica y colectiva que no solo se reconstruye desde su conexión con el pasado, violentado por el conflicto armado, sino también a partir de la vivencia del presente, es decir, del posconflicto” (Trujillo, 2019, p. 31).

Con respecto al tema de la tapetusa, se logró encontrar que este licor, más allá de ser un destilado a base de caña de azúcar muy propio

de la realización campesina en los cañones del municipio, es también un elemento que conforma unas identidades y dinámicas de relación en cuanto al mismo, puesto que hay un reconocimiento desde las soberanías éticas del territorio, como lo es la tapetusa. Este licor es algo fundamental dentro de las integraciones de la vereda ya que acompaña el día a día de algunos campesinos para alegrar las rutinas y los domingos después de jugar. Con respecto a los rituales y tradiciones de la vereda, Brayan afirma que “cuando terminan de jugar se van para *Culo Estrecho* a tomar” (fragmento de entrevista), haciendo referencia a la cantina Culo Estrecho, lugar donde se dan las fiestas y los espacios de interacción entre vecinos, familia y turistas.

Ahora bien, cabe recordar que la “música local no puede superar las fronteras internas de su nación logra dar identidad en Latinoamérica a sectores populares de algunas ciudades” (Arboleda, 2005, p. 22). Adicionalmente, se identifica que en las formas de comunicarse y de hacer catarsis de los sentires propios, los artistas de la vereda pueden generar cantos y melodías que comunican y representan unas identidades y sentires colectivos, como lo puede ser el amor, la amistad, la recocha, entre otros.

Adicionalmente, se identifica que en las formas de comunicarse y la catarsis emocional permiten generar cantos y melodías que comunican una identificación colectiva con sentimientos en común, o incluso situaciones que pueden ser similares a las de otros sujetos de la vereda, como de un amor, entendiendo además, en términos musicales, que “el despecho es una temática musical que aparece en lo que hoy se denomina música popular, donde lo fundamental radica en sus letras de angustia y desesperación, con carga a la muerte” (Muñoz, P. 2018. p. 9). Estas historias pueden partir de una realidad o unos imaginarios pues existen unos tratos hacia lo femenino que intensifican unas relaciones de género y de poder desde el lenguaje, y que incluso pueden partir desde el despecho:

El despecho refleja el ideal a ser masculino y femenino que se tiene en la sociedad, expone las características que identifican cada género que aparecen en las canciones de despecho, sobre los cuales se pueden deducir los

estereotipos género dentro de lo concibe como ser un hombre o una mujer y evidencia las relaciones que se entablan entre los estereotipos de género construidos. (Echeverri, 2018, p. 60)

En algunas canciones como las de don Eugenio y las de Tradición Melcocheña se reflejan sentimientos de amor, desamor, odio y olvido. Sin embargo, se evidencian unas relaciones de género significativas en cuanto a las formas en las cuales se trata a la mujer o el aspecto femenino que se pueden entender de forma despectiva por su misma representación en un entramado social o amoroso.

CONCLUSIONES

A partir de la música campesina como medio de comunicación y de representación de identidades en la vereda El Porvenir del Cañón del río Melcocho de El Carmen de Viboral, y gracias a la metodología de investigación fenomenológica con enfoque de interaccionismo simbólico bajo al escuela de Palo Alto, se ha podido entender cómo lo popular abarca todas estas situaciones otorgando una identidad compartida (Canclini, 1982, p. 1). De esta forma la música se entiende como una forma de comunicar las identidades de cada individuo dentro de un espacio rural y a su vez, como un elemento colectivo en su relación con la otredad.

Es así como está investigación, que ha buscado resolver cómo la música campesina es un facilitador de la comunicación popular y un reflejo de identidades de la comunidad, llega a las siguientes conclusiones:

- La música campesina en su representación de identidades se convierte en puente de comunicación popular intergeneracional que posibilita que estos saberes musicales y apropiaciones identitarias no se pierdan.
- La música campesina promueve socializar y unir identidades e interacciones en el entretenimiento, la fiesta o la unión colectiva.
- La comunicación popular se convierte en un elemento esencial dentro de la configuración de las identidades de las personas de El Porvenir.

- Deben de existir canales de difusión de las músicas campesinas producidas en las zonas rurales como la vereda El Porvenir del Cañón del río Melcocho para permitir generar un descubrimiento de los sonidos propios de un territorio, lo que comunican por medio de sus canciones.
- La música campesina está cargada de significados identitarios que se dan a partir de la comunicación popular del día a día.
- Las canciones creadas por las personas de El Porvenir son una representación de identidades que promueven y constituyen un patrimonio cultural inmaterial de las comunidades campesinas y rurales.
- En la vereda El Porvenir, el conflicto ha sido algo que ha impregnado y cambiado las dinámicas de vida, formas de relacionarse y la cultura.
- Las personas de El Porvenir ritualizan las tradiciones su comunidad, siendo esta una forma de mantener su cultura viva y de representar sus identidades.



REFERENCIAS

- Arango, C. (2018a). *Territorio, identidades, comunicación*. Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente. <https://repositorio.uco.edu.co/handle/123456789/425>
- Arango, C. (2018b). *Sensibilidades, interacciones, mediaciones*. Fondo editorial Universidad Católica de Oriente. <https://repositorio.uco.edu.co/handle/123456789/922>
- García Canclini, N. (1982). ¿De que hablamos cuándo hablamos de lo popular? Diálogos en la acción. *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, 21, 153-165. https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Canclini-de_que_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf
- García Canclini, N. (1987). Ni folklórico, ni masivo ¿qué es lo popular? *Revista Diálogos de la Comunicación*, 17, 6-11. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/garcia_canclini1.pdf
- Trujillo Moreno, A. (2019). Entre el río y la montaña los hombres cantan para espantar la guerra: Caminando por las trochas de las músicas campesinas de El Carmen de Viboral, Antioquia. Universidad de Antioquia. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/16253/24/TrujilloMorenoAlejandro_2019_M%C3%BAasicascampesinasTerritorioConflictoarmado.pdf
- Soto Núñez, C. A., & Vargas Celis, I. E. (2017). La Fenomenología de Husserl y Heidegger. *Cultura de los*

- Cuidados, 21(48), 43-48. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/69271/1/CultCuid_48_05.pdf
- Echeverri Vera, J. (2018). Relaciones de género en la música popular antioqueña (MPA). Estudio de caso en El Carmen de Viboral. Universidad de Antioquia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/15779>
- Galán Rizo, R. (2015). Música campesina y cultura popular en Cuba. *Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 6(5), 1-10.
- Córdoba Cely, D. (2005). Literatura popular en la música campesina y urbana de Pasto [Tesis de maestría]. Universidad de Los Andes. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/21914/u258724.pdf?sequence=1>
- Hoyos Gómez, A. (2020). Montañeros en la ciudad: música e identidad en la capital de Antioquia durante la segunda mitad del siglo XX. *Despejando la región y problematizándola*. Colombianistas. <https://colombianistas.org/wp-content/uploads/2020/02/Ponencia-Andr%C3%A9s-F.-HOYOS-G%C3%93MEZ.pdf>
- Isaza Pérez, S. (2019). *La música como medio de transformación social: estudio de caso de la corporación rural laboratorio del espíritu en el municipio de El Retiro – Antioquia*. EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/13831>
- Sánchez Amaya, T., & Acosta Ayerbe, A. (2008). Música popular campesina. Usos sociales, incursión en escenarios escolares y apropiación por los niños y niñas: la propuesta musical de Velosa y los Carrangueros. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 6(1). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77360105>

- Cardona Moya, D. (s.f.). La comunicación popular como práctica de resistencia en América Latina. En *La comunicación popular como práctica de resistencia en América Latina*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas https://die.udistrital.edu.co/sites/default/files/doctorado_ud/produccion/la_comunicacion_popular_como_practica_de_resistencia_en_america_latina.pdf
- Rodríguez Marino, P., & Nacarro Nicoletti, F. (2020). Comunicación alternativa, comunitaria y popular: teorías y conceptos en el contexto histórico político Argentino-Chileno. https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RIDUNRN_e26af41c17570e24167dec5c10fdaa9
- Arboleda Blanco, D. (2005). Transculturalidad y procesos identificatorios. La música caribeña colombiana en Monterrey, un fenómeno transfronterizo. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74703003&idp=1&cid=47735>
- Cervantes Márquez, A. (2004). *La identidad como fenómeno cultural*. Bibliotecas UDLAP. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/cervantes_m_a/
- Peréz Gonzáles, J. (2017). La música popular mexicana en Colombia: los corridos prohibidos y el narcomundo. Universidad Nacional de Colombia. <https://silo.tips/download/la-musica-popular-mexicana-en-colombia-los-corridos-prohibidos-y-el-narcomundo>
- Molano, O. (2007). Identidad cultural, un concepto de evolución. *Ópera*, 7, 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>

- Ocampo, O., Londoño, M., & Tobón, A. (2001). Una mirada a la historia de la cultura musical en Antioquia. *Agenda Cultural*. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/3447/1/103.%20Una%20mirada%20a%20la%20historia%20de%20la%20cultura%20musical%20en%20Antioquia.pdf>
- Radio Nacional de Colombia. (2014). Música popular, un género que nació en el campo. Radio Nacional de Colombia. <https://www.radionacional.co/cultura/musica-popular-un-genero-que-nacio-en-el-campo>
- Beltrán, L. (1993). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". <http://www.bibvirtual.ucb.edu.bo:8000/beltran/digital/PP-AI-066.pdf>
- Barbero, J. (2014). Pensar la comunicación en Latinoamérica. *Redes.com : revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, 10 (Edición Especial X Aniversario), 21-39.







GERARDO RAFAEL ORTEGA PAREDES

Máster en Comunicación Corporativa y doctor en Educación

UNIVA Plantel La Piedad, Michoacán, México

gerardo.ortega@univa.mx

 <https://orcid.org/0009-0005-1496-0381>

KARINME MONSERRAT CASTILLO BARAJAS

Pasante en Ciencias de la Comunicación

UNIVA Plantel La Piedad, Michoacán, México

0212111389@alumnos.univa.mx

 <https://orcid.org/0009-0009-0332-707X>

KIMBERLY GALILEA ALCALÁ NAVARRO

Estudiante en Ciencias de la Comunicación

UNIVA Plantel La Piedad, Michoacán, México

0212211572@alumnos.univa.mx

 <https://orcid.org/0009-0006-8111-6022>

CREACIÓN DE MARCA CIUDAD PARA LA PIEDAD, MICHOACÁN, MÉXICO*

CITY BRAND CREATION FOR LA PIEDAD,
MICHOACÁN, MÉXICO

GERARDO RAFAEL ORTEGA PAREDES
KARINME MONSERRAT CASTILLO BARAJAS
KIMBERLY GALILEA ALCALÁ NAVARRO

Recibido: 10-10-2023
Aprobado: 16-11-2023

RESUMEN

La Piedad es un municipio del estado de Michoacán en México que cuenta con 106 490 habitantes y con 493 años de su reconocido vecindamiento que, geográficamente, se encuentra en el punto en que convergen los estados de Michoacán, Jalisco y Guanajuato. Esto dificulta el sentido de pertenencia, apropiación de valores y sentido de comunidad de sus habitantes, a su vez, representa una fragilidad en la permanencia de tradiciones, cultura y memoria por el natural paso generacional. Por lo anterior, se activa la propuesta de una investigación, análisis e interpretación de las observaciones sobre las actividades sociales y económicas,

** Un agradecimiento muy especial a los estudiantes Edwin Alaniz Bahena, Christian Camacho Álvarez, Andreina Castillo Aguiñiga, Emiliano Cisneros Rojas, Rodrigo Franco Elizarraraz, Diego García Torres, Fátima Llamas Solorio, Sara Sánchez Duarte, Divenuy Torres Flores, Karla Zárate Berber, de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la UNIVA sede La Piedad, quienes hicieron parte del proceso de investigación y recolección de datos para este proyecto.*

hábitos y costumbres de sus habitantes, además, la identificación de espacios naturales y artificiales, ubicación de iconografía, símbolos y signos de representación. Esto con la intención de estructurar modelos de comunicación que permitan articular estrategias de difusión, promoción, información, visibilidad, rescate de tradiciones y conservación de la memoria englobados en la creación de una marca ciudad integral, que vaya más allá de una mera identificación visual para que extienda la percepción y aceptación de los habitantes de La Piedad y que permita la exposición y fácil interpretación a externos para fortalecer a la comunidad y los beneficios que conlleva. Los resultados de la investigación recuperan información adecuada que permitirá el diseño e implementación de la identidad gráfica y permite la generación de narrativas que apoyen el sentido de pertenencia de los habitantes de la región, el reconocimiento general, obtenido precisamente de las percepciones e interpretaciones de su territorio y entorno.

PALABRAS CLAVE

Identidad, Marca Ciudad, Memoria, Comunidad, Pertenencia.

ABSTRACT

La Piedad is a municipality in the state of Michoacán in Mexico that has 106 490 inhabitants and a history spanning 493 years since the recognition of its neighborhood (community). Geographically, it is located at the point where the states of Michoacán, Jalisco and Guanajuato converge, which hinders the sense of belonging, appropriation of values and sense of community of its inhabitants, as well as fragility in the permanence of traditions, culture and memory due to the natural generational step. Due to the above, the proposal of an investigation, analysis, and interpretation of the observations on the social and economic activities, habits, and customs of its inhabitants, as well as an identification of its natural and artificial spaces, location of iconography, symbols, and signs of representation. The intention is to structure communication models that allow the articulation of strategies for dissemination, promotion, information, visibility, rescue of traditions and preservation of memory encompassed in the creation of an integral city Brand that goes beyond a mere visual identification to extend the perception and acceptance of the inhabitants of La Piedad. This initiative aims to strengthen the community and the benefits it entails. The results of the research recover relevant information that will allow the design and implementation of graphic identity and generation of narratives that support the sense of belonging of the inhabitants of the region. This general recognition will be derived precisely from their own perceptions and interpretations of their territory and environment.

KEYWORDS

Identity, City Brand, Memory, Community, Belonging.

INTRODUCCIÓN

La Piedad se ha consolidado durante los últimos años como una ciudad en crecimiento (INEGI, 2021), sin embargo, aún conserva la esencia propia de un pueblo. Es labor de los habitantes enaltecer a su ciudad y comprometerse con su desarrollo en todos los ámbitos.

Ante la premisa anterior, surge la inquietud de aportar posibilidades para fomentar el desarrollo de La Piedad, Michoacán, formada de una iniciativa universitaria comprometida con la comunicación social, motivo por el cual se integra un equipo de investigación coordinado por Gerardo Rafael Ortega Paredes (Dr.) y los alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de décimo y séptimo cuatrimestre, bajo el respaldo de la Natalia Salinas Bravo (Dra.), directora de UNIVA La Piedad y José Gabriel Rodríguez Méndez (Arq.), Jefe del Departamento de Ingenierías, Comunicación y Multimedia.

Nacido de la academia, el proyecto no forma parte de ningún grupo político o de interés privado, ya que el objetivo es su permanencia y el compromiso es trascendental, conscientes de que se trata de un proyecto estratégico a mediano y largo plazo que resalta los ideales comunitarios en beneficio de la comunidad.

La implementación de una marca en las ciudades correspondientes ha tenido resultados favorables al integrar de un modo armónico a los diferentes actores: gobiernos, iniciativa privada, sociedad y medio ambiente (Hankinson, 2010).

Es por esto que la contextualización y reconocimiento geográfico, así como presentación de datos sociodemográficos nos permitirá fundamentar el reconocimiento del territorio de La Piedad y definir a los grupos de interés que nos proporcionarán datos e información de pertenencia, memoria y espacios significativos que nos llevan a reconocer la región y presentar propuestas de intervención que procure el desarrollo y bienestar de los piedadenses.

La aplicación de estrategias de comunicación fundamentadas en conocimientos aplicables con el trabajo social en beneficio del municipio, alineadas a la interpretación de los resultados obtenidos de la presente investigación, posibilitará trazar una serie de metas y plan de acción que ayude a estructurar y presentar este significativo proyecto.

Figura 1

Mapa de La Piedad, Michoacán



Nota. Ubicación territorial de La Piedad. Michoacán.

La Piedad es uno de los 113 municipios del estado de Michoacán, situado al norte y con una extensión de 284.7 km². Este municipio lidera la Zona Metropolitana Pénjamo-La Piedad, que abarca áreas de los estados de Guanajuato y Michoacán, y en 2020 contaba con una población total de 261 450 habitantes (INEGI, 2021). Según el censo de 2020, La Piedad tenía 106 490 habitantes, lo que representa un incremento del 6.94 % respecto al año 2010 (INEGI, 2020).

La población joven en La Piedad, compuesta por individuos menores de 29 años, representa el 50.27 % del total, lo que subraya su relevancia para la investigación propuesta. En términos de vivienda, la mayoría de los hogares cuenta con entre 3 y 4 habitaciones, alcanzando un 31.3 % y un 25.3 %, respectivamente. En lo que respecta a la conectividad, un 56.9 % de las viviendas tiene acceso a internet, mientras que el 38.1 % posee computadora personal y el 87.5 % cuenta con dispositivos móviles.

En el ámbito educativo, durante el ciclo escolar 2020-2021, los graduados más numerosos provienen de áreas como administración y gestión (469 egresados), seguidos por ingeniería industrial (395) y administración de empresas (362). Además, entre la población de 15 años o más, 22 500 personas han completado la primaria, 19 400 la secundaria y 14 300 el bachillerato, evidenciando un perfil educativo que destaca la necesidad de fomentar la formación superior en la región.

La Piedad, según el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), destaca por sus artesanías tradicionales, que incluyen rebozos elaborados en algodón y artisela mediante técnicas de telar de pedales y empalmado a mano, así como deshilados y arcos de ofrenda confeccionados con flores naturales. También son reconocidos el labrado de cantera, el vidrio soplado y la producción de balones de fútbol de piel y vinil. En el ámbito gastronómico, sobresalen platillos como las carnitas de cerdo, el caldo michi y los tamales amarillos, junto con dulces típicos como la cajeta y las cocadas.

En términos de patrimonio cultural, La Piedad cuenta con importantes monumentos históricos, entre los que se incluyen la Parroquia del Señor de La Piedad del siglo XVIII, el Templo de San Francisco y el Santuario de Guadalupe. Además, el Puente Cabadas, construido en el siglo XIX, es un símbolo destacado de la arquitectura local. La música regional se caracteriza por géneros como el mariachi y las bandas de viento, que reflejan la rica herencia cultural del municipio.

DEFINICIONES Y OBJETIVOS

Marca ciudad es un concepto que permite identificar las cualidades, estilo e identidad de una localización geográfica específica, incluidos su entorno, su contexto y sus habitantes, los cuales la definen y la diferencian de otras dándole singularidad.

Por lo anterior, una *marca ciudad* debe ser una construcción colectiva y compartida; de lo contrario, podría percibirse como una campaña de

comunicación institucional o, peor aún, como propaganda de la gestión de gobierno en turno condenada a desecharla por futuras administraciones.

La marca de ciudad se transforma en un terreno fértil para el encuentro con estos signos de identidad de una ciudad como un factor relevante en el momento de definir las características de identidad de una comunidad, además de presentarse como un potenciador de las posibilidades de inserción competitiva. (Paz, 2005, p.191)

La conformación de la marca ciudad debe conjugar tres aspectos centrales: lo que la ciudad es en realidad, lo que pretender o aspira ser y lo que, a partir de compromisos y objetivos, puede llegar a convertirse.

Muchas ciudades alrededor del mundo han creado su propia marca bajo estos aspectos promoviendo el reconocimiento como una fuente estable de beneficios. Una muestra efectiva de marca ciudad es generada por Milton Glaser en 1976 para una entonces caótica Nueva York, abrumada por crisis fiscales, bajo el eslogan de "I love NY", campaña que pretendía aumentar la autoestima ciudadana y ofrecer al visitante un espacio atractivo como destino turístico (Greenberg, 2006).

Ahora bien, una vez identificado el significado de una marca ciudad se determinan los principales objetivos que consisten en desarrollar un proyecto permanente. Se reconoce que su instalación es a mediano y largo plazo y que, además, requiere de la dedicación de una sociedad organizada para que permanezca, independientemente de cambios administrativos de ayuntamientos, administraciones públicas o instituciones.

Otro objetivo es identificar elementos tangibles e intangibles que fortalezcan la identidad local y fomentar valores de pertenencia, así como definir y fortalecer estrategias que impulsen el desarrollo económico y social de La Piedad.

Al surgir la investigación de la academia, se pretende demostrar habilidades comunicativas de estudiantes y profesionales de Ciencias de la Comunicación, como manifestación de compromiso social y visibilidad en la elaboración de los fundamentos del proyecto de marca ciudad La Piedad.

La obtención de estos objetivos establecerá claves para conocer y mejorar la imagen de La Piedad en el exterior y generar estrategias para una adecuada difusión de su identidad. El camino será ir aportando elementos para que el campo de estudio de la comunicación aporte desde su visión a la marca ciudad y se fortalezcan otras disciplinas.

ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN

El nivel metodológico asumido en este trabajo es de tipo etnográfico, basado en la interpretación de imaginarios sociales, características, estructura y funcionamiento de un sistema social identificado como grupo, organización, comunidad, subcultura o cultura. Además, se emplea un enfoque narrativo para comprender la problemática, considerando las historias de los pobladores (Hernández-Sampieri, 2018). El diseño metodológico va en coherencia con el paradigma histórico-hermenéutico porque posibilita describir e interpretar un grupo social (Creswell, 2003).

El equipo de estudiantes investigadores realizó la búsqueda y revisión de literatura afín en diferentes fuentes primarias como buscadores de internet, centros o sistemas de información.

Por otra parte, la observación, la entrevista semiestructurada y la exposición a la iconografía fueron los instrumentos que se utilizaron en la investigación, los cuales, además, dotan de riqueza narrativa y nuevos enfoques al fenómeno, así mismo permiten identificar las percepciones y la relación de las personas con su entorno bajo observaciones reflexivas.

Hernández Sampieri y Mendoza (2008) afirman que "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 y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio" (p. 612).

Para la recolección de los datos e información requerida, paralelamente a la aplicación de encuestas, se contactó a quienes se pueden identificar como *stakeholders*, que, por su significado, se refiere a aquellas personas

que pueden afectar o ser afectados por la consecución de objetivos empresariales, culturales y sociales.

La selección de grupos, asociaciones, entidades educativas o líderes de opinión se hizo de manera representativa identificando, en primer lugar, a quienes residan o residieran en la región, ejercieran una actividad pública o privada vinculatoria con La Piedad. También se tuvo en cuenta a quienes fueran acreedores de pulcro reconocimiento social, representasen a un grupo de personas y tuvieran facultades para ello. La selección se extendió también a personas o agrupaciones no residentes pero que han demostrado experiencia en temas de marca ciudad o reconocimiento de territorio. Por esta razón, se contó con el apoyo de personas y agrupaciones de Rionegro, El Carmen del Viboral y Marinilla, en Colombia, esto debido al intercambio académico entre la institución origen de esta investigación y los municipios mencionados, así como con especialistas de la institución matriz en Guadalajara, México. Una vez expuestas las propuestas y objetivos del proyecto, las personas o agrupaciones fueron consultadas bajo diálogo abierto y en algunos casos, adicionalmente, con aplicación de encuesta cualitativa.

ANÁLISIS DE PERCEPCIONES Y RESULTADOS

El registro de las aportaciones que los diferentes *stakeholders* compartieron en las reuniones mencionadas permitió reforzar el proyecto a partir de las percepciones, microhistorias, narrativas y memorias. Se consideraron los comentarios de valor e información que permitían conceptualizar las diferentes visiones de La Piedad bajo los siguientes conjuntos de respuestas:

La Piedad te da una sensación agradable, sabe a juventud, infancia, es amistad. No explotan todos los buenos recursos que tiene. Por falta de organización y motivación de las personas que viven en este lugar, es neCésaria la coordinación eficaz para lograr que todos tengan un fin para lograr un cometido.

Requiere un cambio la identidad de la marca por las nuevas generaciones ya que tienen diversas ideologías, hay diferentes elementos de La Piedad que pueden aportar a una nueva identidad gráfica. (Testimonios recolectados en entrevistas con stakeholders de La Piedad, 2023)

Reconocer el valor de la ciudad como un lugar de potencial desarrollo y bienestar social otorga una idea del posible sentimiento de pertenencia de los ciudadanos, pero no son estas las únicas percepciones que denotan la necesidad del piedadense por resaltar lo bello de su territorio; encontramos también comentarios que mencionan la riqueza gastronómica, cultural y social a través de sus habitantes. Los *stakeholders*, por su parte, aseguran que se requieren áreas recreativas, posibilidades para personas de escasos recursos, trabajo social sin fines de lucro, aporte en la sostenibilidad y ecología de la ciudad, uniones o colaboraciones entre ciudadanos que trabajen en favor de la marca ciudad; además, reconocen el trayecto faltante para poner en marcha este proyecto y justifican la importancia del análisis de elementos que aporten. Rescatamos algunos comentarios que sugieren incluso maneras de fortalecer la investigación:

- “Recopilar elementos sonoros para identificar a La Piedad”.
- “Convocar a diversos sectores económicos de la sociedad”.
- “Investigar más sobre la localidad y rescatar información de los barrios antiguos de los que podemos obtener historia e identidad”.
- “Investigación de mercado para saber qué es lo que necesitamos”.
- “Combinar la nostalgia con lo actual”.
- “Plantear los diferentes modelos de negocios”.

De esta manera podemos analizar que las percepciones no son únicamente frases que denotan la ilusión y orgullo del piedadense, sino que buscan un trabajo en conjunto que fortalezca el proyecto, para que pueda avanzar favorablemente; incluso, entre los convocados a las reuniones, hubo quienes mencionaron la funcionalidad del sector eclesiástico como referente directo de la ciudad.

Categorizar los factores comunes sociales, religiosos, culturales y económicos permitirá analizar la información con mayor asertividad. Hay

que conocer y respetar el origen de las historias de la comunidad y no cambiar la identidad de las palabras, conservar el dialogo de los barrios y recuperar la participación de la gente de edad avanzada para preservarlas; las percepciones entonces, ayudan a solventar el proyecto con base en la importancia que tiene reconocer el pasado de La Piedad y vivir su presente en progreso, así podemos mirar al futuro con una visión inspiradora que, reconociendo los factores de determinación social, encamine el proyecto al verdadero orgullo como ciudadanos, para mostrar esa perspectiva general, tanto de forma interna como externa, de la ciudad.

Resultado de encuestas

Para obtener datos de investigación se aplicaron 170 encuestas a personas habitantes de La Piedad de diferentes sectores, así como sus comunidades aledañas, de las cuales se recuperaron los siguientes resultados que permiten determinar aspectos de intervención. De los encuestados, un 68.2 % son originarios de La Piedad, mientras que el 31.8 % viven en la región, pero no son originarios de La Piedad.

El rango de edad predominante de la muestra corresponde jóvenes entre los 18 y 25 años (71.8 %). Esto debido a que, al contemplarse como proyecto a largo plazo, este sector sería el más involucrado. Seguidamente se encuentran los grupos entre 26 y 35 años (9.4 %), 46 y 55 (7.5 %), 36 y 45 (5.2 %); continúa el grupo de menores de 18 años (4.6 %), el de 56 y 65 (1.2 %) y, finalmente, el grupo de mayores de 65 años (0.6 %).

Ahora bien, como lo plantea la María Auxiliadora Gabino Campos, "La imagen de una ciudad constituye un concepto abstracto, que se construye a través de las representaciones de un conjunto de asociaciones e informaciones relacionadas con el territorio o un conjunto de creencias sobre este" (Gabino Campos, 2018, p. 16).

Para establecer un indicador medible se determinó distinguir los grados de percepción de imagen de ciudad en excelente, buena, regular y mala. Esto con la intención de someterla a consideración de los encuestados. Sobre la percepción de imagen de La Piedad, el 45.9 % de los encuestados

tiene una imagen regular, mientras que una buena imagen es percibida por 42.9 % de la muestra. Por su parte, un 8.2 % opina que la imagen de la ciudad es mala y un reducido 2.9 % opina que la imagen es excelente, resultados que determinan que se requiere elevar favorablemente la percepción de imagen de la ciudad en sus habitantes.

Reconocer como destino turístico La Piedad es importante para la construcción de identidad, por ello se optó por conocer las fortalezas percibidas que permiten al visitante, al turista o viajero de paso crearse una buena perspectiva de la región. Sometido a los piedadenses el reconocimiento de las fortalezas en este rubro de su región, se destacan las siguientes características: la gastronomía local (56.5 %), la hospitalidad de sus habitantes (36.5 %), patrimonio cultural (27.6 %), las actividades económicas y de negocios (24.3 %) y los atractivos naturales. (21.2 %). Las fortalezas menos favorecidas son infraestructura turística (9.4 %) y actividades recreativas y deportivas (8.2 %).

Sobre la imagen desfavorecedora de La Piedad destacan dos aspectos clave: el 69.4 % de los encuestados resaltaron la falta de infraestructura turística como debilidad principal. Este dato resalta la importancia de abordar la mejora y desarrollo de las instalaciones turísticas. En segunda instancia, el 62.9 % de las respuestas identificaron áreas públicas sucias y descuidadas como debilidad relevante. Este dato muestra la necesidad de acciones para mantener y mejorar la limpieza y el cuidado de los espacios públicos, lo que contribuiría a una mejor percepción. Otros aspectos que fueron mencionados son: la escasez de actividades culturales (57.1 %), los problemas de seguridad (44.1 %), la falta de promoción y marketing (38.2 %) y la poca actividad económica (26.5 %).

Para mejor interpretación se determinan los valores con los que los habitantes de La Piedad se identifican destacando solidaridad (46.5 %) y empatía (42.4 %) por encima de otros como respeto (28.2 %), gratitud (25.3 %), honestidad (20.6 %), altruismo y resiliencia (16.5 %, respectivamente).

En la percepción correspondiente a aspectos negativos, la falta de limpieza de los espacios públicos es el más mencionado (65.9 %) por

encima del conformismo de sus moradores (51.8 %), seguido de la envidia y machismo que se encuentran en la misma posición (47.6 %). Cabe destacar que los encuestados pudieron seleccionar más de un aspecto en ambas vertientes, positivo y negativo.

CONCEPTOS, ÍCONOS E IDENTIDAD

Se entiende como concepto aquel constructo mental de un objeto, situación o cualidad en particular que permite reducirse a unidad de pensamiento y que estructura el conocimiento.

Durante los diálogos y sondeos se identificaron algunos conceptos que identifican a La Piedad, esto según las menciones de los *stakeholders* y encuestados. Se destacan la hospitalidad, la nostalgia, el desarrollo y crecimiento, la gastronomía, entre otros elementos detallados en los resultados de encuestas y recuperación de información.

La identificación de lugares, edificaciones, recursos naturales, representaciones visuales y sonoras, fiestas populares, tradiciones, gastronomía, costumbres regionales o eventos cívicos que representan o pueden representar a La Piedad conforman la iconografía que permite seleccionar los elementos que integrarán el concepto de marca ciudad, para ellos, una descripción detallada, localización y validación de la identificación es importante para el desarrollo del proyecto. La observación global y fenomenológica de los elementos mencionados condensa la conceptualización y construcción multidisciplinaria de una marca, la cual no debe ser abordada únicamente bajo la perspectiva del diseño, sino también desde la sociología y la estrategia comunicacional (Costa, 2004).

El reconocimiento de los valores comunitarios permite el fortalecimiento de la ciudad con grupos sociales más fuertes y cohesivos. Según los resultados de la encuesta realizada a *stakeholders* y muestra representativa, se obtuvieron diversos aspectos positivos y negativos que afectan la imagen e identidad de la ciudad.

Bajo una perspectiva de bienestar social, entendiéndolo como “un estado en el que se cumplen las necesidades humanas básicas y las personas pueden convivir pacíficamente en comunidades con oportunidades de progreso” (Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación [INEE], 2018), podemos dimensionar aspectos que favorecen el bienestar social, identificándolos como aspectos positivos y otros que no lo permiten, dificultan o detienen, ubicados como aspectos negativos. Con esa visión categorizamos los resultados para mejor comprensión y posibilidad de integración a la construcción de la marca ciudad.

Aspectos positivos

1. **Atractivos turísticos.** Los encuestados destacaron la presencia de monumentos históricos, parques y atractivos naturales como elementos destacados para el turismo.
2. **Hospitalidad.** La mayoría de los encuestados señaló que los habitantes de la ciudad son amables y hospitalarios, lo que puede generar una buena experiencia para los visitantes.
3. **Gastronomía.** La comida local recibió elogios por su variedad y calidad, lo que puede ser un atractivo para los interesados en la cultura culinaria.
4. **Seguridad.** Una parte significativa de los encuestados consideró que la ciudad es segura, lo que puede aumentar la confianza de los turistas para visitarla.

Aspectos negativos

1. **Infraestructura urbana.** La mayoría de los encuestados mencionó problemas con el transporte público, deficiencia en vialidades y falta de señalética turística.
2. **Contaminación.** Los resultados expresaron preocupación por la contaminación, principalmente del Río Lerma, malos manejos de residuos sólidos y falta de políticas de sostenibilidad ambiental.

3. **Dificultades de acceso.** A pesar de la privilegiada posición geográfica, algunos encuestados mencionaron la carencia de buenas conexiones de transporte hacia otras regiones, lo que podría limitar el potencial turístico.
4. **Falta de actividades culturales.** Una parte significativa de los encuestados opinó que la oferta cultural es escasa, lo que desmotiva la atracción de turistas interesados en eventos o festivales.

Áreas de oportunidad

1. **Mejora de la infraestructura.** Mayor atención al desarrollo de mejores sistemas de transporte, renovación de calles y señalética turística para facilitar la movilidad de los visitantes.
2. **Promoción turística.** Campañas de promoción para resaltar los atractivos turísticos y la gastronomía local, aprovechando la hospitalidad de los habitantes como un valor agregado.
3. **Sostenibilidad.** Implementar políticas ambientales y programas de reciclaje para abordar los problemas de contaminación y mejorar la imagen de la ciudad como destino sostenible.
4. **Fomento cultural.** Potenciar actividades culturales, eventos y festivales para enriquecer la experiencia turística y atraer a visitantes interesados en el patrimonio y la cultura local.

El análisis de los resultados de la encuesta proporciona una base sólida para desarrollar estrategias y acciones que benefician tanto a la ciudad como a los visitantes.

A partir de los resultados obtenidos, la interpretación de estos, así como de sugerencias y necesidades de los *stakeholders* y las aportaciones de líderes de opinión, observación territorial y comparación con intervenciones de marca ciudad en otros municipios, articulamos una serie de elementos que son considerados como aplicables a La Piedad, Michoacán para llegar a los objetivos planteados en la presente investigación.

ARQUETIPO

Para construir una marca ciudad es indispensable conocer la forma son las personas son y se ven reflejadas frente a una sociedad en proceso de seguir construyéndose mediante transformaciones que se ven concebidas por los mismos habitantes. De este modo se comprende a una sociedad mezclada de personas originarias de la región, otras que llegan y se van de la ciudad o que llegan y deciden quedarse a vivir en el sitio. La percepción de los moradores, visitantes de paso o turistas construye imaginarios que repercuten en sus espacios públicos y entornos cotidianos dotando a la ciudad de una mentalidad urbana propia (Silva, 2006).

Cuando se desarrolló la investigación para conocer a los ciudadanos piedadenses y construir un arquetipo propio de los mismos, los resultados mostraron a los habitantes de La Piedad como personas comprometidas, emprendedores, trabajadoras, unidas, respetuosas de la familia y creyentes de la fe católica. Carl Jung define los arquetipos como patrones de comportamiento y formas simbólicas universales que emergen del inconsciente colectivo. Estos arquetipos se manifiestan en sueños, mitos, religiones y culturas, y reflejan estructuras fundamentales de la psique humana (Jung, 1959).

MICROHISTORIAS

Las microhistorias son breves narraciones que cuentan relatos desde la experiencia, vivencias y recuerdos de las personas en un entorno común. Por ello, al realizar las reuniones con grupos de interés, se conocieron algunos aspectos que ellos mismos mencionaron al hablar de La Piedad. Las personas de mayor edad mencionaron la existencia de espacios públicos de recreación o esparcimiento, como cines, parques, centros sociales, salones de baile, cantinas o espacios naturales, algunos ya desaparecidos, así como anécdotas, leyendas, historias de dominio popular o tradiciones que pueden ser convertidas en microhistorias para

su difusión y conservación en productos comunicacionales como videos, publicaciones, representaciones públicas o memorias.

Es indispensable para el avance del proyecto conocer y estructurar el 'antes' para comparar con el 'después' de La Piedad, a través de historias que consoliden la relación, afecto y orgullo de cada uno de los ciudadanos con su municipio y la marca ciudad creada. "Se trata de comenzar con cosas pequeñas que marquen un cambio grande a largo plazo, dar reconocimiento a todo el proceso que sucede detrás, que nadie ve, para resaltar las maravillas que tu ciudad puede ofrecer". Estas fueron palabras mencionadas por María Paula Giraldo y Santiago Agudelo, creadores de "Nuestro" y miembros de Distrito Creativo de Marinilla, Colombia.

NARRATIVA SOCIAL

La narrativa social dota a la marca ciudad de elementos para que pueda trascender y se establece interpretando el arquetipo del habitante y las microhistorias. Mediante esto, la pregunta formulada sería: ¿cuál es la narrativa social que la marca ciudad de La Piedad va a mostrar? En el entorno puede surgir una narrativa social llena de matices y posibilidades, la cual se puede aprovechar si se introducen técnicas de comunicación y lenguaje.

El territorio alberga riqueza cultural y diversidad de experiencias que no son plenamente aprovechadas. Estos tesoros suelen pasar desapercibidos ante quienes visitan o viven en la ciudad debido a la visión estrecha, sin embargo, cuando las personas comienzan a articular narrativas sobre los atractivos que su ciudad posee, se revela una esperanza favorecedora.

Los grupos de interés consultados mostraron profunda conexión con su entorno y preocupación por el bienestar de su comunidad. Estas personas entienden que los recursos culturales, históricos y naturales que posee La Piedad tienen el potencial para transformarla en un lugar vibrante y próspero. Reconocen que, al explotar y promover estos atractivos, no solo se beneficiaran económicamente, sino que también se creará un sentido de pertenencia y orgullo entre los habitantes.

La narrativa social nos confronta con la importancia de preservación y conocimiento del patrimonio que se tiene. Algunas veces los tesoros de una ciudad se ven opacados por el auge de las atracciones turísticas de regiones cercanas o por la falta de inversión en su promoción. Sin embargo, cuando se escuchan las voces que anhelan que estos atractivos sean redescubiertos, se plantea la necesidad de repensar nuestras prioridades y promover un turismo más auténtico y sostenible.

Según Valenzuela (2015) el enfoque de marca ciudad y la acción de turismo se ha centrado en una visión de la arquitectura o de la sociología de la localidad. Pocas veces esa línea de estudio se aborda con sustentos de la teoría de la mercadotecnia y concretamente en el tema sobre la mercadotecnia de ciudades; por lo que se vuelve oportuno abordarlo desde la perspectiva de la marca ciudad para darle atributos de promoción y posicionamiento.

ATRIBUTOS ALTERNATIVOS

La marca ciudad se vincula a un conjunto de atributos únicos y distintivos que permiten identificar, reconocer y diferenciar un territorio. Funciona como un símbolo de la identidad de la ciudad y está asociada tanto a los atractivos y recursos urbanos presentes como a valores que reflejan su modelo urbano (Mancilla, 2016).

Utilizar elementos alternativos de la ciudad brindan nuevas posibilidades de actualizar la percepción del espacio, por lo que se debe elaborar una valiosa investigación que confirme las características que debe cumplir la nueva iconografía. Muchos de los piedadenses empatizan con la representación de la imagen sacra del Señor de La Piedad, el Puente Cavadas o los portales de la Plaza Principal, pero las entrevistas y observación han destacado otros como el Cerro Grande, la Cascada de El Salto o el Barrio de Perros Bravos. Varios de estos lugares, como el Mirador de la ciudad, pueden rehabilitarse como espacios públicos de flujo y referencia. Adicionalmente, será neCésario corroborar la existencia de los

atributos intangibles dentro de la ciudad que valoran la resiliencia, respeto, hospitalidad y empatía de los habitantes, así como sensaciones de calidez, fraternidad y antigüedad, además de experiencias sensoriales.

IDENTIFICACIÓN DE SECTORES

Para diseñar la marca ciudad es indispensable identificar a los grupos o sectores sociales que forman parte de esta. En ese sentido:

Se requiere de una visión integradora que involucre a todos los sectores: ciudadanos locales, visitantes, instituciones gubernamentales, organizaciones e iniciativa privadas. Todos los sectores entrelazados en un esfuerzo por garantizar la experiencia de una ciudad desde distintos ámbitos: económico, cultural, social, institucional. Es decir, de lo que ha sido hasta lo que es, tanto de locales como externos, para cambiar o reforzar el concepto de marca ciudad. (Durán Alfaro, González Arce, & Mercado Peña, 2020, p. 76)

Para la creación de la marca ciudad de La Piedad se consideran principalmente los sectores descritos por Trujillo (2023) para comprender el abordaje desde su espacio. Los sectores son los siguientes:

- Económico. Una marca ciudad bien construida busca y puede tener impacto positivo en el desarrollo económico de la ciudad, promoviendo turismo, emprendimiento y atrayendo inversiones.
- Cultural. Promover la cultura local permite generar pertenencia, mantiene las tradiciones y extiende la memoria colectiva.
- Desarrollo sostenible. La viabilidad de todo proyecto económico y social radica en su sostenibilidad. En el marco de las nuevas tendencias hay cada vez más inversores y visitantes que prefieren ciudades comprometidas con la protección ambiental y el desarrollo sostenible.
- Turístico. Una marca ciudad puede atraer a más visitantes de la promoción de sus atractivos turísticos, culturales y de ocio.

- Rural. Las comunidades rurales pertenecen y determinan el crecimiento en todos los ámbitos, es por ello deben estar contagiadas e informadas sobre la marca ciudad que será parte de ellos.
- Urbano. Los ciudadanos son los principales embajadores y defensores de la ciudad, La participación ciudadana puede incluir la creación de comités consultivos y promoción de iniciativa ciudadana.

COORDINACIÓN ENTRE SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

La marca ciudad debe coordinar adecuadamente la organización y articular una eficaz comunicación que alcance a todos los sectores del territorio, además de alinear los mensajes y objetivos entre habitantes, dependencias públicas, empresas privadas y organizaciones sociales.

Como ya se ha referido, marca ciudad no es una campaña de gobierno, es una campaña social donde la administración pública debe coadyuvar para su óptima articulación. Para construir una marca ciudad, es necesario aplicar la planificación estratégica, gestionar adecuadamente el entorno y estructurar la marca. Esto incluye un diagnóstico para identificar las fortalezas y oportunidades de la ciudad, junto con evaluaciones y monitoreos regulares. El objetivo es asegurar una gestión eficaz que refuerce la imagen deseada, logrando que la ciudad sea reconocida y competitiva frente a otras (Torres-Zamudio, 2021).

IDENTIDAD GRÁFICA

Para crear la identidad grafica se deben conocer todos aquellos aspectos que realmente demuestren y marquen la esencia de lo que verdaderamente es la ciudad, la impresión y sensaciones que emite ante los demás, así como las fortalezas que tiene para ser un lugar identificable. Los datos recopilados dan oportunidad de elaborar un informe que comprenda la mayoría de los atributos tangibles e intangibles que

permitan sintetizarse en grafías, colores y símbolos para diseñar una inspiradora identidad gráfica alineada con los objetivos de la marca ciudad. Paz (2005) añade: "La marca de ciudad se transforma en un terreno fértil para el encuentro con estos signos de identidad de una ciudad como un factor relevante en el momento de definir las características de identidad de una comunidad, además de presentarse como un potenciador de las posibilidades de inserción competitiva" (p. 191).

La identidad gráfica de la marca ciudad representa simbólicamente los atributos del territorio y su gente y, aunque no es el objetivo final de este proyecto ya que solo representa una parte de la identidad pretendida, se verá acompañada de una serie de estrategias mayores para el posicionamiento de La Piedad, si se permite incorporarla.

DIFUSIÓN

Desarrollar un plan de difusión implica estrategia y gestión de las líneas de comunicación requeridas para lograr acciones específicas. Las habilidades de los investigadores de este proyecto son precisamente en Ciencias de la Comunicación, lo que infiere un acercamiento a uno de los objetivos primarios que es visibilizar y activar el potencial de los profesionales de la comunicación. Los elementos como lugares, iconos, arte, cultura, sociedad o personas pueden ser sintetizados como mensajes coherentes que requieren de difusión para la masificación de la información (Valenzuela, 2015).

Algunas estrategias de difusión se pueden aplicar en las siguientes acciones:

Campañas de promoción. Creación de campañas específicas con objetivos identificados que apunten el objetivo general de la marca ciudad. La planeación y selección de canales de difusión será una tarea recurrente, así como la evaluación de estos. La identificación del arquetipo del habitante de La Piedad, así como los sectores sociales diferenciados del territorio facilitan el diseño de las campañas. La combinación de estrategias de mercadotecnia tradicionales y digitales para difundir los mensajes de la

ciudad, promover los atractivos turísticos, atraer eventos y conferencias y generar interés en la inversión y el establecimiento de empresas en la ciudad son actividades propias de este rubro.

Desarrollo de plataformas y contenidos digitales. En la actualidad, una de las posibilidades más eficaces para el desarrollo de campañas, marcas o cualquier tipo de contenido que necesite difusión va directamente relacionado con las redes sociales y plataformas digitales; por lo tanto, la creación de contenido audiovisual digital será neCésaria para la culminación y entrega clave del proyecto, ya que permite promoción y difusión, interna y externa, en tiempo real y a bajo costo de distribución.

Gestión de prensa y medios de comunicación. La creación y desarrollo de una narrativa positiva y coherente, así como la promoción de sus atributos distintivos requiere de difusión comprometida, lo que implica establecer relaciones sólidas con los medios de comunicación locales. Formar alianzas con medios locales permite aumentar la cobertura mediática, promueve el periodismo de investigación y los agrega como promotores del desarrollo de la marca ciudad en beneficio de la sociedad donde se desenvuelven, otorgándoles valor social que será reconocido por su audiencia.

Beneficios, certificaciones y/o reconocimientos. Es relevante para la marca ciudad contar con distintivos establecidos y otorgados a aquellas instituciones, agrupaciones, organizaciones, empresas, comercios, representantes sociales o habitantes distinguidos que enaltezcan el valor del territorio basado en logros y acciones reales que respalden los valores y atributos de La Piedad, ya que fortalece de la identidad y la reputación de la ciudad, así como brindar certeza y confianza a los visitantes.

SELECCIÓN DE REPRESENTACIÓN SOCIAL

La integración de diversos sectores sociales para lograr un trabajo coherente e inclusivo en impulso de la marca ciudad es primordial. La identificación de personas representativas debe efectuarse desde el inicio del proyecto para acelerar el proceso de integración y compromiso.

La localización de los sectores se basó en estadísticas de densidad de representación y relevancia en la ciudad. Se dividió en secciones para facilitar una presencia efectiva y que permita mantenerlos en el foco de atención. La integración de un grupo representativo con miembros de cada sector permitirá articular trabajos y desarrollar las actividades pertinentes para lograr los objetivos, darle seguimiento y continuidad, así como formalizar un ente administrador de la marca ciudad.

Las atribuciones de este grupo se extienden como administrador, gestor de recursos, promotor de actividades, fiscalizador, protector del buen uso y resguardo de la marca ciudad con la finalidad de construir una imagen positiva y atractiva de la ciudad, aumentar la atracción de visitantes e inversionistas y promover el crecimiento y desarrollo,

El presente listado de asociaciones, representaciones y personalidades fue identificado y notificado, más no es limitativo:

- **Instituciones educativas:** UNIVA La Piedad, Instituto Tecnológico de La Piedad, IMCED, Universidad de León, CBTI's 84, CONALEP, Colegio Juana de Asbaje, Colegio Vasco de Quiroga, Preparatoria Mártires de la Reforma, Unidad Regional de Escuelas Públicas.
- **Asociaciones civiles:** Colegio de Arquitectos, Colegio de Ingenieros Civiles, Colegio de Contadores Públicos, Colegio de Abogados, Observatorio Ciudadano, A.C., El Colegio de Michoacán plantel La Piedad, Asociación Médica Piedadense, Observatorio Cultural, A.C.
- **Dependencias públicas:** Presidencia Municipal, Sindicatura Municipal, Dirección de Promoción Económica, Dirección de Turismo, Dirección de Cultura, Dirección de Comunicación, Dirección de Educación.
- **Iniciativa privada:** Turbomáquinas, S.A., Grupo Nu3, Grupo Kasto, Lapis.
- **Asociaciones deportivas:** Club de Fútbol Reboceros La Piedad, Club Deportivo Alianza, Club Deportivo Mercantil, Liga de Fútbol Amateur.
- **Cámaras:** Cámara Nacional de Comercio sede La Piedad (CANACO), Cámara Nacional de la Industria y Transformación sede La Piedad (CANCINTRA).

- **Medios de comunicación:** Videa Plataforma, Grupo Radiofónico Guízar Comunicación, Código Libre, Periódico Al Día, La Redacción, Brunoticias, Info Metrópoli.

CONFORMACIÓN LEGAL Y PERSONALIDAD JURÍDICA

Las funciones de la administración de la marca ciudad se deben formalizar, así como identificar los procesos que establezcan los propósitos, objetivos, estructura de gobierno, financiamiento y funciones del objeto de estudio. Asegurar la inclusión de disposiciones que protejan la marca y regulen su uso adecuado. Registrar formalmente la entidad legal ante las autoridades mexicanas correspondientes. Esto implica presentar los estatutos y otros documentos requeridos, así como pagar las tasas y cumplir con los trámites necesarios para obtener el reconocimiento legal de la marca ciudad.

Integrarse al marco legal durante la creación de una marca ciudad es indispensable. Se debe registrar la marca ante las dependencias y organismos reguladores que den certeza y seguridad jurídica a la propiedad de la misma, no solo para poder comenzar a distribuirla de manera correcta, sino también para tener constancia ante la ley de la existencia de esta y que su uso este regulado, no se utilice para intenciones no previstas, sea coherente con la identidad gráfica seleccionada, se vuelva inamovible y le pertenezca el usufructo al ente administrativo del proyecto, no a una dependencia pública o empresa del sector privado, ya que iría contra la naturaleza del proyecto.

Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos o servicios cuyas cualidades u otras características son verificadas por su titular (Art. 183. Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial). Al registrar la marca ciudad ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) podemos asegurar la protección legal para garantizar su exclusividad y evitar el uso no autorizado o indebido de la marca.

CONCLUSIONES

La creación de marca ciudad para La Piedad, Michoacán construida a partir de la participación social, la recuperación de la memoria y los recuerdos permitirá generar una identidad propia lo cual fomentará el orgullo por el territorio, además de lograr una diferenciación sobre otras localidades. La promoción de los atributos genera percepciones positivas hacia visitantes, turistas, inversionistas o grupos externos que se pueden convertir en desarrollo económico, social y cultural, tal como ha sucedido en otras ciudades, algunas de mayor magnitud y otras con proporciones similares a La Piedad.

Los grupos sociales identificados y que fueron parte de la muestra externaron gran interés por la implementación de una estrategia de posicionamiento de marca, así como actividades que apuntalen el modelo de marca ciudad.

La recolección e interpretación de la información permite desarrollar los mensajes y fundamentos de comunicación para construir el diseño de marca y las campañas de promoción lo cual permitirá a los estudiantes, pasantes y profesionales de ciencias de la comunicación y áreas afines de la región aportar sus conocimientos y mostrar sus habilidades, visibilizando su actividad y aportación social.

La articulación de diferentes sectores convocados desde la academia, en este caso desde UNIVA La Piedad, da la certeza y confianza para que el modelo surja, se estructure, organice las actividades, coordinado desde el liderazgo de la institución educativa.

Los beneficios que puede aportar la marca ciudad de La Piedad son actualmente neCésarios, ya que el acelerado ritmo socioeconómico de la región así lo requiere.

Que sirva la presente iniciativa para la prosperidad del territorio.

REFERENCIAS

- Aguirre, C. (2016, 4 agosto). *Marcas ciudad en México y el mundo*. Tercera Vía. <https://terceravia.mx/2016/08/marcas-ciudad-en-mundo/>
- Anuarios Estadísticos de Educación Superior - ANUIES. (s. f.). <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: un fenómeno social*. Grupo Planeta (GBS).
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Durán Alfaro, V., González Arce, J. A., & Mercado Peña, C. (2020). *La identidad como eje integrador de una marca ciudad*. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (101). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi101.4086>
- Gabino Campos, M. A. (2018). *Influencia de la autoimagen en la percepción de marca-país. Caso México* [Tesis doctoral, Universidad de Málaga]. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
- Greenberg, M. (2009). *Branding New York*. Routledge.
- Hankinson, G. (2010). *Place branding research: A cross-disciplinary agenda and the views of practitioners*. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6, 300-315.
- INEGI (2021). *Censo de Población y Vivienda 2020*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos>

- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE). (2018). *La educación en México: Desafíos y oportunidades*. INEE, pp. 23-25.
- Jung, C. G. (1959). *The archetypes and the collective unconscious* (R. F. C. Hull, Trans.). In H. Read, M. Fordham, & G. Adler (Eds.), *The collected works of C. G. Jung* (Vol. 9, Part 1). Princeton University Press.
- La Piedad: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública | Data México.* (s. f.). Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/la-piedad>
- Mancilla, E., & Mancilla, E. (2018, 12 septiembre). *Construcción de la marca Ciudad*. FOROALFA. <https://foroalfa.org/articulos/construccion-de-la-marca-ciudad>
- Marleny Torres-Zamudio, Y. G.-C. (2021). *Elementos metodológicos para diseñar marca ciudad a partir de la teoría fundamentada*. Management Letters / Cuadernos de Gestión, 21(1), 125-134.
- Paz, Sergio. (2005). *Gestión estratégica y posicionamiento de ciudades. La marca de ciudad como vector para la proyección internacional*. Revista Venezolana de Gerencia. 10. 10.31876/revista.v10i30.10383.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Silva, A. (2014). *Imaginarios, el asombro social*. Universidad Externado de Colombia.
- Trujillo, A. (2023, julio 10). *marca ciudad: una estrategia para promover desarrollo económico y social - POLESTRA*. POLESTRA. <https://polestra.pe/marca-ciudad-una-estrategia-de-desarrollo-economico-como-se-construye-una-marca-ciudad/>
- Valenzuela Robles, M. (2015). *La estrategia de marca-ciudad en la función de turismo. El Periplo Sustentable*, (28), 59-80. Consultado de <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4946>