



**TESIS**

**“MEDIACIONES QUE AFECTAN LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS JÓVENES  
AMUZGOS DE XOCHISTLAHUACA GUERRERO: UNA PROPUESTA DE  
COMUNICACIÓN PARA SU FORTALECIMIENTO”.**

**QUE PRESENTA**

**LIC. CINTYA DENISSE POLANCO GARCÍA**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN  
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS**

**DIRECTORA DE TESIS**

**DRA. ANBELA LATABÁN CAMPOS**

**CONSULTANTES**

**DRA. NEYSI DEL CONSUELO PALMERO GÓMEZ**

**DR. JAIME SALAZAR ADAME**

**DR. JOSÉ ROBERTO SANTOS MEJIA**

**Chilpancingo de los Bravo, Guerrero., Julio, 2019.**

# INDICE

Introducción .....	4
<b>CAPÍTULO I</b> .....	6
<b>Marco teórico</b> .....	7
1.1.- La comunicación.....	7
1.2.- Estrategias .....	8
1.3.- Comunicación estratégica .....	10
1.4.- Cultura .....	11
1.5.- Mediaciones .....	13
1.5.1.- Mediación cultural.....	14
1.5.2.- Prácticas culturales .....	15
1.5.3.- La cultura y su relación con la comunicación.....	17
1.6.- Identidad.....	19
1.6.1.- Identidad Cultural .....	20
1.6.2.- Identidad indígena.....	21
1.7.- Pérdida de identidad cultural .....	22
1.8.- Jóvenes.....	23
<b>CAPÍTULO II</b> .....	25
<b>Marco referencial</b> .....	26
2.1.- Ubicación.....	26
2.2.- Escudo de Xochistlahuaca .....	29
2.3.- Idioma.....	30
2.4.- Historia de los amuzgos .....	31
2.5.- Vestimenta .....	32
2.6.- Artesanías .....	34
2.7.- Gastronomía .....	35
2.8.- Tradiciones .....	36
2.9.- Turismo .....	37
<b>CAPÍTULO III</b> .....	38
<b>Marco metodológico</b> .....	39
3.1.- Objeto de estudio.....	39
3.2.- Planteamiento del problema .....	40
3.3.- Pregunta de Investigación .....	40

<b>3.4.- Premisa .....</b>	<b>40</b>
<b>3.5.- Categorías y subcategorías .....</b>	<b>41</b>
3.5.1.- Definiciones conceptuales de las categorías analíticas .....	41
<b>3.6.- Objetivo general .....</b>	<b>42</b>
3.6.1.- Objetivos específicos.....	42
<b>3.7.- Diseño de investigación .....</b>	<b>43</b>
<b>3.8.- Técnicas de investigación.....</b>	<b>44</b>
3.8.1.- Observación participativa: .....	44
3.8.2.- Entrevistas a profundidad .....	45
3.8.3.- Grupos de enfoques .....	45
<b>3.9.- Sujeto de estudio .....</b>	<b>46</b>
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>48</b>
<b>Análisis de resultados .....</b>	<b>49</b>
<b>4.1.- Observación participante .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.- Entrevista a profundidad.....</b>	<b>51</b>
<b>4.3.- Grupo de enfoques.....</b>	<b>55</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>59</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>62</b>
<b>Bibliografía: .....</b>	<b>65</b>

## Introducción

Con el presente trabajo de investigación que lleva por nombre: **“Mediaciones que afectan la identidad cultural en los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca Guerrero: Una propuesta de comunicación para su fortalecimiento”**. se desea conocer cuáles son las principales causas y/o motivos por lo cual los jóvenes tienen el desinterés en aprender y conocer de su cultura.

Para lograr lo anterior, la entrevista se estructuró en cuatro capítulos, quedando de la siguiente manera:

En el primer capítulo inicia con el marco teórico, en él se describen los fundamentos, la interpretación y el sustento de los autores. El cual está compuesto por temas de comunicación, comunicación estratégica, mediaciones, cultura, prácticas culturales e identidad.

El segundo capítulo, está integrado por elementos principales del municipio de Xochistlahuaca, como la ubicación geográfica, costumbres, tradiciones y describe también la historia de los amuzgos.

El tercer capítulo está estructurado por los objetivos, pregunta de investigación, premisa y factores elementales para el desarrollo de esta investigación, cabe mencionar que, en este apartado se explican paso a paso las técnicas y diseño de investigación que se utilizaron en dicho trabajo.

En el cuarto y último capítulo se interpreta el análisis y los resultados de la información recopilada durante la investigación de campo.

Una vez teniendo la recopilación de campo se presentan las conclusiones y las recomendaciones del trabajo, mismas que servirá para fortalecer la identidad cultural en los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca, Guerrero.

# **CAPÍTULO I**

# **MARCO TEÓRICO**

## **Marco teórico**

La presente investigación muestra sus fundamentos en distintos conceptos teóricos que se presentan en el proyecto de tesis, esto con la finalidad de identificar y aplicar las estrategias de comunicación adecuadas en el municipio de Xochistlahuaca, Guerrero, propósito de fortalecer la identidad en los jóvenes amuzgos del municipio ya nombrado.

### **1.1.- La comunicación**

Para Chiavenato (2000), el comunicarse implica transacciones entre las personas, por lo tanto, se requiere al menos dos de ellas: quien envía el mensaje y quien lo recibe. A tal efecto, para que se lleve a cabo una comunicación efectiva deben existir siempre los siguientes elementos: un emisor, un transmisor, un receptor y un procedimiento.

Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.

Es importante mencionar que la comunicación es un proceso bidimensional, ya que se realiza un intercambio de información, sentimientos o ideas entre dos o más personas, mediante el uso de lenguajes.

Massoni (2011), entiende que la comunicación, es un flujo de información en constante movimiento, ya que su aplicación en términos de posicionamiento ayuda en la creación

de estrategias, por lo tanto, es considerable que se tome en cuenta criterios que engloben al tema comunicacional desde la teoría general.

La comunicación va tomando poco a poco importancia y se transforma en uno de los ejes principales para impulsar el desarrollo y aprendizaje de la organización sobre sí misma y sobre su entorno.

Los elementos que integran un proceso comunicacional permiten un diálogo entre dos partes o más partes, la comunicación también puede ser de manera directa o indirectamente, en ocasiones es fácil de comunicar algo y en otras es complejo. El proceso de comunicación en dicho proyecto es muy importante, ya que a través de las estrategias que se planteen, el receptor sería la sociedad y en especial los jóvenes amuzgos.

## **1.2.- Estrategias**

El hablar de estrategia, es involucrarse en todos los ámbitos: en los negocios, en la política, en la religión, en la cultura, en fin, en cada aspecto de la vida cotidiana. Esta palabra se convirtió en un significado, dándole un uso generalizado, que debe adornar o formar parte en toda la literatura relacionada con distintos campos del conocimiento.

Para Tobón (2004), el término estrategia puede ser entendido como una competencia que, de un modo general y sistemático, permite el logro de determinados fines. Se complementa con la táctica, que consiste en operaciones concretas, coyunturales,

ocurrenciales, específicas que pueden corroborar, complementar, convalidar los principios estratégicos, o también contradecirlos.

Las estrategias pueden ser a corto, mediano o largo plazo, buscando lograr los objetivos específicos, estas pueden ser alcanzadas por medio de una secuencia de decisiones, la inversión económica y dependiendo de los recursos con los que se cuente.

Fernández (2004), define las estrategias como, el conjunto de acciones determinadas para alcanzar un objetivo específico. La finalidad de las estrategias es lograr cumplir con lo que se propone para tener un crecimiento y una posición en el mercado.

Sin olvidar que se deben de contemplar todas las actividades que se requiere desarrollar para llevar a cabo las estrategias, de forma tal que se contemplen en su totalidad las variables que la afecten.

Argenti (2014), menciona que, para establecer las estrategias de comunicación adecuadas, se dividen en tres fases:

1. Determinar los objetivos perseguidos con cada comunicación.
2. Definir cuáles son los recursos disponibles para alcanzar esos objetivos.
3. Realizar un diagnóstico previo para conocer cómo es la reputación.

Una vez entendida la definición de las estrategias, se puede continuar mencionando que la investigación expondrá propuestas de comunicación estratégicas que ayuden al fortalecimiento del proyecto de tesis, ya que las estrategias deben de tener en cuenta el impacto previsible de su mensaje a sus públicos objetivo.

### **1.3.- Comunicación estratégica**

La comunicación estratégica, de acuerdo con Pérez (2008), es una forma de acción social que se caracteriza por la interacción simbólica para resolver problemas o maximizar oportunidades, dentro de un juego estratégico, relacionado con un contexto o tendencias, para las que hay que tener en cuenta las posibles decisiones y reacciones de los públicos objetivo, tanto internos como externos.

La comunicación estratégica permite enfocarse sobre un tema particular, con la finalidad de resolver la problemática de manera directa, por medio de una planeación con objetivos específicos a corto o largo plazo, que ayuden a analizar el entorno y/o la situación de una organización, teniendo en cuenta también pudiera tratarse una empresa o población, en esta ocasión la problemática se centra en la población joven del municipio de Xochistlahuaca.

Por ello, el componente diferencial de la comunicación como valor estratégico para Pérez (2011), consiste en pasar de informar a crear valor, de la gestión de medios a la capacidad de gestionar mensajes y significados, lo cual requiere de la construcción de espacios de diálogo para lograr persuadir a sus públicos o audiencias en un proceso de interacción permanente, directa, relacional y humana. Para que la Comunicación se convierta en una fortaleza permanente de la organización, debe surgir de la identidad institucional y sustentarse en una cultura propia.

Palmeros (2019), se refiere a ésta, como una articulación de las acciones comunicativas a las acciones del plan estratégico de desarrollo propuesto por una organización. Aquí la comunicación adquiere de la integración de acciones complejas que no actúan de manera anárquica, sino conjugadas al proyecto de acciones que rigen la gestión organizacional, por lo tanto, la comunicación construye un significado que repercute en resultados coherentes para el desarrollo organizacional.

Cabe mencionar que la comunicación estratégica es una serie de acciones ejercidas por una organización, que tiene como objetivo transmitir ciertos mensajes a sus grupos de interés. El ciclo de vida de la comunicación estratégica termina después de que se alcanzaron los objetivos planteados, posteriormente su tarea es analizar los resultados obtenidos para poder plantearse nuevas metas y definir acciones estratégicas comunicativas.

#### **1.4.- Cultura**

La cultura, no tiene una sola definición y que con el paso del tiempo, filósofos, antropólogos, sociólogos e historiadores han construido diversas definiciones del significado de cultura.

Gilberto Giménez (2005), menciona que los antropólogos fueron los primeros en romper la concepción eurocéntrica, elitista y restrictiva de la cultura, sustituyéndola por una concepción tota, basada en el doble postulado de la relatividad y universalidad de la cultura, “desde el punto de vista antropológico, son hechos culturales tanto la sinfonía de Beethoven como la punta de la fleca, un cráneo reducido o una danza ritual”.

En este apartado el autor señala que la cultura puede no solo puede ser definida desde el ámbito antropológico, sino que puede llegar a ser capaz de modificarse y definirse dependiendo del contexto en que se encuentre.

Por otra parte, también menciona que la cultura es un conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación, y organizaciones sociales, y bienes materiales, que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permite transformarse y reproducirse de una generación la siguiente.

García Canclini (1993), define al consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”.

Se podría decir que la cultura es algo que no es esta fijo o estático, sino que en realidad la cultura permanece en constante transformación, siendo así el resultado de un proceso transformaciones que afectan el sentido de la unión social de los individuos.

Harris (2011) cita la definición de Tylor de la siguiente manera: La cultura, en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad.

Señalando así, que la cultura es un proceso que se encuentra en constante transformación y cada una posee sus propias características y organización por más diferentes que sean. Cada cultura tiene sus costumbres y tradiciones, y por más extraño que sean para nosotros, se tienen que respetar.

Barbero (1987), define a la cultura como la clave para la comprensión de la naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significados y no de mera circulación de información y, por tanto, el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también.

### **1.5.- Mediaciones**

Kafzyk (2006), señala que para este estudio se toma un rango de prioridad el análisis de las mediaciones, vistas como el procedimiento voluntario de naturaleza autocompositiva, por el cual dos o más personas, llamadas mediados, involucradas en un conflicto buscan una solución amigable y aceptable, a través de la asistencia de un tercero llamado mediador, quien, ajustándose a los principios rectores de este método, establecidos en las reglas de operación, les auxiliará en la construcción de la solución a su disputa.

Como el objeto de estudio aborda un fenómeno social en este sentido el análisis de la mediación social se refiere a las contradicciones entre innovación tecnológica y cambio cultural. Serrano (1977), menciona que, las mediaciones son, cuando la sociedad se ve sometida a la presión de constricciones surgidas de la innovación, incompatibles con las constricciones que presionan desde la cultura, se encuentra en una situación disonante.

También este autor expone que en los tiempos actuales la comunicación no se puede reducir a los medios, es algo más que eso, es mediaciones, es decir una cuestión de cultura, esta relación es por tanto más rica y comprometida.

Barbero (2003), expresa que, la comunicación está necesitada no solo de conocimientos, sino de un reconocimiento desde dos puntos de vista: uno metodológico, que implica profundizar en el proceso comunicativo desde las nuevas significaciones o resistencias que hacen los diferentes grupos sociales, etnias, clases, sexos, a los medios y a los nuevos productos comunicativos. El otro punto de vista es el histórico, que se refiere a la apropiación de la nueva modernidad latinoamericana por parte de las masas, sin obviar lo popular en las culturas masivas.

Se podría decir que las mediaciones se encuentran entre la globalización y la transformación de la cultura amuzga de Xochistlahuaca. Como bien lo mencionan los autores: “la mediación es lo que hay entre lo que no está a un lado ni al otro; ni al lado de los medios ni al lado de la gente”.

### **1.5.1.- Mediación cultural**

La mediación cultural, se inscribe en el ámbito de la cultura, potenciando los recursos del conocimiento, culturales y sociales, de que dispone una comunidad o grupo, para contribuir al conocimiento de algún objeto o instancia común. Asimismo, se colabora en la búsqueda de una convivencia cultural donde todos participan.

Martín Barbero (2003), señala que analizar los procesos de mediación cultural desde una perspectiva histórica y explica detalladamente las reacciones que tienen lugar entre la producción de contenidos desde los medios masivos y las rutinas de consumo de esos contenidos en el contexto cotidiano. Es decir, el consumo se adapta y redefine acorde con las matrices culturales y simbólicas de las prácticas sociales de una comunidad determinada.

El consumo cultural, en este sentido, se convierte en producción simbólica, es un acto expresivo y creativo en el que el sujeto se piensa a sí mismo y en relación con los demás.

### **1.5.2.- Prácticas culturales**

En cuanto a su definición, Thompson (1993), menciona que las prácticas culturales se pueden entender como un sistema de apropiación simbólica, como el conjunto de comportamientos, de acciones, de gestos, de enunciados, de expresiones y de conversaciones portadoras de un sentido, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten espacios, experiencias, representaciones y creencias.

Este elemento en esta investigación tiene una importancia significativa, ya que las prácticas culturales son manifestaciones que se derivan del origen de una cultura de la que se apropian de generación en generación y éstas pueden sufrir cambios o transformaciones acorde a los tiempos y las mediaciones que intervienen en los cambios y procesos sociales.

Cabe mencionar que García Canclini (1982), apunta de cierta manera las prácticas culturales de las clases altas están justificadas por algo más que la acumulación material. Así se coloca el resorte de la diferenciación entre las clases fuera de lo cotidiano y lo centra en lo simbólico y no en lo económico, en el consumo y no en la producción; creándose lo que para él se asemeja a la ilusión de que las desigualdades de clases no se deben a lo que se tiene, sino a lo que se es. La cultura, el arte y la capacidad de gozarlos aparecen como dones o cualidades naturales y no como resultado de un aprendizaje desigual entre las clases, estructurándose de esta manera una red de relaciones culturales que se complejizan cada vez más creando un escenario mundial favorable para la globalización de la cultura.

Anteriormente en Xochistlahuaca, “el reino amuzgo”, existían las prácticas culturales, como, por ejemplo, las ceremonias para la pedida de las lluvias, las ofrendas que se les hacían al dios del maíz para que la cosecha del año fuera buena para los agricultores, en la actualidad las prácticas culturales que realizaban nuestros antepasados amuzgos ya no existen. Las prácticas culturales son parte fundamental para la cultura amuzga.

Por lo que Según Pavia (2014), las prácticas culturales se manifiestan asociadas a la construcción de identidades culturales en tanto indicadores de transformación social, de diferenciación social y “enclasmiento”. Son una clave para el estudio de las transformaciones en las relaciones sociales de las sociedades de la denominada modernidad tardía.

La juventud parece tener que ver poco con la relevancia creciente que se ha venido otorgando a la edad en los estudios sobre capital cultural. La edad influye casi tanto como la clase en los gustos y prácticas culturales en general (Savage et al., 2009) y ello convierte a los jóvenes, e igualmente a sus mayores, en algo más que transmisores de lo que aprendieron en sus hogares, y a la juventud en algo más que un período en la sombra de la vida personal.

### **1.5.3.- La cultura y su relación con la comunicación**

Como lo menciona Bustamante (2006), la relación entre cultura y comunicación es paradójica y a menudo incomprendida en nuestra sociedad contemporánea. No hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean. Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y deje de transmitir valores de cultura, de identidad.

Lo anterior explica cómo la cultura y la comunicación van de la mano desde su concepción hasta la actividad. Es imposible separar ambos términos en el desarrollo individual como en el social, ya que es el resultado de la interacción humana, también interpreta la relación de la cultura y la comunicación como un proceso histórico social.

Es aquí donde la comunicación estrecha sus lazos con la cultura hasta su asimilación plena. Para Cortés (2002), lo cultural se entiende como una forma de sacar el máximo partido a las posibilidades interactivas de las relaciones construidas a través de la acción.

La comunicación y la cultura implementan las formas solidarias de actuar en común, en libertad.

Galindo (2010), Menciona que la cultura busca asociar ciertos rasgos con ciertos actores o lugares, dependiendo mucho también de un fondo de lectura e interpretación en su origen con referentes nacionalista de identidades cerradas. La comunicación por su parte viene del sentido asociado a la conversación y las relaciones interpersonales, se encumbra con la llamada comunicación masiva y la emergencia de las llamadas tecnologías de información y comunicación, moviéndose con lentitud y urgencia hacia un status conceptual sistemático y abstracto, que permite percibir todo movimiento de relaciones, desde las físicos-químicas hasta las sociales y culturales.

Después de lo anterior se puede afirmar que la relación entre la comunicación y la cultura requiere como el proceso básico para la construcción de la vida en sociedad, como un mecanismo para impulsar la convivencia entre dos o más sujetos sociales. Hablar de comunicación ayuda a acercarse al mundo de las relaciones humanas y fortalece los vínculos establecidos y los que están por establecerse. Se afirma que la comunicación es la base del principio básico de la sociedad.

La sociedad y la cultura deben su existencia a la comunicación entre las personas donde se manifiesta la cultura como principio organizador de la experiencia humana.

## 1.6.- Identidad

Definir a la identidad, es un concepto que no es fácil, ya que es un término muy cambiante en su definición y en los aspectos a lo que abarca, se puede definir como conjunto de valores, costumbres, creencias o rasgos de una persona o un lugar, que los identifican de los demás.

Giménez (2002), define a la cultura como, el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos) a través de los cuales los actores sociales, individuales o colectivos, demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás, de los otros, determinada, todo ellos dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado.

La definición de Giménez, afirma tres rasgos específicos de la identidad:

1. La identidad requiere de la reelaboración subjetiva de los elementos culturales existentes.
2. La identidad se construye en una situación relacional entre actores sociales.
3. Por último, la identidad, siempre es el resultado de la negociación entre la autoafirmación y la asignación identitaria propuesta a veces por actores externos.

Se podría decir que la identidad es algo que se construye por medio de las relaciones sociales, que los individuos tienen entre sí.

También se le puede considerar a la identidad como un elemento fundamental para el entendimiento de las acciones de los sujetos, diferenciando así, a las personas por no compartir atributos culturales.

### **1.6.1.- Identidad Cultural**

El concepto de identidad cultural se comprende a través de las definiciones de cultura y de su evolución en el tiempo.

En relación a la conceptualización de la identidad cultural, sobre la cual Moyano (2006) afirma que, “la identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”.

La identidad cultural para los amuzgos es algo que lo llevan muy impregnados, ya que cada uno tiene muy presente su cultura y su identidad, a pesar de las transformaciones que la ido sufriendo.

Olivera (2009), menciona que la identidad cultural es un concepto de mucho alcance y profundidad, es la reserva de generaciones anteriores que marcan la cultura y que la hacen cercana con otra, pero diferente en su totalidad por las ideas y modos de actuar de cada grupo social; la identidad cultural también está relacionada con las raíces culturales e históricas que conforman la cultura y que a la vez nos diferencia de los demás, pero que nos acerca a otros pueblos.

Cabe mencionar que, la identidad reconoce y se apropia de la memoria histórica, del pasado, del que puede ser reconstruido o reinventado. El valorar, restaurar y proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinención y apropiación de una identidad cultural.

Esta forma de entender el patrimonio como actividad turística desde su aspecto económico es señalada por Guerrero y Gallucci, (2015), la identidad cultural de una sociedad se apoya en el patrimonio construido a partir de valores identitarios que la sociedad reconoce como propios: así, este patrimonio cultural es parte del territorio en el que se asienta esa sociedad en tanto es legitimado culturalmente. Además, el mismo puede sufrir procesos de activación patrimonial a través de una valoración no solo simbólica sino también a través de una valoración económica capaz de generar actividad turística y convertirlo, mediante la valoración turística, en un patrimonio turístico reorganizando ese espacio a través del turismo.

### **1.6.2.- Identidad indígena**

La identidad indígena se concibe como el sello de la personalidad correspondiente, ya que ésta se encuentra relacionadamente con sus historias de vida y es producida también social e históricamente.

Como lo menciona González (1991), la integran los miembros de una comunidad tradicional que no se ve a sí mismo como indígenas, sino como herederos de los dioses

y como la posibilidad de ser el hombre verdadero, es decir, el hombre universal, el ser humano como intermediario de la creación.

Analizando a distintos autores, se entiende como, identidad cultural al conjunto de creencias, costumbres, valores que tiene una sociedad, el cual en algunos casos se encuentra en peligro debido a la globalización del día a día, esto nos puede llevar a la pérdida de identidad, costumbres, tradiciones, prácticas culturales y valores de una sociedad.

### **1.7.- Pérdida de identidad cultural**

Existe muchas causas por el cual se está originando la pérdida de identidad cultural en Xochistlahuaca. La globalización es uno de los resultados por las que se origina la pérdida de identidad, existen también otros factores, como la migración, la educación, el crecimiento social del municipio y en algunos casos también es el desconocimiento de la propia cultura, estos podrían ser algunos elementos que afectan a las a la sociedad en general de Xochistlahuaca, solo que a algunos más que otros.

La pérdida de identidad, es uno de los factores que afectan el sentido de pertenencia de los individuos, y también a la diferenciación que construye en las prácticas cotidianas y rituales de una comunidad, creando, produciendo y transformando, la cultura que les ha heredado a través de generaciones

## 1.8.- Jóvenes

Como bien afirma Canclini (1997), la gestión mediática y mercantil del tiempo, empobrece la experiencia del pasado y las fantasías sobre el futuro, subordinándolos al presente. Y es muy certero porque los jóvenes son comprendidos como los novatos, los que entran en las disputas propias del campo cultural desde posiciones de relegamiento.

La juventud dominada, lo cual significa que el asentamiento y permanencia en el tiempo de los gustos nacientes deberá superar una etapa de rechazo por parte de las personas de edad superior, las cuales generalmente ocupan las posiciones dominantes y de más prestigio en el campo cultural.

Para muchos jóvenes la conectividad y el consumo son cánones de la modernidad que los distinguen y regulan su intercambio con el medio que lo rodea. García Canclini (1997), puntualiza que esta situación desfavorece no sólo el crecimiento personal, sino provee al individuo de una cultura ajena a los significados de su contexto por lo que tiene que reorientar su comportamiento, que se manifiesta en las interacciones con el medio que lo rodea a través de una baja integración social, empobrecimiento de las perspectivas históricas respecto del pasado y el futuro, la fascinación por el acceso a los medios sofisticados para el intercambio y pone en un segundo plano su proyección al futuro, como resultado de esto, disminuye el interés por el orden social y grupal.

Según Feixa (1998), menciona, que para que exista la juventud debe darse, por una parte, una serie de condiciones sociales como normas, comportamientos e instituciones

que distinguen a los jóvenes de otros grupos de edad, y, por otra parte, una serie de imágenes culturales: valores, atributos y ritos específicamente asociados a los jóvenes. Tanto unas como otras dependen de la estructura social en su conjunto, es decir, de las formas de subsistencia, las instituciones políticas y las cosmovisiones ideológicas que predominan en cada tipo de sociedad.

# **CAPÍTULO II**

## **MARCO REFERENCIAL**

## **Marco referencial**

El termino Xochistlahuaca se deriva del náhuatl que en español se traduce como "Llanura de Flores" y en amuzgo se traduce como "Suljaa", es considerado como el reino amuzgo. Se constituyó legalmente en un municipio en 1850, año en el que se el estado de Guerrero lo reconoció como municipio.

Los amuzgos forman parte de uno de los cuatro grupos indígenas que existen en el estado de Guerrero, conocidos como los "Amuzgos" o los "Ñomdaa", son populares también nacional e internacionalmente por sus hermosas vestimentas, principalmente por los huipiles floreados que los identifican.

En este apartado se hablará del municipio, desde su ubicación geográfica hasta de sus culturas y tradiciones.

### **2.1.- Ubicación**

Dentro de la república mexicana se encuentra el estado de Guerrero, el cual está integrado por 7 regiones: Zona Norte, Tierra Caliente, Centro, La Montaña, Acapulco, Costa Grande, Costa Chica. El estado de Guerrero limita al norte con el Estado de México y Morelos, al sur con el Océano Pacífico, al este con Puebla y Oaxaca, y al oeste con Michoacán. Cuenta con una extensión de 64, 282 kilómetros cuadrados y un litoral de 500 kilómetros; esta superficie representa el 3.3 por ciento del territorio nacional y ocupa el decimocuarto lugar de las 32 entidades del país. Dentro de la región Costa Chica se

localiza el municipio de Xochistlahuaca, que es bien conocido como “El corazón del reino amuzgo”.

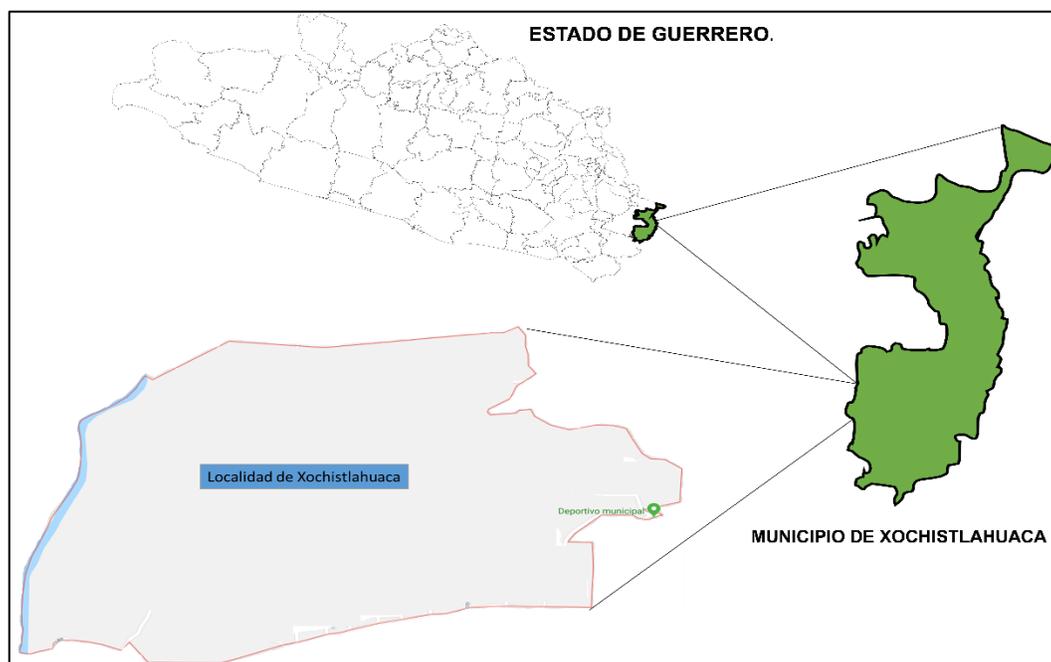


Ilustración 1.- Ubicación geográfica de Xochistlahuaca. Elaboración propia.

Xochistlahuaca se deriva del náhuatl “De xochitl, ixtlahuacan, en la lengua originaria sería “Suljaa”. La mayor parte de la población amuzga se concentra en el estado de Guerrero, siendo los principales: Xochistlahuaca, Tlacoachistlahuaca, Zacualpan, Huehuetonoc y Guadalupe Victoria. Actualmente Xochistlahuaca es cabecera. Colinda al norte con la localidad de Huehuetonoc, al sur con la ciudad de Ometepec, al este con el estado de Oaxaca y al oeste con el municipio de Tlacoachistlahuaca.

Cuenta con el río Santa Catarina, que sirve de límite con el estado de Oaxaca y se une con el río de San Pedro de Xochistlahuaca, entre ellos existen arroyos de agua. En verano y en otoño abunda la lluvia, los vientos predominantes corren de sur a norte.

El clima es el subhúmedo: semicalido, cálido y templado. La temperatura mínima en invierno es de 15°C y en verano la máxima es de 32°C, el promedio anual es de 25°C.

Su flora es abundante y variada, pertenece a bosques mixto de la vertiente norte de la sierra madre del sur, en este tipo de fauna predominan arboles grandes. La otra es la selva baja caducifolia, de la vertiente sur de la sierra madre. Aunque los animales han sido cazados por el hombre, algunos para sus alimentos y otros por ocio, todavía queda una gran variedad de animales, aves y peces.

Con respecto a la agricultura, se considera que sólo el 20% de las tierras comprendidas en el territorio amuzgo son idóneas para la siembra, pues el 80% restante está constituido por terrenos montañosos, la productividad agrícola depende del aprovechamiento de cultivos de monte de temporal. En estas condiciones la tecnología es rudimentaria e inadecuada; no existe la capacidad técnica ni económica para absorber los gastos de mano de obra para las labores de siembra.



Ilustración 2.- Vista panorámica de Xochistlahuaca

Los amuzgos poseen terrenos algunos no rebasan de las 2 hectáreas, por lo consiguiente, su producción obtenida durante el tiempo de cosecha sólo satisface sus necesidades de autoconsumo y solo un 3% es destinada para el comercio local.

## **2.2.- Escudo de Xochistlahuaca**

Xochistlahuaca, cuenta con un escudo muy original a su identidad, ya que en él se expresa la cultura de la etnia amuzga. Se expresa de la siguiente manera:

En la parte de atrás se aprecian dos lanzas cruzadas, de las que cuelgan dos hermosos manteles, producto de la artesanía amuzga.

Está representado también por una pareja de amuzgos, en el cual orgullosamente usan la vestimenta típica. Se encuentra también la iglesia católica de San Sebastián y una imagen antigua del palacio municipal.

En el lado izquierdo está representado por algunos elementos o símbolos de las danzas autóctonas de la región. En él también se encuentra la economía de los amuzgos: agricultura, ganadería y la vegetación.

En el centro aparece un pequeño mapa del municipio, que en el fondo muestra una llanura de flores.

Por ultimo en la parte inferior, se encuentra un rebozo que es parte también de la artesanía, en que se tiene escrito el nombre de Xochistlahuaca en amuzgo "Suljaa".

Ahora bien, el escudo en su conjunto representa la unidad, el trabajo y el anhelo por el bienestar común de este municipio amuzgo.



Ilustración 3.- Escudo municipal de Xochistlahuaca Guerrero.

### 2.3.- Idioma

La lengua originaria es el “amuzgo”, nombre que recibe la lengua en los documentos oficiales es “amuzgo” (amoxco). Tiene su origen en la lengua náhuatl y es una palabra compuesta por dos vocablos: *amox* (*tli*), que quiere decir libros, y *co*, que es un locativo, por lo que *amoxco* quiere decir “lugar de libros”.

El nombre que se le asigna es en lengua “amuzga” (Ñomdaa), al igual que el nombre del municipio Xochistlahuaca (Suljaa´), ambos son de origen náhuatl, esto debido a que el grupo estaba bajo el dominio de aquel entonces eran los mexicas.

El idioma amuzgo pertenece a la familia otomangué, igual que pertenecen los triqui y el mixteco. Se le considera una lengua tonal porque una misma palabra pronunciada de manera distinta adquiere un significado diferente: (Tapia, 1999), “Al igual que el chino, el apache, el zapoteco y muchas otras lenguas del mundo, el amuzgo es una lengua tonal. Esto quiere decir que se pueden distinguir palabras no sólo en términos de los sonidos que contienen, sino también por la melodía o tono con que se pronuncian”

Se puede decir que los amuzgos de Xochistlahuaca, tiene una identidad muy propia que sirve para diferenciarse de los otros grupos étnicos, incluso de los amuzgos que se asentaron en el estado de Oaxaca.

## **2.4.- Historia de los amuzgos**

A través de la historia escrita en la lengua amuzga, llegaron a las costas del pacífico de Guerrero y Oaxaca por medio del mar, y que provenían de una isla, o como se dice en amuzgo “Ndyuaa xenncue”. Estableciéndose en la zona costera de esos estados.

La versión oral de la llegada de los amuzgos a Xochistlahuaca cuenta que habitaban las tierras cercanas a la costa del Pacífico, pero su proximidad con otros grupos étnicos de la zona de Oaxaca provocó una migración a otros territorios para buscar establecerse lejos de los conflictos interétnicos:

“Pensaron que era mejor irse de ahí; los principales hablaron y dijeron que era bueno buscar otras tierras donde los amuzgos pudieran reproducirse en paz. Tomaron unas piedras que eran como imanes y cuando llegaron a Xochistlahuaca, las enterraron para

que todos permanecieran unidos a esa tierra.” Comentó el Sr. Agapito Valtierra, originario de la localidad.

Es así como los amuzgos llegaron a la sierra buscando un nuevo hábitat para su reproducción cultural, económica y social, pero que además cumpliera con la función de ser una frontera que resguardara su cultura, permitiéndoles, así, su supervivencia después de la violenta llegada de los españoles a la zona. Como se ha mencionado, los amuzgos habitan una región que se asienta en el estado de Guerrero, abarcando también parte del territorio oaxaqueño.

En la actualidad, la identidad que presenta en el municipio amuzgo no se refleja, en absoluto en su población, más bien, se puede decir que viene desarrollando un proceso evolutivo confuso y pausado, determinado en cierto modo por las circunstancias provenientes de la información y la comunicación, por un lado, la inercia social y cultural que emite la propia comunidad

## **2.5.- Vestimenta**

Cada grupo étnico tiene su propia vestimenta o traje típico del cual se diferencian de los demás. Los amuzgos son conocidos a nivel nacional e internacionalmente por su gran variedad artesanía elaborada en telar de cintura, con las que también realizan su propia vestimenta.

La mayoría de los hombres visten con un calzón de manta cruzado, que como sostén tienen, dos cintas que se amarran al frente dando vueltas en la cintura. Portan también un algodón blanco, que es una camisa ancha con recogido en el cuello y que las puntas de enfrente se amarran formando un nudo a la altura del ombligo. Lo acompañan con un sombrero de palma o sintético y huaraches de neumáticos mejor conocidos como de llantas, actualmente también usan huaraches de piel.

Las mujeres usan la enagua, que son faldas de distintos colores que se amarran en los hombros y en las orillas tienen adornos o grecas amuzgas, encima de las enaguas usan un hermoso huipil colorido, elaborado en telar de cintura por ellas mismas, en el huipil bordan figuras geométricas, figuras de animales o flores, simplemente expresan sus sentimientos en cada uno de ellas. Anteriormente andaban descalzas y en la actualidad usan sandalias, huaraches cruzados o de piel.



Ilustración 4.-Señor amuzgo portando su vestimenta típica.

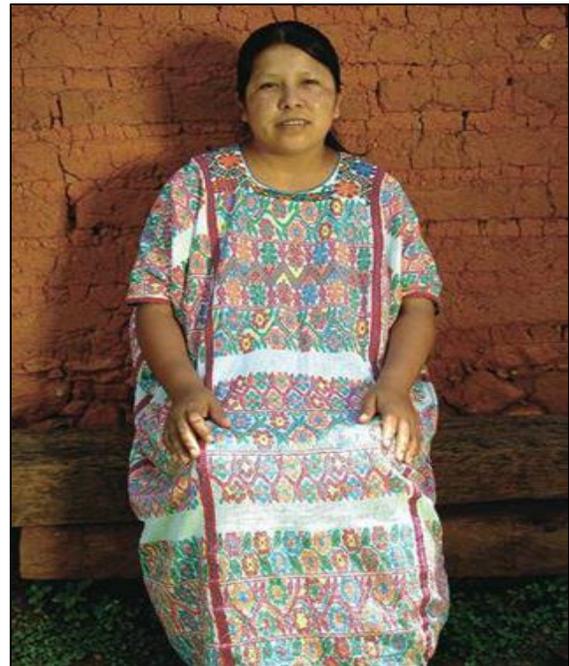


Ilustración 5.- Mujer amuzga portando traje típico

## **2.6.- Artesanías**

Un poco más del 80% de la población amuzga son artesanos, ya que es la segunda actividad económica, las mujeres amuzgas son artesanas textiles. La gran parte elabora las prendas para el consumo familiar; sin embargo, 8 de cada 10 artesanas dedica al menos seis horas del día a la producción de prendas destinadas al mercado regional, estatal, nacional e internacional.

La técnica tradicional y principal que emplean es la producción de sus huipiles y prendas, llenas de figuras geométricas, flores y animales muy coloridos en dónde se expresan los sentimientos y sueños de las mujeres amuzgas. También elaboran carpetas, manteles y rebozos, camisas, blusones y almohadas). El telar de cintura es una tradición ancestral, en dónde se emplea a través de generación tras generación. En la actualidad no solo las mujeres tejen, sino que también los hombres han tomado el ejemplo de las mujeres, rompiendo así con los estereotipos.

La comunidad amuzga es un grupo indígena que, a pesar de encontrarse dispersa en varias localidades del estado de Guerrero, tiene una estructura y una composición social que, no obstante, los diversos sucesos históricos vividos, se mantiene unida y con una cultura que posee una gran tradición ancestral.



Ilustración 6.-La imagen muestra parte de la artesanía que se produce en Xochistlahuaca

## 2.7.- Gastronomía

Gran parte de la gastronomía amuzga incorpora el maíz y productos de origen local, elaborando así una gran variedad de platillos típicos de pueblo amuzgo, entre ellos se encuentran:

- Chocolate artesanal,
- Panela o piloncillo.
- Tamales de carne cruda de puerco, de elote dulces o salados, de pollo, de endocos, de iguana, chipiles, de arroz con carne, entre otros.
- Frijol con patitas de puerco.
- Cabeza de viejo, que consiste en pedazos de pollo mezclado con chile rojo y yerba santa, cocidos al vapor, que se acompaña con los tamales nejos.
- Morisqueta
- Frijol con plátano

- Frijol molido
- Hoja de chipiles
- Salsa de chichatanas
- Mole de guajolote
- Mole de hongos

La gastronomía es muy variada que satisface el paladar de quien lo prueba.

## **2.8.- Tradiciones**

El municipio de Xochistlahuaca es rico en tradiciones, ya que cada una transmite la algarabía y la cultura que se vive entre los habitantes, las danzas patronales son las principales en la localidad, en este caso se podría decir que la fiesta patronal más grande que se celebra es la de San Miguel Arcángel el 29 de septiembre. En donde la danza principal es la Conquista de México. Otras de las fechas más importantes son: El carnaval, con la “danza del macho mula”, el 26 de julio se celebra a “La Abuela Santana”, el 10 de septiembre a San Nicolás de Tolentino su danza principal es “El toro de petate”, 01 de noviembre, fiesta de todos los santos, y 24 de diciembre con el nacimiento del niño dios.

La fiesta tradicional del 29 de septiembre, se realiza al patrono del pueblo, San Miguel Arcángel, los festejos comienzan desde el 26 de septiembre con el tradicional recorrido del pendón, en donde participan las tradicionales danzas autóctonas de Xochistlahuaca, se llevan a cabo también diversas actividades deportivas y culturales para el entretenimiento de la población y vecinos de las localidades más cercanas.

## **2.9.- Turismo**

El tipo de turismo que se practica en Xochistlahuaca es el alternativo, ya que encontrarás una gran variedad de artesanía local. A pesar de años, todavía conserva una buena parte de sus tradiciones originales, ahora mezcladas con las de la religión católica. Preservan la costumbre milenaria de celebrar ceremonias propiciatorias con ofrendas y plegarias, en la siembra y en la cosecha, y para la petición de la lluvia. Existe también en la entrada del municipio un río, en donde se practican algunos deportes acuáticos.

En el centro del municipio existe un cerro que actualmente es un mirador, en donde algunas personas practican yoga y otros simplemente suben a contemplar la naturaleza.

# **CAPÍTULO III**

# **MARCO METODOLÓGICO**

## **Marco metodológico**

Según Alfonso (2012), la metodología se constituye el medio indispensable para canalizar u orientar una serie de herramientas teórico-prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. Estos conocimientos representan la racionalización de entorno académico y profesional fomentando el desarrollo intelectual a través de la investigación sistemática de la realidad. Por ello es necesario habilitarlo en el manejo de concepciones, prácticas y actitudes cada vez más científicas acerca de objeto de estudio”.

En el siguiente capítulo se desarrollará la metodología empleada para poder ejecutar el proyecto de investigación que lleva por nombre **“Mediaciones que afectan la identidad cultural en los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca Guerrero: una propuesta de comunicación para su fortalecimiento”**

Cabe mencionar, que la presente investigación tiene un enfoque cualitativo, de la misma manera, indica las técnicas y muestreo en el cual se implementa la investigación.

### **3.1.- Objeto de estudio**

El presente proyecto de investigación permitirá identificar la problemática que se presenta entre la población joven del municipio amuzgo, y sobre las causas del porqué se está originando la pérdida o la transformación de la identidad cultural amuzga. La investigación será un proceso de gran impacto para el municipio de Xochistlahuaca, ya

que ayudará a proponer las estrategias de comunicación entre la población y fortalecer la identidad cultural entre los jóvenes amuzgos.

### **3.2.- Planteamiento del problema**

La investigación nace a través de la observación que se dio en dicho municipio, en la que se detectó que en la actualidad los jóvenes ya no usan el traje típico amuzgo, y en algunas ocasiones se resisten a hablar la lengua materna, por lo que surge la necesidad de fortalecer la identidad cultural que existe entre los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca.

### **3.3.- Pregunta de Investigación**

¿Cuáles son las mediaciones que afectan la pérdida de identidad cultural en los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca Guerrero y qué estrategias de comunicación pueden contribuir a su reapropiación y fortalecimiento?

### **3.4.- Premisa**

La pérdida de identidad cultural en los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca, está condicionada por mediaciones derivadas de la globalización, las nuevas tecnologías y el fenómeno migratorio que obliga a los habitantes por sus precarias condiciones de vida a abandonar su territorio.

### 3.5.- Categorías y subcategorías

Las categorías de esta tesis serán: Mediaciones, Cultura y Estrategias de comunicación.

Categorías	Subcategorías
<b>Mediaciones</b>	Sentido de pertenencia Pérdida de identidad La globalización Las TIC's Migración Medios de comunicación
<b>Cultura</b>	Tradiciones Costumbres Gastronomía Lengua materna
<b>Estrategias de comunicación</b>	Temas o actividades que ayuden a fortalecer la comunicación Sociedad especialmente jóvenes Educación Gobierno

Ilustración 7.- Cuadro de categorías y subcategorías. Elaboración propia.

#### 3.5.1.- Definiciones conceptuales de las categorías analíticas

**Mediaciones:** “La mediación es lo que hay entre lo que no está a un lado ni al otro; ni al lado de los medios ni al lado de la gente” (Barbero. 2003).

**Cultura:** Harris (2011) cita la definición de Tylor de la siguiente manera: La cultura, en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad.”

**Estrategias de comunicación:** Palmeros (2018), las define como acciones comunicativas encaminadas a cumplir propósitos específicos en el ámbito de la comunicación, articuladas a gestiones del plan de una organización.

### **3.6.- Objetivo general**

Identificar las mediaciones, que inciden en la pérdida de identidad cultural en los jóvenes de Xochistlahuaca Guerrero, para diseñar estrategias de comunicación que contribuyan a su fortalecimiento.

#### **3.6.1.- Objetivos específicos**

- Conocer cuáles son las causas que ocasionan la pérdida de identidad en los jóvenes amuzgos.
- Identificar las mediaciones de mayor influencia en la transformación de los usos y costumbres en los jóvenes de Xochistlahuaca Guerrero.
- Determinar la confiabilidad y validez del o los instrumentos que se utilizarán en la investigación.

- Aplicar las estrategias de comunicación que se aplicarán como recursos estratégicos para fortalecer la identidad cultural en los jóvenes amuzgos.

### **3.7.- Diseño de investigación**

La investigación se proyecta desde el enfoque cualitativo, se aplicará de tipo etnográfico y la muestra es no probabilística, esto con la finalidad de tener un acercamiento más directo con la comunidad, con ello se enriquecería la recolección de los datos e información, por lo tanto, la investigación será más precisa y se podrá profundizar en detalles para representar el descubrimiento de variables involucradas que no hayan sido observadas en la comunidad.

La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. Los autores Hernández, et al, (2006), mencionan que, “en la investigación cualitativa, el instrumento no es una prueba estandarizada ni un cuestionario, ni un sistema de medición, sino que es el mismo investigador quien constituye una fuente de datos. El investigador genera las respuestas de los participantes al utilizar una o varias herramientas, además recolecta datos de diferentes tipos: lenguaje escrito, verbal y no verbal, conductas observables e imágenes”

Desde ese punto de vista, la metodología que se empleará tendrá un aporte, en ámbito cultural y social, aportando elementos que ayuden a plantear las estrategias adecuadas para el fortalecimiento de la identidad cultural en los jóvenes de Xochistlahuaca.

Las características del diseño etnográfico estudian las categorías, temas e investigaciones con referencia a las culturas, es la razón por la investigación se encamina al método etnográfico.

Hernández et al (2014), Consideran que el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente (se analiza a los participantes en “acción”), así como los significados que le dan a ese comportamiento realizado en circunstancias comunes o especiales, y finalmente, presenta los resultados de manera que se resalten las regularidades que implica un proceso cultural.

### **3.8.- Técnicas de investigación**

A continuación, se darán a conocer las técnicas empleadas para llevar a cabo el presente proyecto de investigación:

- Observación participativa
- Entrevistas abiertas
- Grupos de enfoque

#### **3.8.1.- Observación participativa:**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), La observación cualitativa no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una

reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. El investigador se tiene que involucrar con la sociedad para conocer y obtener información que lo lleven a proponer estrategias.

### **3.8.2.- Entrevistas a profundidad**

Las entrevistas, se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En esta ocasión se utilizaron las entrevistas semiestructurada, Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Se realizarán las entrevistas abiertas a los informantes claves seleccionados con la finalidad, de conocer más a fondo la problemática de la mediación de la identidad cultural que se está dando entre los jóvenes amuzgos de Xochistlahuaca.

### **3.8.3.- Grupos de enfoques**

Se consideran como una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos, en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006).

### 3.9.- Sujeto de estudio

Para llevar la investigación partirá de lo general hasta llegar a lo particular, se planea analizar a 10 individuos. Se realizarán cuatro entrevistas a profundidad, y un grupo de enfoque seis jóvenes entre 17 a 18 años, actualmente estudian el nivel medio superior. Para las entrevistas a profundidad, se aplicarán a: un adulto mayor nativo del municipio, un profesionista nativo, se entrevistó también al director de cultura, y por último se entrevistó a una persona foránea que lleva más de 15 años radicando en Xochistlahuaca.

Para poder alcanzar lo propuesto anteriormente en la metodología que se utilizará en la investigación técnicas que ayuden a obtener información teórica y una buena investigación de campo.

#### Cuadro de entrevista a profundidad

Nombre completo	Edad	Ocupación	Fecha	Total
María Lugo Juárez (Foránea)	51 años	Artesana	16 – 05 - 2019	1
Moisés de Jesús García (Maestro en lingüística)	58 años	Supervisor escolar de la zona escolar 065	16 – 05 - 2019	1
Primitivo Moctezuma de Jesús (Campesino)	84 años	Campesino, nativo del municipio	17 – 05 -2019	1

César Antonio Martínez (Artista plástico)	35 años	Director de cultura de Xochistlahuaca	18 – 05 - 2019	1
--	---------	--	----------------	---

Ilustración 8.-Cuadro de informantes claves. Elaboración propia.

Total de entrevistados = 4

### Cuadro del grupo de enfoque

Nombre	Edad	Lugar de nacimiento	Ocupación	Fecha
Adrián Morales	17 años	Xochistlahuaca Gro	Estudiante	17 – 05 -2019
Denisse López	18 años	Xochistlahuaca Gro	Estudiante	17 – 05 -2019
Mauricio González	18 años	Chilpancingo Gro	Estudiante	17 – 05 -2019
Azucena Encarnación	18 años	Cozoyoapan Gro	Estudiante	17 – 05 -2019
Ana María Hernández	17 años	Xochistlahuaca Gro	Estudiante	17 – 05 - 2019
Fernando De Jesús	17 años	Xochistlahuaca Gro	Estudiante	17 – 05 - 2019

Ilustración 9.-Tabla de los participantes del Focus Group. Elaboración propia.

Total 6 participantes

# **CAPÍTULO IV**

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

## Análisis de resultados

En el siguiente capítulo se expondrá la información obtenida en la recopilación de datos de acuerdo a las técnicas de investigación propuestas en la metodología, esto con la finalidad de presentar la interpretación y el análisis de la investigación realizada en campo, cabe recalcar que dicha investigación se realizó a personas integrantes del público estratégico (informantes claves) del municipio.

### 4.1.- Observación participante

Se realizó la observación participante en el municipio de Xochistlahuaca, cabe señalar que la observación se dio en dos escenarios distintos pero el más significativo fue el que a continuación se expone, y en él se analizó la vestimenta, el habla, las tradiciones y costumbres que tiene los amuzgos, especialmente el sector joven.

<b>Lugar y fecha:</b>	Xochistlahuaca, Guerrero, 19 de mayo del 2019.
<b>Escena:</b>	Domingo de plaza
<b>Observador:</b>	Cintya Denisse Polanco García
<b>Descripción:</b>	Observación directa
Desde muy temprano todos los domingos, la mayor parte de los amuzgos se concentran en el centro del pueblo, esto con la finalidad de vender sus productos y artesanía que ellos elaboran, a la vez también compran hilos para elaborar nuevamente sus telares, entre otras cosas también adquieren productos para el	

consumo doméstico. Como lo menciona García Canclini, (1993), “La cultura es un proceso de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”. De esa misma manera se ve reflejada la apropiación cultural se refleja en las personas amuzgas llegan de diferentes municipios o de diferentes ciudades, con el fin de comprar los hermosos telares confeccionados por las artesanas, como son: telares, calzón, algodón, camisas blusas, batas, servilletas, rebozos, monederos, todo esto es elaborado artesanalmente, y otros simplemente visitan la cabecera municipal para pasar un rato agradable con sus familias.

Los domingos las personas tienen a bien usar su ropa típica, mostrando su sentido de pertenencia. A pesar de los cambios que ha sufrido la identidad cultural, los amuzgos tienen muy impregnadas sus raíces. La sociedad adulta todavía usa el traje típico original, pero la juventud ya no la porta por completo, sino que en la actualidad portan el traje amuzgo, pero ya modificado (trajes estilizados, huipiles de tela de encaje, o los hombres usan el calzón con una camisa normal y en otros casos los hombres ya no lo usan).

Se pudo detectar que también la gastronomía es muy completa, ya que todavía se pueden conseguir alimentos o productos de calidad. Una parte de los amuzgos siguen utilizando el trueque como las costumbres ancestrales, y otros simplemente adquieren sus productos de manera monetaria. La mercancía que se ofrecen en el mercado son de su propia cosecha o elaborados por ellos, ya que es una fuente de ingreso para su desarrollo económico.

Mientras en el mercado se realiza la compra-venta, en el kiosco del municipio una banda sinfónica de niños toca melodías que alegran el rato.

Estas son algunas de los puntos que se observaron en Xochistlahuaca, sobre la cultura y tradiciones que los amuzgos poseen.

## **4.2.- Entrevista a profundidad**

Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Cabe señalar que las entrevistas que se realizaron son de relevancia, ya que permitieron profundizar en el tema desde distintas perspectivas que ayudaron a enriquecer el objeto de estudio, en donde se implementan la recopilación de la información para llegar a resultados, de manera eficaz y concreta.

En la entrevista se diseñaron preguntas semiestructuradas, pero también se aplicaron preguntas que salieron durante la plática que dio con los informantes claves.

Como para este estudio es significativo tomar en cuenta la edad, para ubicar la generación y su experiencia en lo referido a identidad, se inició mediante la pregunta que recaba datos personales a cada participante sus datos personales, (nombre y si son nativos del municipio) la mayoría de ellos son del municipio, excepto la Sra. María Lugo, y que ella es originaria de Estado de México, y es la única de los entrevistados que tiene 15 años radicando en el municipio, actualmente es una artesana que se dedica a realizar textiles para la venta de los mismos.

Las tres personas originarias de Xochistlahuaca conocen de la historia, la cultura, las tradiciones y la identidad de nuestros ancestros. Como lo aluden, la cultura amuzga ha ido sufriendo algunas transformaciones, ya que todo tiende a transformarse, una de las cosas más importante que los amuzgos poseen es cuidar y fortalecer su cultura para que esta no desaparezca en su totalidad. Como mencionó el profesor Moisés de Jesús, “esencialmente siempre va estar ahí, solo que tiende a cambiar, una parte de esa cultura que tenemos y que nos identifica particularmente, ya que mucha gente nos diferencia por la ropa, pero eso es solo una parte de la cultura de los amuzgos”. Antes como el municipio era chico, la mayoría de las personas se concentraban en la parroquia del pueblo, todos se apoyaban entre sí, sin distinciones. La cultura amuzga es muy diversa en todos los sentidos, comentaron también que anteriormente se realizaban prácticas o rituales culturales en donde se mostraba una forma distinta de ver el mundo, como dice el señor Primitivo Moctezuma, “antes nuestra cultura era más bonita, porque no había tecnología, y en la actualidad es una de las cosas que está afectado a nuestra cultura y a nuestra gente”. En cuanto a comida como parte cultural, la gente comía casi lo mismo, porque no había tanta variedad gastronómica como ahora, la gente cocinada con productos locales, por ejemplo, la morisqueta, se preparaba con manteca, al igual que el plátano con frijol, no había aceite, comían también alimentos de su cosecha como las calabacitas criollas, hierva mora o chipile, la forma de comer cabeza de viejo era única y se comía en alguna ocasión especial, mismos que se acompañaban de tamales preparados con ceniza, el cual era todo un ritual su preparación, y esa parte quedó en la gente grande, en nuestros abuelos, en la actualidad, gran parte ha sido modificada.

En este segundo apartado todos los entrevistados coinciden en que la cultura e identidad se ido transformando, la cultura no es la misma a la de hoy en día, la globalización empezó a transformar a Xochistlahuaca a mediados de los 80's. Unos de los principales cambios que la cultura amuzga ha sufrido es en la vestimenta original, las costumbres, las tradiciones y las prácticas culturales. "Ahora la cultura se ha ido transformando, se podría decir que es gracias al desarrollo del pueblo, por ejemplo, todo mundo viaja en carro, para ir a trabajar, hasta para ir a su corral a sembrar, se va en carro, esa es una y otra, con la modernización entro la tela industrializada, ahora las mujeres se ponen huipil pero de encaje, se ponen enaguas pero ya no usan de satín, que era la tela que se usaba antes, ahora ya llevan pura tela buena para hacer sus enaguas, ahora la gente usa huipiles de encaje ya no se ponen huipiles amplios como antes, ahora casi son de acuerdo al cuerpo, ya no son anchos, entonces esos son los cambios que ha sufrido la ropa típica de Xochis y en los actualmente nos encontramos", mencionó el profesor Moisés de Jesús.

Otro de los argumentos aportados por el entrevistado es que "en la actualidad las jovencitas ya no tejen, y ya no usan el huipil de dibujo, ahora usan el huipil de encaje, o usan también la ropa que se viene de las fábricas, los jóvenes ya no acostumbran a usar sus huipiles originales de aquí", Exclamó la artesana María Lugo.

El profesor Moisés de Jesús por su parte destacó que "uno de principales factores que inciden en la transformación cultural, es el crecimiento del pueblo, la preparación académica y el sobre valor que se le da al español, eso también ha afectado mucho a la pérdida de identidad cultural aquí en Xochis".

Así, al analizar las respuestas de los cuatro entrevistados, se llegó a la conclusión que los jóvenes también son un factor muy importante por el que la cultura e identidad sufre transformaciones, sin olvidar a los padres, ya que son la pieza principal para fortalecer la cultura desde casa y los que poseen gran influencia en la conservación de las costumbres y hábitos culturales que les otorga el distintivo de ser amuzgo.

César Antonio, actual director de cultura de Xochistlahuaca menciona: “También tiene que ver un poco con la estructura académica, por ejemplo, en las escuelas los maestros prefieren que los alumnos hablen el español que la lengua materna o que usen los uniformes normales, en vez de inculcar a los niños que usen nuestra ropa típica”.

Abonado a la entrevista, se piensa que los padres deben de empezar a inculcarle a sus hijos desde pequeños el uso y amor de su cultura e identidad. La artesana María Lugo Juárez, indica, “creo que cuando los niños empiezan razonar y valorar las cosas es cuando se les debe enseñar a apropiarse de la cultura, a identificarse con ella, por eso digo que cuando un niño va creciendo se le tiene que empezar a enseñar a usar la ropa de aquí y a hablar el amuzgo, todo esto para que no se pierda la costumbre de nuestros antepasados y esto siga manteniéndose, por ejemplo, yo no soy de aquí de Xochis, pero les enseño a mis hijos lo poco que he aprendido de esta hermosa cultura, y ahorita ya puedo hablar el amuzgo que es la lengua materna que ellos utilizan”.

La cultura es preciso analizarla como un todo y también como un eje de cambios, que conecta con muchas cosas, con lo social, lo económico, lo rural, lo ambiental, en general, con todo. “Una de las cosas que puede abonar a la conservación y el fortalecimiento podría ser, por ejemplo, que artesano nos cuente su proceso de trabajo, que nos diga como él o ella trabaja, cómo aprendió a trabajarlo, cómo se conecta con la sociedad en

la que vive, creo que es muy importante para que los niños y jóvenes se identifiquen más con su cultura, menciona el director de cultura César Antonio.

Por último, el señor Primitivo Moctezuma, menciona que, para no perder la identidad cultural amuzga, en las escuelas y el gobierno debe de apoyar a los niños y a los jóvenes, para que la gente de Xochistlahuaca utilicen la ropa que se ponían nuestros abuelos y para que no pierdan la cultura lingüística.

### **4.3.- Grupo de enfoques**

El grupo focal o focus grup, se caracteriza por ser un grupo de discusión que posibilita el diálogo sobre un tema en particular, vivido y compartido mediante experiencias comunes, cabe resaltar que esta técnica no busca llegar a un acuerdo, de modo que los participantes pueden mantener las opiniones iniciales, cambiarlas, o tomar nuevas ideas a partir.

Según (Hernández, et al, 2006), consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos, en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales.

En esta ocasión, para realizar el grupo focal, se tomaron en cuenta a cinco jóvenes del Colegio de Bachilleres plantel #23 de Xochistlahuaca Guerrero, para identificar los elementos que inciden en la transformación de la cultura amuzga. Durante el grupo de discusión se debatieron los temas relacionados con la tesis, sobresaliendo los más importante que a continuación se describen.

Todos los participantes tienen claro lo que es la cultura, especialmente la cultura amuzga. Como Marvin Harris (2011) (citando en Tylor, 1985), “La cultura, comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad.” La opinión de los integrantes es similar a la opinión que Harris cita. Azucena expone, “La cultura es lo que tienen las personas de diferentes lugares y es con lo que se identifican, por ejemplo, de donde vienen, lo que tiene en sus comunidades, cuáles son sus costumbres, sus tradiciones, también entran las etnias a las pertenecen”. Por otra parte, también mencionaron, “La cultura amuzga nos identifica de los demás, te identificas por la cultura que tiene, su forma de vestir, sus costumbres y tradiciones”, menciona Denisse.

La identidad, “Es la personalidad de cada uno de nosotros, la forma en como nos identificamos de los demás”, menciona Azucena. Como lo define Giménez (2002) la identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos) a través de los cuales los actores sociales, individuales o colectivos, demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás... algo similar a la opinión de Mauricio, “Es la forma en como nos vestimos, como nos identificamos con nuestra identidad, con la artesanía, nuestros textiles, con la ropa típica, con la forma de hablar de amuzgo, eso es la forma como yo me identifico como persona”.

Abonándole al grupo de discusión, se debatió también el tema de la pérdida de identidad cultural en los jóvenes del municipio, en donde se todos dieron su opinión sobre el tema: Denisse aporta que, “La identidad cultural, se va perdiendo por que los jóvenes se van apropiando de una cultura distinta a la nuestra, y la quieren imitar, como ven que en las

ciudades se visten, hablan diferente, tiene una cultura distinta a las nuestras, ellos la imitan, también se va perdiendo por la evolución de la tecnología”. Mencionaron también que la migración y la educación son los factores principales que contribuyen a la pérdida de identidad amuzga. “La discriminación también afecta mucho, porque hay veces que los jóvenes se van a estudiar fuera del municipio, y hay veces que te discriminan por ser indígena o por usar tú ropa típica, te hacen sentir menos, eso afecta y hace que dejes de usar tu ropa tradicional para que seas aceptado dentro de la sociedad”, aportó Fernando.

La opinión que nos brindaron sobre la cultura amuzga, “Se está transformando, porque no se ha perdido en su totalidad, a comparación de antes, sí se han visto cambios, antes el telar solo era para huipiles y ahora lo ocupan para diferentes prendas y hay personas que vienen de fuera, les gusta nuestra cultura y se la llevan y ellos allá hacen su modificación de las prendas, por eso digo que la cultura amuzga se está transformando”, opinó Denisse. Analizando el aporte de cada uno de los participantes, la cultura que se vive actualmente en Xochistlahuaca, no es la misma con la de nuestros antepasados, ya que ha ido sufriendo una serie de cambios desde la forma de vestir, hablar, hasta en el comportamiento de los individuos. “Por una parte, la cultura se está transformando, pero por otra no, porque muchos jóvenes vestimos con enagua, huipil y los hombres con calzón y algodón, todavía hay mucha gente consiente que está conservando la cultura”, mencionó Azucena.

Por último aportaron que para fortalecer la cultura e identidad amuzga se deben de aplicar algunas estrategias, Fernando menciona, “Primeramente, se tiene que empezar desde nuestra casa, nuestros padres tienen que empezar a inculcarnos nuestra cultura, enseñarnos a hablar nuestra lengua, debemos de aprenderá hacer las labores que ellos

hacían antes, los papás en el campo, las mamás con el telar, con eso no me refiero que lo vamos a hacer toda la vida y que no vamos a salir fuera a estudiar a prepararnos, sino es solo para que no se pierda nuestra cultura. Otra cosa, también se debe de implementar en lo académico, por ejemplo, en las escuelas, los maestros tienen que ser bilingües (hablar el amuzgo y el español) y que también nos enseñen en amuzgo, pero que la enseñanza en amuzgo sea desde el preescolar hasta el nivel medio superior”. Por su parte Azucena menciona que “los jóvenes participen en las actividades ancestrales o en algunas prácticas culturales que se realizan en el pueblo e invitar a los demás jóvenes para que se unan a cuidar nuestra cultura”. García Canclini (1982), menciona que las prácticas culturales, son parte de la cultura, el arte y la capacidad de gozarlos aparecen como dones o cualidades.

El concepto que da Feixa (1998), En la que menciona, que “para que exista la juventud debe darse, por una parte, una serie de condiciones sociales como normas, comportamientos e instituciones que distinguen a los jóvenes de otros grupos de edad, y por otra parte, una serie de imágenes culturales: valores, atributos y ritos específicamente asociados a los jóvenes”. Ayuda a reforzar la opinión que aporta cada uno de los jóvenes, esto con la finalidad de contribuir a la cultura que existe en Xochistlahuaca.

## Conclusiones

El objetivo de esta investigación es detectar los elementos por los cuales se está dando la pérdida de identidad cultural o la transformación de la cultura amuzga en Xochistlahuaca Guerrero, y a la vez fortalecer su identidad y conservar sus costumbres, tradiciones, su gastronomía, y prácticas culturales.

Con los resultados obtenidos por medio de las técnicas de investigación que se desarrollaron en la metodología, se logra cumplir con los objetivos planteados en la pregunta de investigación y la premisa propuesta en el marco metodológico. Expresando los factores que inciden en la pérdida de identidad o las transformaciones culturales en los jóvenes amuzgos.

La cultura e identidad son los principales actores que se ven perjudicados por los cambios que ha sufrido la cultura amuzga, se confirmó que no es la misma que tenían nuestros antepasados, más bien, se puede decir que viene desarrollando un proceso evolutivo y pausado, en ciertas formas por las circunstancias provenientes de la información y la comunicación que se está generando actualmente, por un lado, la sociedad que la domina y, por el otro, la inercia social y cultural que emite la propia comunidad.

Se detectó también que debido a la influencia de otras culturas dominante y a la falta de información de su propia cultura, la identidad de la comunidad amuzga evolucionó de manera tal que actualmente tiene los siguientes rasgos distintos. Derivado de los resultados de la investigación se concluye que en cuanto a la vestimenta, a pesar de que actualmente los amuzgos ya no se visten igual que hace treinta o veinte años, el telar de

cintura se sigue elaborando, pero ahora también se utiliza para realizar distintas prendas, ya no solamente el huipil, sino que se elaboran también prendas estilizadas.

Como se planteó en la premisa, la migración afecta también a la cultura amuzga, de acuerdo a lo obtenido en los resultados de las técnicas aplicadas en la investigación de campo, se menciona que los jóvenes emigran a diferentes ciudades para salir adelante, y cuando ellos vuelven a su municipio de origen vienen con una ideología distinta, con una nueva cultura que adoptaron. En gran parte de las ocasiones, para ser aceptados a la sociedad que se enfrentan fuera de Xochistlahuaca, tiene que dejar de usar la ropa típica y también dejar de hablar su lengua materna.

Se puede decir que a pesar de algunas transformaciones que ha sufrido dicha cultura, su la identidad depende de varios factores para mantenerse o modificarse, uno de ellos es la pertenencia; de acuerdo con la investigación aquí realizada, los amuzgos que conforman la comunidad se sienten parte de ella.

Cabe mencionar que el municipio de Xochistlahuaca cuenta con una gastronomía muy rica y variada, durante las entrevistas se mencionó que los platillos típicos han sufrido transformaciones, desde la forma en que se cocinan hasta la forma en como consumir los alimentos.

La artesanía es un gran potencial que cuentan los amuzgos, siendo el telar de cintura su principal fuente trabajo, donde las mujeres amuzgas cada domingo buscan vender y a la vez buscan también posicionar el huipil amuzgo en un mercado nacional o internacional, esto les permitirá tener una mejor calidad de vida.

Otros de los rasgos más significativo y resistente de la identidad ha sido el idioma o lengua, que a pesar del proceso histórico que ha vivido y de haber desarrollado algunos modismos o cambios en algunas localidades, aun se sigue hablando el amuzgo y se le considera como su primera lengua o lengua materna.

Cabe mencionar que los amuzgos son personas que están conscientes de las transformaciones que se han producido en el municipio, la mayor parte de ellas son para bien, pero también existen factores que la han afectado. Actualmente la población amuzga ha empezado a trabajar para la conservación y fortalecimiento de la identidad cultural amuzga, en donde los niños y jóvenes son el principal punto a fortalecer.

## Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos y analizados de este proyecto de investigación. Se proponen recomendaciones y un plan estratégico de comunicación que ayuden a fortalecer la identidad cultural amuzga del municipio de Xochistlahuaca, Guerrero.

Diseñar un plan de comunicación estratégica, en donde se trabaje con diferentes sectores como son: el educativo, el político, el social, el cultural y el privado. Esto con la finalidad de que se fomente, se conserve y se desarrolle la cultura e identidad amuzga.

Incluir dentro del plan de comunicación a las instituciones gubernamentales, empresariales y ONG's, con objetivo de concientizar a la población sobre la importancia de la identidad y la preservación de la cultura que identifica a Xochistlahuaca.

Trabajar en conjunto con la dirección de cultura municipal, proponiendo actividades socioculturales, que permitan involucrar a la población amuzga. Por ejemplo:

- Realizar obras de teatro que estén relacionadas con la cultura, especialmente a la amuzga.
- Crear actividades donde los adultos se enseñen a los niños a jugar y realizar los juegos tradicionales del municipio.
- Proponer las clases de telar de cintura para la población en general, donde se les enseñe desde la forma antigua de realizar su propio hilo con algodón, hasta la forma de mezclar colores y confeccionar sus huipiles para las mujeres y el calzón y algodón para los hombres.
- Impartir cursos de la lengua amuzga, enseñando también la lectura y escritura.

- Realizar murales en puntos estratégicos donde se exprese parte de la vida, cultura y tradiciones de los amuzgos.
- Desarrollar un proyecto integral, donde participen la sociedad (profesores, estudiantes, artesanos, artistas, campesinos). Dentro de dicho proyecto se realizar también se incluirían las artes plásticas, la música, la danza. De la misma manera se abriría un espacio para que los artesanos, campesino o adultos mayores cuenten su experiencia y la forma en como Xochistlahuaca ha ido sufriendo cambios. Esto con la finalidad de concientizar a la sociedad y en especial a los niños y jóvenes.

Otras de las recomendaciones que se plantean, el sector educativo juega un papel muy importante, ya que forman parte de la educación de los niños y jóvenes amuzgos, por la cual se propone lo siguiente:

- Utilizar como uniforme escolar el traje típico amuzgo.
- Proponer la enseñanza de la lengua amuzga, para que se implemente como una materia, en las escuelas del municipio y de las localidades que depende de Xochistlahuaca.
- Sensibilizar a los menores sobre la importancia de la identidad cultural y sentido de pertenencia.
- Realizar actividades donde se enseñen las danzas autóctonas del municipio y su significado del porqué se bailan.

Porque hay muchas cosas que se han ido perdiendo por el mal uso que se les da, en gran parte los cambios son buenos, pero la sociedad debe de estar preparada para saber cómo enfrentarnos a ellos.

## Bibliografía:

1. ARGENTI, PAUL, (2014). Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. McGraw Hill Education, Madrid, España.
2. BARBERO, JESÚS MARTÍN (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Barcelona México: Gustavo Gili.
3. MARTIN BARBERO JESUS: Comunicación y cultura: una relación compleja, en PORTAL MORENO, R; RECIO SILVA (comp): Comunicación y comunidad. Editorial Félix Varela, La Habana, 2003.
4. BOURDIEU, PIERRE (2005): Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario. Barcelona: Anagrama.
5. BUSTAMANTE, ENRIQUE: Diversidad en la era digital: la cooperación iberoamericana cultural y comunicativa. Disponible en <http://www.oei.es/pensariberoamerica>.
6. CORTÉS, JUAN J: Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo.
7. FEIXA, CARLES (1998): El reloj de arena, Culturas Juveniles en México. México Causa Joven
8. GALINDO CÁCERES, JESÚS (2010): Comunicología, comunicación y cultura. Exploración histórica de dos conceptos centrales en el transito del siglo XX al siglo XXI. Revista digital en Iberoamérica Especialista en Comunicología "Razón y Palabra, recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/actual/jgalindo.html>
9. GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR, "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica".
10. GARCIA CANCLINI, NÉSTOR: Culturas híbridas y estrategias comunicacionales, en Estudios sobre las culturas contemporáneas, Número 005, junio 1997.
11. GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1982) Las culturas populares en el capitalismo. Editorial Nueva Imagen, México.
12. GIMÉNEZ, GILBERTO (2002) "Paradigmas de identidad", en Chichu, Aquiles (coord.). (2002) Sociología de la identidad, Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp. 35-62.

13. GIMÉNEZ MONTIEL, GILBERTO, teoría y análisis de la cultura. Vol. 1. México: CONACULTA e Instituto Coahuilense de Cultura, Colección Interacciones. 2005
14. GRIMSON, ALEJANDRO. (2008) "Diversidad y cultura: reificación y situacionalidad", Tabula Rasa 8:45-67.
15. HARRIS, MARVIN. (2011) "Antropología cultural", Madrid, Alianza Editorial.
16. HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, BAPTISTA (2014), metodología de la investigación. 6ta edición, McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Ciudad de México.
17. HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ, BAPTISTA (2006), metodología de la investigación. 5ta edición, McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Ciudad de México.
18. HERRERA, ECHENIQUE. R. Y PÉREZ. R. A. (2014) Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad. Santiago, Chile, Santillana del Pacífico S.A.
19. LÓPEZ GUZMÁN, BARTOLOMÉ (1993), Los amuzgos y el municipio de Xochistlahuaca Guerrero. Programa de apoyo a las culturas municipales y comunitaria. Instituto Nacional Indigenista, México 1993.
20. MASSONI, SANDRA. (2011), Comunicación estratégica comunicación para la innovación. 1ª edición; Homo sapiens, 2011, Argentina.
21. MOYANO, OLGA LUCÍA, (2006): La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial.
22. PALMEROS, NEYSI, 2018. Universidad Autónoma de Guerrero.
23. PAVIA CALDERÓN, JUAN MANUEL, (2014), Art. Prácticas culturales y mediación social de la cultura artística.
24. PÉREZ, R. (2008). Estrategias de comunicación. Barcelona: Book Print Digital.
25. SAVAGE, ELIZABETH, BENNETT, TONY; ELIZABETH SILVA, ALAN WARDE, MODESTO GAYO-CAL Y DAVID WRIGHT (2009): Culture, Class, Distinction. London: Routledge.
26. SERRANO, MARTÍN (1977). La mediación social. p. 44. Madrid: Akal.

27. TAPIA GARCÍA, FERMÍN. Diccionario amuzgo-español, el amuzgo de San Pedro, Oaxaca. Centro de investigaciones y Estudios Sociales en Antropología Social. plaza y Valdés, México, 1999.
28. TAYLOR, SJ Y R. Bogdan 1984 Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona, Paidós.
29. TIRONI, EUGENIO. Comunicación estratégica: vivir en un mundo de señales, Taurus, Argentina, 2007, p. 33.
30. VALTIERRA, AGAPITO (2019), Nativo de Xochistlahuaca.