

**UNIVERSIDAD ANÁHUAC**  
**MÉXICO NORTE**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**



**PRESENTAN:**  
**BRENDA ELEINE ALMARAZ GALICIA**  
**REGINA GRIS PÉREZ**  
**VALERIA MAGDALENO PEDRAZA**

**3 DE DICIEMBRE DEL 2019**

**MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES**

**NOMBRE DEL MAESTRO:**  
**EDUARDO PORTAS RUIZ**

# **Importancia del entretenimiento respecto al área cultural en la sociedad mexicana del siglo XXI**

## **1. Introducción**

La razón por la que la cultura es tan importante para un país y su sociedad, es porque les proporciona identidad y por consiguiente se desprenden diversos aspectos como lo son las costumbres, normas, tradiciones, y las distintas expresiones artísticas que representan una parte vital en la vida del ser humano.

La difusión cultural es transmitir lo anteriormente mencionado con el propósito de dar a conocer a la distintas sociedades alrededor del mundo, los diferentes estilos de vida, valores, ética, etc; con la que se manejan la personas e incluso poder adoptar algún elemento que ayude a enriquecer su comunidad.

El entretenimiento es una de las herramientas que se emplea para poder cumplir con la difusión cultural, como es el uso del teatro, festivales gastronómico; conciertos musicales, exposiciones de las danzas típicas de los países, entre otros, lo que permite crear un vínculo con el espectador que le brindará la oportunidad de tener una nueva experiencia y aprender de dicho evento.

### Objetivos:

1. Analizar la importancia del entretenimiento en la sociedad.
2. Conocer el alcance del entretenimiento en la cultura de la sociedad mexicana.
3. Saber cómo afecta el entretenimiento en la cultura.
4. Conocer los tipos de entretenimiento existentes dentro de la sociedad.
5. Conocer el tipo de entretenimiento preferido por la sociedad.

### Preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es la importancia del entretenimiento en la sociedad?

2. ¿Cuál es el alcance del entretenimiento en la cultura de la sociedad mexicana?
3. ¿Cómo afecta el entretenimiento en la cultura?
4. ¿Cuáles son los tipos de entretenimientos existentes dentro de la sociedad?
5. ¿Cuál es el tipo de entretenimiento preferido por la sociedad?

### Justificación

La cultura siempre ha sido un tema de vital importancia dentro de la sociedad y ha sido el alimento del mundo del entretenimiento; yendo desde una programación cultural de música clásica, obras de teatros, ballet, poesía, conciertos, etc., hasta un entretenimiento masivo como lo es la televisión, el cine y el radio.

Es dependiendo al tipo de cultura que la sociedad maneje que los medios de entretenimiento se van formando, no obstante se pretende conocer la importancia que el medio de entretenimiento tiene sobre la cultura y por ende sobre la sociedad mexicana.

### Resultados esperados

Saber los diversos tipos de entretenimiento, al igual que conocer su importancia para la difusión de la cultura.

### Resultados deseados

Crear conciencia en la sociedad sobre el impacto que los medios del entretenimiento tienen en la vida cotidiana para la adquisición del conocimiento de distintas culturas, además de fomentar el uso del cine del arte.

### Hipótesis

El cine es el principal medio por el cual la sociedad adquiere conocimientos sobre la cultura de diversos países, lo que permite que varias de las actitudes presentadas en estas obras la sociedad las adopte haciéndolas parte de su día a día.

## Problema de investigación

Apropiación de la cultura general.

## **2. Estado del Arte**

### **Características de consumo para salas de cine de arte en México**

El autor David Fernando Lozano (2018) explica que el cine de arte es una herramienta para la sociedad actual, para compartir la cultura con los diversos espectadores que la observan.

Se indica una correlación que hay entre los deseos de los espectadores, debido a que se ve involucrado el aprecio al arte, la reflexión, el aprendizaje y el entretenimiento.

“Como obra de arte, el cine representa un verdadero reto para las OPC y en particular para los directores como principales artistas. Lograr transmitir ideas, pensamientos y opiniones por medio de historias cinematográficas y que estas impacten en los espectadores es difícil. Hacerlo de manera exitosa se traduce en altos ingresos en taquillas, crítica positiva, recomendaciones de boca en boca entre la audiencia o premios obtenidos en certámenes” (Lozano, 2018, p.3).

De igual manera, el establece que los directores como artísticas principales, expresan ideas, emociones, una visión del mundo, percepciones y sensaciones que no pueden ser explicadas de otro modo y que, sin embargo fortalecen ideas o cambian opiniones en los espectadores además de proporcionarles diversión y entretenimiento.

El cine se clasifica en dos tipos:

- A) Popular. Se aprende de manera empírica y suele ser muy práctica y funcional. Preservan técnicas aprendidas en talleres de producción y refleja costumbres y tradiciones mediante las imágenes empleadas y los sonidos percibidos.

B) Académico. Sigue reglas estéticas y teorías establecida. La obras son revisadas en múltiples ocasiones, además de que su elaboración requirió un arduo trabajo previo.

Esta clase de artes han impactado mucho en el desarrollo económico y cultural de las naciones. Funcionan, como herramientas educativas utilizadas en instituciones de enseñanza, las cuales buscan el equilibrio interno y externo de los observadores y estimulan la reflexión de ideas, opiniones y pensamientos que el director simboliza en la película producida.

En México el cine de arte, le quita poder a los medios comerciales y políticos pues el público lo tiene a asociar con la intelectualidad, cultura y el empresariado. Les da fuerza colectiva a los realizadores mediante la difusión. Gracias a esto las OPC (organización de producción cinematográfica) documentan, educan, promueven la reflexión, asimilan acontecimientos y se resisten la política.

Con base en estadísticas elaboradas por International Journal of Good Conscience en noviembre 2018. La radio, cine, internet y televisión tienen el trabajo de difundir la cultura en la sociedad en un 4.8%. Lo que ha influido para realizar festivales de cine los cuales proyectan en gran medida temas relacionados con la religión, medio ambiente, diversidad sexual y los derechos humanos. Los cronometrajes reciben premios conforme la cantidad de personas que lo visitan en los festivales, dichos indicadores reflejan la conciencia que tiene el público del cine como obra de arte.

El cine como herramienta cultural o educativa puede cumplir tres objetivos:

herramienta cultural o educativa puede cumplir tres objetivos (García, M. 1997, p. 305):

- La transmisión y fijación de conocimientos, con lo que supone el refuerzo del aprendizaje.
- El fomento de espíritu crítico.

- La capacidad del diálogo

A diferencia de la literatura como canal para transmitir la cultura, tiene un proceso más lento que el del cine. La situación cultural del cine y del video es un objetivo apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre. El cine es esencia más allá del primer sentimiento que se perciba de carácter comercial busca hacer reflexionar a la audiencia sobre sí mismo y sobre la sociedad. Su carácter racional desde la elaboración del guión hasta el montaje mismo le da un elemento cultural. A través del cine, el hombre ha logrado trascender.

De acuerdo con la OPC el carácter cultural del cine incluye tres dimensiones:

- Físico: se centra en las acciones, objetos reflejados y los actores. Considera la manera en que el filme muestra los elementos físicos donde se llevan a cabo los acontecimientos.
- Histórico: Es el trasfondo cultural de los personajes, como educación, religión, costumbres, economía o gustos. Se da a conocer la relación entre los personajes.
- Sicológico: Lo que quieren transmitir el productor, directores, actores o los demás miembros del equipo y se da conocer a través de la historia, fotografía, actuación, edición, sonido o cualquier otro elemento relacionado con la película.

El cine, es un componente sustantivo en la enseñanza, puede usarse como apoyo o como lección didáctica. Funciona como un eje de transmisión del conocimiento mientras que el espectador tiene la capacidad para extraer el mejor sentido y disfrute de la naturaleza del séptimo arte (Amar, V. 2009, p. 133). El mismo autor considera que el cine es una herramienta importante ya que ayuda a que los espectadores desarrollen la imaginación produciendo en ellos su capacidad de entender el presente para comprender mejor el futuro.

## **Teatro, cultura y sociedad**

Santiago Pérez-Aldeguer en su estudio sobre los “Efectos del teatro musical colaborativo sobre el desarrollo de la competencia social” (2019) expone los efectos positivos dentro de la sociedad al escuchar música, sirviendo como herramienta de auto-interpretación, auto-presentación y expresión de estados emocionales asociados con el yo. Así mismo el autor presenta que MacDonald, Hargreaves y Miell (2002) toman la música como medio de formación y expresión de identidades individuales y colectivas, esto llevándose a que dependiendo de la música escuchada se puede demostrar la pertenencia que se tiene a determinada subcultura.

De igual forma clasifica la música como un fenómeno social, mientras que Pérez-Aldeguer habla de que Elliott (1995) lo explica como dos formas entrelazadas en la actividad humana, por un lado escuchar música y por otro el crearla. Tomando en cuenta estas dos divisiones se puede ampliar el rango de áreas en las que la música toma parte dentro de la sociedad, simplemente en el área de crear música se puede interpretar, improvisar, componer, arreglar y dirigir. Por otro lado el escuchar música promueve una construcción de información tanto inter como intra-musical, creando relaciones y brindando significados.

El autor explica que la forma de adquisición de experiencias y conocimientos musicales se pueden llegar a dar en un contexto formal o informal así como en realidades sociales, culturales e ideológicas determinadas; explicando que el aprendizaje se da en la sociedad.

Por otro lado Pérez-Aldeguer revisa a Montejo, Madrigal y Gómez (2019) ponen a la juventud como protagonistas en el ámbito social, tomando parte en la política y sobre todo en lo cultural, donde han marcado pautas importantes. Es debido a esto que estos

autores le dan mucha importancia a conocer sus necesidades y sentido de pertenencia en el sentido cultural.

En el estudio se comprueba el desinterés por parte de los jóvenes por eventos culturales como visitas a museos, muestras cinematográficas, exposiciones de pintura, puestas en escenas en salas teatrales entre otras.

En cambio se muestra que los jóvenes tienen un interés por eventos más atrayentes, creando en ellos un círculo vicioso sin salida, fomentando en ellos el gusto por cosas estéticas, basados en una cultura general integrada. También culpan a la globalización que afecta en varios de los ámbitos de la sociedad.

En este estudio se presenta un diagnóstico del uso del tiempo libre, hábitos y gustos, posicionando el teatro como uno de los menos favoritos entre el público, teniendo como resultado que cerca del 67% de los encuestados nunca han visitado el teatro.

Para esto primero definen la cultura del consumismo como aquella en la que la mayoría de los consumidores desean, persiguen, adquieren y disponen de bienes y servicios valorados por razones no utilitarias como la búsqueda de estatus (Montejo, Madrigal y Gómez en Pérez-Aldeguer, 2019). Por otro lado Pérez-Aldeguer cita Bourdieu, quien habla de el término “hábitus” que lo define como el fundamento objetivo de la regularidad de las conductas, en esencia, es aquello que hace que los actores sociales se comporten de cierta manera en ciertas circunstancias» (Bourdieu en Pérez-Aldeguer, 2019.).

Por último habla de que los hábitos adquiridos durante la niñez, a través de la interacción con la familia, escuela, además de todos los demás escenarios que influyen en su desarrollo y formación, condicionando las estructuras objetivas que son establecidas por la sociedad y la dinámica propia en las que se desenvuelven.



Por otro lado también expone que la sociedad se ha visto influenciada en sí, primero debido a la actividad del consumismo de bienes y servicios, convirtiéndose en una necesidad sobre todo para los jóvenes, creando una adopción de prácticas culturales alejadas de las tradicionales con el fin de alcanzar un punto de satisfacción, manteniendo una constante curiosidad por obtener los nuevos adelantos que se insertan con los medios de la informática y las comunicaciones.

### **TURISMO, CULTURA Y GASTRONOMÍA. UNA APROXIMACIÓN A LAS RUTAS CULINARIAS**

La gastronomía es otro de los tantos medios por el cual se difunde la cultura. Actualmente es una de las atracciones más competitivas de los destinos turísticos y pretende dar respuesta a un tipo de viajero cada vez más identificado con la búsqueda de lo autóctono y de los elementos culturales de la zona geográfica que visita.

De acuerdo con los autores Tomás López y María Margarida (2011) la actividad turística se caracteriza en la actualidad por grandes cambios motivados por la necesidad de adaptarse a una demanda cada vez más exigente y activa. Los viajeros realizan más viajes a lo largo del año, aunque de menor duración, están más informados tanto del destino como del producto. Como resultado de estos cambios surge un turismo temático entre el cual destaca lo relacionado con la recuperación de la herencia cultural y social de las áreas geográficas, el contacto con la naturaleza y el conocimiento de las costumbres de la propia comunidad. Así, en los últimos se ha estado preparando una apuesta decidida por todo lo asociado con la gastronomía, como reflejo de la identidad cultural propia de una zona geográfica.

En este sentido, gastronomía y turismo se complementan perfectamente para que los visitantes puedan adquirir un producto distinto y conocer un destino diferente.

Hay que recordar que la comida refleja la herencia social, cultural y ambiental de los pueblos.

Tomás López y María Margarida añaden que de acuerdo con el autor Tikkanen (2007) la literatura científica indica que la gastronomía establece una sinergia con el turismo a través de cuatro aspectos diferentes, pero relacionados entre sí. La gastronomía puede ser empleado como un elemento para crear publicidad al lugar de origen como componente del producto, y dependiendo la importancia de ésta en dicho lugar, ya que adquiere un nivel diferente valor siendo un ejemplo de ello la cocina realizada por los grandes maestros y como fenómeno cultural, sustentándose en la existencia de diferentes festivales gastronómicos. Por otro lado, los mismos autores agregan que Riley (2005) dice que el turismo culinario tendría un mayor o menor grado de desarrollo de acuerdo con el nivel de conexión que la cocina tenga con la cultura del lugar donde se halle radicado, ya que Ignatov y Smith justifican (2006) que la cocina juega un rol en la satisfacción de la experiencia del turista y como parte de la herencia cultural del destino.

Tomás López y María Margarida citaron a Porter (1990) respecto a la competitividad por el turismo hoy en día la cual se muestra intensa, por lo que hay factores que se toman en cuenta para evaluar las ventajas comparativas de un destino turístico, y siguiendo, serían los siguientes: recursos humanos, recursos físicos, conocimiento, recursos financieros, infraestructuras y recursos culturales e históricos.

En adición a esto, es igual de importante la creación de rutas turísticas gastronómicas la cual consiste en actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre distintas áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico de determinadas zonas geográficas a través del turismo, por tanto, que las rutas turísticas deben de tener una serie de elementos que las respalden como destino turístico. Estas rutas

Posteriormente al finalizar el diseño de la ruta, se lleva a cabo su comercialización tomando en cuenta una serie de variables que ayuden a producir una efectiva promoción. Una de las variables que debe tener forzosamente la ruta es una red viaria que permita la facilidad de traslado a los turistas con base a sus itinerarios propuestos. Por otra parte, debe construirse sobre la base de una actividad que la distinga y la diferencie de otras similares geográficamente cercanas. Finalmente debe tener un nexo de cohesión común, el cual será la clave para que el visitante se sienta atraído por la experiencia. Y, por ello la planificación, el diseño y el desarrollo del turismo deben fundamentarse en cómo los viajeros perciben las atracciones, el entorno natural y los servicios ofertados.

Una de las rutas turísticas más destacada es la del vino y en general las actividades relacionadas con la vitivinicultura, las cuales muestran ser un buen inicio para fijar y delimitar rutas gastronómicas. En general cualquier tipo de ruta turística formada tiene como propósito la creación de un producto turístico, por lo que consiste entonces en la definición de uno o varios itinerarios en el área geográfica seleccionada, en la que se indiquen los diversos lugares donde el viajero pueda apreciar la gastronomía del lugar, suministrando además información sobre lugares históricos u otros de intereses.

En conclusión, lo que los diversos autores quieren dar a entender con esta investigación es que la gastronomía es uno de los elementos más fuertes para atraer a los visitantes y lograr transmitir una parte de su cultura, de su historia, además de mejorar la economía de su residencia.

## **TELEVISIÓN Y DEMOCRACIA. LA TELEVISIÓN ABIERTA Y SU OFERTA EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Según el estudio de la autora Norma Pareja Sánchez, la concentración de la programación de la televisión abierta en la Ciudad de México se puede explicar a partir

de dos razones, una es toda la parte económica, ya que responde a la configuración de las economías globales; la otra es todo lo que tiene que ver con la parte política, ya que la génesis del sistema mediático actual se ligó al desarrollo del sistema político mexicano de la posrevolución durante la década de los cuarentas y cincuentas, en una relación simbiótica. Esta relación se analiza desde el punto de vista de la economía política con el fin de llevar el análisis donde pudiera existir relación entre el poder político y el económico.

Dice que el “Sector audiovisual televisivo” de la industria cultural mexicana se ha caracterizado por tres rasgos:

1. Estar altamente concentrado, impidiendo que haya otros actores-emisores y con ello evitar la multitud de discursos.
2. Estar estrechamente ligado al sistema político mexicano
3. Darle prioridad a contenidos de entretenimiento político, ya sean provenientes del mercado norteamericano o de manufactura nacional, sobre todo los programas de ficción.

Históricamente en México las políticas de comunicación han favorecido a los consorcios mediáticos (Televisa y Televisión Azteca) permitiéndoles una notable concentración en las diversas ramas de las industrias audiovisuales, y su control sobre el mercado de publicidad.

La inversión publicitaria anual en medios se concentra, entre un 55% y 60%, en la televisión, principalmente en la abierta.

“A partir de un amplio estudio sobre la televisión en México se planteaba que, el desarrollo de la industria cultural en México y Estados Unidos tenían un mismo propósito: convertir el entretenimiento y la información para masas, en negocio.” (Toussaint, 1998)

La televisión Mexicana ha estado definida desde sus inicios de manera comercial, a diferencia de los sistemas de televisión Europeos donde el estado asumió, en sus orígenes, el control de la radiodifusión. El consumo televisivo en México es alto, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) más del 95% de los mexicanos acostumbra a ver televisión y más del 87% acostumbra a oír radio. El desarrollo de las industrias culturales en México ha ido aparejado a las políticas públicas de radiodifusión del estado y los vínculos políticos del gobierno desde el surgimiento de la industria y su consolidación. Televisa y Televisión Azteca llaman la atención de las distintas audiencias y la participación en el mercado mayormente con programas de entretenimiento. Las telenovelas de Televisa llegan a obtener alrededor de 30 y 40 puntos de rating.

El papel de las televisoras públicas es fundamental en este entorno, pues su objetivo responden más bien al desarrollo cultural. Alejandro Rosas considera que la televisión llegó a México en el momento en el que el sistema político mexicano alcanzaba su consolidación; se desarrolló bajo su dinámica de poder y sutilmente, casi de manera imperceptible y se convirtió en cómplice fiel del autoritarismo a través de un mecanismo de dos caras: una como entretenimiento para la sociedad y otra como apoyo para el sistema a través de la autocensura. La televisión sufrió los problemas por falta de competencia y su programación se inclinó básicamente por mantener la línea del entretenimiento, mezclada con información de noticieros donde se consignaba un México progresista, estable, unido y desarrollado que sólo existía en la imaginación de personajes del sistema político mexicano.

El caso de Televisa resulta emblemático para tomar como referente en el análisis de la televisión mexicana, no sólo porque en ella se gestó el modelo de entretenimiento televisivo imperante en México, sino porque en la actualidad es la mayor compañía de medios en habla hispana del mundo, su expansión ha sido completamente diversificada, no sólo en el sector audiovisual, pues ha tendido hacia la integración

vertical de su operación en el negocio del entretenimiento. La programación que ha producido durante cincuenta años, se ha enlazado de una manera muy clara en el gusto de la audiencia mexicana, esta empresa pareciera haber encontrado una fórmula perfecta entre el uso social de la televisión a partir del escaso capital cultural de la misma, y las necesidades del sistema político mexicano casi perpetuado.

Actualmente esta compañía ha diversificado su negocio, de la radiodifusión se ha expandido a otras áreas de producción cultural, cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y es parte de los grupos de poder en el país.

### **Rendimiento académico en Música: efecto de la motivación intrínseca y el pensamiento crítico**

Con base a un estudio realizado con estudiantes de secundaria en el que se implementó algunos aspectos musicales, los cuales serán explicados posteriormente, León, Núñez, Ruiz-Alfonso, Bordón (2015) obtuvo como resultado que los estudiantes que los utilizaron en su vida estudiantil tuvieron calificaciones más altas que los que no. De igual manera, se ve favorecida la formación integral del individuo, ya que desarrolla capacidades altamente globalizadas como la atención, la concentración, la memoria, la tolerancia, el autocontrol o la sensibilidad, además de que la música beneficia el aprendizaje de las lenguas, las matemáticas, historia, los valores éticos y sociales, asimismo contribuye al desarrollo intelectual, afectivo, interpersonal, psicomotor, físico y neurológico de la persona.

Por otro lado León, Núñez, Ruiz-Alfonso, Bordón citan a Spinath y Spinath (2005), quienes establecen que la motivación es punto vital para el aprendizaje además de que influye en comportamientos orientados al logro. El estudio también habla de la importancia del tipo de motivación que el estudiante tenga, existiendo dos tipos, entre ellos la motivación intrínseca que trata del interés y disfrute propio de la persona ya que resultan agradables e interesantes. A diferencia de la extrínseca se refiere a las

conductas ligadas a contingencias externas, que se realizan por razones instrumentales (Ryan y Deci en León, Núñez, Ruiz-Alfonso, Bordón, 2000., p. 379).

La diferencia que destaca entre estos dos tipos de motivación es que la primera tiende a que los practicantes de esta resultan ser más creativos, adquiriendo mejores conocimientos debido a que dedican más tiempo y energía a sus estudios. En adición a lo anteriormente mencionado, el pensamiento crítico es otro elemento relevante para el aprendizaje, el cual proviene de una clasificación de estrategias de aprendizaje. El pensamiento crítico consiste en la transformación de la información recibida en el aula a partir de la memorización de esta para después analizarla y con ello complementar los conocimientos previos de otras asignaturas.

Uniendo estas dos variables importantes dentro del aprendizaje León, Núñez, Ruiz-Alfonso, Bordón exponen que Yang y Chang (2013) realizaron un estudio con 772 estudiantes de entre 13 y 14 años, quienes cursaban la materia de biología, en dicho estudio se mostró la relación que existe entre la motivación de logro y el pensamiento crítico con ayuda de la invención de un videojuego que fue el medio para que los estudiantes pudieran comprender de mejor manera el contenido dado en esa materia.

Lo que este estudio buscó fue que a través de las variables de motivación y pensamiento crítico se pudiera analizar la importancia y cómo esta influye al proceso de aprendizaje actualmente, utilizando como referencia a los siguientes autores Wang, Liu, Chatzisarantis, y Lim. Ellos suelen considerar dos estrategias de análisis de datos: por una parte, las llamadas técnicas orientadas a las variables y, por otra, las técnicas centradas en las personas.

Gracias al desarrollo de los modelos mixtos de ecuaciones estructurales (McLachlan y Peel, 2000; Vermunt y Magidson, 2003 en León, Núñez, Ruiz-Alfonso, Bordón, 2015., p 380) es posible analizar si el incremento en el rendimiento en Música,

cuando incrementa el pensamiento crítico, es diferente en los diversos grupos. Los objetivos que se proponen en este trabajo son los siguientes:

- Identificar grupos de estudiantes con valores similares en motivación intrínseca
- Pensamiento crítico y rendimiento en Música
- Analizar si la relación de la motivación intrínseca sobre el pensamiento crítico y, de este sobre el rendimiento en la asignatura de Música, es diferente en los grupos identificados.

Para llegar al objetivo de este trabajo se utilizó, un enfoque cuantitativo, una técnica de análisis de datos en la que se combinan dos enfoques, uno centrado en las personas y otro centrado en las variables. Sobre la relación entre la motivación intrínseca y el pensamiento crítico, se observó un efecto positivo y significativo en ambos grupos. Esto quiere decir que, entre más interés haya de parte de un estudiante por adquirir nuevos conocimientos, mayor disposición para relacionarlo con conocimientos previos, acorde a lo planteado por Niemic y Ryan (2009) y que León, Núñez, Ruiz-Alfonso, Bordón citaron.

En cuanto a la relación entre el pensamiento crítico y el rendimiento académico en la asignatura de Música, se puede observar de forma general un efecto positivo. En conclusión, con esta investigación se ha permitido obtener una mejor comprensión de los diferentes perfiles de estudiantes de secundaria y la relación entre dichas variables para explicar las calificaciones en Música, lo que ayudaría a diseñar y analizar en mayor medida la eficacia de las intervenciones para aumentar el rendimiento académico musical a través de la mejora de la motivación intrínseca y el pensamiento crítico de los estudiantes de secundaria.



## **El intelectual y la cultura de masas : Argumentos Latinoamericanos En Torno a Ángel Rama Y José María Arguedas**

De acuerdo con Javier García (2017) En la esfera pública y las conversaciones cotidianas, la experiencia cultural mayoritaria ya no se describe con aquel término sino con el de globalización. Debido a la naturaleza capitalista de la cultura esta se ha convertido a una condición de mercancía de tal manera que ha dejado de tener un rol importante en el debate. Sin embargo, durante el siglo XX, cultura de masas fue un término que condensó la experiencia social de la aceleración del impacto del capitalismo y la tecnología en las dinámicas de producción, circulación y consumo cultural.

Tras estudios realizados entre las décadas de 1960 y 1970 la asociación de la cultura de masas con los Estados Unidos se había vuelto un hecho irrefutable para la mayoría de los intelectuales latinoamericanos. La circulación de valores ideológicos y contenidos culturales pasó de tener una presencia localizada en las grandes ciudades, a ser un movimiento totalizador que buscaba hacer de los países latinoamericanos teniendo como eje de impulso a sus clases medias un puntaje conglomerado de mercados de consumo. Estos estudios fueron pioneros para ofrecer una imagen de la cultura de masas definida por sus contenidos, la cual se expresa en objetos y discursos que tienen una relación directa o mediada con las industrias culturales. En aquel entonces el primer medio de difusión era la cultura impresa; aunque la televisión empezaba su ascenso, con ayuda de estas herramientas la principal cultura que se manifestaba en toda latinoamérica era la estadounidense, un ejemplo de esto fue que comenzaron a hacer presencia personajes de Disney por todos los canales posibles de televisión transmitidos por diversas partes del mundo.

La expansión a los países periféricos era parte de la vertiginosa transformación global que desencadenaba el desarrollo de sociedades y culturas capitalistas después de la Segunda Guerra Mundial. La crisis del campo arrojó a millones de pobladores hacia las ciudades, generando procesos de urbanización, asimismo fue uno de los procesos que

alteró de manera más drástica la sociedad y la cultura en América Latina, alcanzó a los países que hasta entonces eran predominantes rurales.

Comenzó hacer presencia artefactos de bolsillo como el libro 1935, a la grabadora de voz portátil y la radio de transistores en la segunda mitad del siglo XX, cuyo impacto era tratar de alcanzar a públicos cada vez más masivos y heterogéneos. Impulsan una democratización del consumo cultural guiada por intereses empresariales consiguiendo reducir drásticamente el precio de objetos como los libros, o abaratando el costo de los aparatos de recepción de cultura audiovisual. Las máquinas culturales denominadas pesadas como es el caso del cine, requerían de una congregación del público que sólo podía realizarse en el tiempo libre de los espectadores.

En cambio, los objetos portátiles producían nuevos contextos de consumo. Otras tecnologías como la escritura y la radio logró involucrarse en cualquier aspecto en la vida de las personas tanto en espacios público como privados, incentivando una práctica de consumo cultural que no estaba limitada a determinados momentos del día. Así, los tiempos establecidos entre tiempo de ocio y trabajo, vida familiar, individual y pública, eran impulsados a una reorganización. Estos aparatos definieron aún más la comunicación como un proceso tecnológico, industrial y masivo.

### **3. Marco teórico**

Henri Tajfel en su libro “Social psychology of intergroup relations” (1982) menciona lo inmenso de estudiar las relaciones intergrupales, debido a lo complejo y difícil de nuestra era (internet, medios masivos, etc.) siendo de vital importancia desarrollar estudios que toquen los temas de la psicología social.

Tajfel define el comportamiento intergrupar según la definición brindada por Sherif (1966) como toda interacción, de individuos pertenecientes a un grupo, de forma individual o colectiva con otros grupos en términos de “identificación grupal” (Tajfel,

1982, p. 1-2). Así mismo el autor del libro complementa esta explicación con 2 conceptos, el de “grupo” e “identificación grupal”.

El concepto de grupo lo define tanto en criterio externo como interno, siendo el primero todos los grupos correspondientes a pacientes de hospital, empleados bancarios, miembros de un sindicato, etc. En este contexto se necesitan 2 componentes para poder lograr un sentido de identidad uno cognitivo (en el sentido de conciencia de pertenencia) y otro evaluativo (esta conciencia conlleva a una connotación de valores). Por último se menciona un tercer elemento, una inversión en el área de las emociones a través de la conciencia y evaluaciones.

El autor dice que la realidad empírica es una condición necesaria para la existencia de un grupo en el sentido psicológico del término (1982, p. 3). Esto quiere decir que las relaciones entre un conjunto de varios individuos se ve determinada por la experiencia de cada uno de ellos, afectando cada situación vivida al grupo en conjunto.

Por otro lado el autor también menciona que no es una condicionante suficiente para que el comportamiento intergrupal emerja. Tiene que existir un elemento externo para que los integrantes acepten la existencia del mismo. Sin embargo esto no quiere decir que si los integrantes del grupo no se hayan denominado como tal no puedan ser clasificados de esta forma, es a partir del consenso de personas externas que también se puede denominar de esta forma, debido a la conciencia externa de los elementos previamente mencionados.

Tajfel se concentra sobre todo en su teoría sobre el comportamiento intergrupal, prestando especial atención al rol jugado por los procesos cognitivos que determinan las ideas individuales dentro y fuera de los grupos.

Tajfel cita a Stallybrass en su definición de estereotipo la cual menciona que “una imagen mental demasiado simplificada de (generalmente) alguna categoría de persona, institución o evento que es compartida, en características esenciales, por un gran número de personas... Los estereotipos son comúnmente, pero no necesariamente, acompañados por prejuicios, es decir, por una predisposición favorable o desfavorable hacia cualquier miembro de la categoría en cuestión.(Stallybrass, 1977, p. 601 en Tajfel, 1982, p.3)

Por otro lado en su libro “The social identity theory of intergroup behavior” Tajfel junto con John Turner hablan de la identidad social y la comparación social definiendo como características de los grupos que los individuos a los cuales pertenecen no dependan de la frecuencia de interacción entre ellos, de los sistemas de relaciones en los roles o la interdependencia de las metas.

El autor describe que desde un ángulo psico-social lo esencial dentro del criterio de pertenencia a un grupo, aplicándolo a grande escala en categorías sociales, es que las preocupaciones de los individuos los definen a ellos mismos y son así mismo definidos por otros como parte de ser miembros del grupo.

Debido a esto Tajfel dice que se puede conceptualizar un grupo, en este sentido, como una colección de individuos que se perciben a sí mismos como miembros de la misma categoría social, comparten cierta participación emocional en esta definición común de sí mismos y logran cierto grado de consenso social sobre la evaluación de su grupo y de su membresía en él (Tajfel, 1974, p. 283).

En otro de sus libros “An integrative theory of intergroup conflict” (1975) Tajfel en conjunto con John Turner explican que una de las condiciones que determinan ciertas adopciones de formas en el comportamiento social se debe a que mientras más

intensas sean las interacciones dentro de un grupo “conflictivo” los grupos opositores se comportarán respecto a sus propios ideales adquiridos dentro del grupo.

Con respecto a esto Tajfel dice que un conflicto institucionalizado o explícito de intereses "objetivos" entre grupos no proporciona una base totalmente adecuada, teórica ni empíricamente, para dar cuenta de muchas situaciones en las que se observa el comportamiento social de individuos pertenecientes a grupos distintos para acercarse al "grupo" extremo (Tajfel, 1975, p. 3).

De igual forma en el mismo libro habla sobre los conflictos de intereses intergrupales y la razón de la intensidad de los mismos, aclarando que están plenamente relacionados a cada una de las culturas de los individuos, relacionándolo con el grado de oprobio asociado al término de “renegado” o “traidor”.

Concepto	Definición	Referencia APA
Cognitivo	proceso de adquisición de conocimiento mediante la información recibida por el ambiente, el aprendizaje.	(2017). Significado de cognitivo. Recuperado el 30 de septiembre del 2019, de: <a href="https://www.significados.com/cognitivo/">https://www.significados.com/cognitivo/</a>
Cultura	Todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad	Tylor, E.B. (1871). <i>Cultura primitiva</i> . Recuperado el 30 de septiembre de 2019 de: <a href="https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf">https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf</a>
Consenso	Acuerdo que se alcanza	Péres, P.J., & M, M.

	por el consentimiento entre los miembros de un grupo o entre varios grupos.	(2014). Definición de consenso. Recuperado el 30 de septiembre del 2019, de: <a href="https://definicion.de/consenso/">https://definicion.de/consenso/</a>
Sociedad	Conjunto de seres humanos, unidos moralmente, material, espiritual y culturalmente para la satisfacción de comunes necesidades, recíprocos beneficios, aspiraciones semejantes y fines iguales.	Moreira, M.E. (2003) <i>¿Qué es la sociedad?</i> Biblioteca virtual universal. Recuperado el 30 de septiembre de 2019 de: <a href="https://www.biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf">https://www.biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf</a>
Oprobio	Es cualquier cosa que produce deshonra o vergüenza pública.	(2016). Significado de Oprobio. Recuperado el 30 de septiembre del 2019, de: <a href="https://www.significados.com/oprobio/">https://www.significados.com/oprobio/</a> .

#### 4. Unidades de análisis

A continuación se presentarán los datos de los asistentes a ciertas funciones y eventos culturales, además de información necesaria que permitirá respaldar los motivos por los cuales estas obras fueron las más taquilleras en determinado momento.

<b>Película</b>	<b>Roma</b>	<b>Amores Perros</b>	<b>Coco</b>
<b>Fecha de estreno</b>	21 de noviembre de 2018	16 de junio de 2000	20 de octubre de 2017
<b>Director</b>	Alfonso Cuarón	Alejandro González Iñárritu	Lee Unkrich, Adrián Molina
<b>Productora</b>	Participant Media Esperanto Filmoj	Altavista Films y Zeta Film	Walt Disney Pictures Pixar Animation Studios
<b>Clasificación</b>	C	C	A
<b>Género</b>	Drama	Drama/ Thriller	Animación, comedia dramática, fantasía, musical
<b>Duración</b>	135 min	154 min	105 min
<b>Presupuesto</b>	N.A	\$2,000,000	\$175,000,000 (estimado)
<b>Ganancias</b>	N.A	<b>Primera semana en EUA:</b> \$61,047, al 1 Abril 2001 <b>Recaudado en USA:</b> \$5,408,467 <b>Recaudado a nivel mundial:</b> \$20,908,467	Primera semana en EUA:: \$50,802,605, Recaudado en USA: \$209,726,015 Recaudado a nivel mundial: \$807,082,196
<b>Premios</b>	<b>Premios Óscar</b> -Mejor dirección -Mejor película extranjera -Mejor fotografía <b>Premios Globo de Oro</b> -Mejor director	<b>Once premios Ariel:</b> -mejor película -mejor director -mejor actor -mejor actor de cuadro -mejor edición -mejor fotografía -mejor sonido	<b>Premios Óscar</b> -Mejor película animada -Mejor canción original «Recuerdame» <b>Globos de Oro</b> -Mejor película animada

	-Mejor película extranjera <b>Premios BAFTA</b> -Mejor película -Mejor dirección -Mejor película extranjera -Mejor fotografía	-mejor ambientación -mejor maquillaje -mejores efectos especiales -mejor ópera prima <b>BAFTA:</b> -mejor película en lengua no inglesa Festival de Cannes: -premio de la crítica Tokyo Sakura <b>Grand Prix:</b> -mejor película Nominación a un <b>Globo de oro:</b> -mejor película de habla no inglesa Nominación al <b>Oscar:</b> -mejor película de habla no inglesa	-Mejor canción original <b>Premios BAFTA</b> -Mejor película animada <b>Premios Annie</b> -Mejor película animada -Mejor director  -Mejor guión -Mejor actuación de voz -Mejor diseño de producción -Mejor animación de personajes  -Mejor diseño de personajes -Mejor música  -Mejores efectos animados -Mejor montaje -Mejor creación de storyboards <b>MTV Millenial Awards</b> -Película del Año
<b>Actores</b>	Yalitza Aparicio Marina de Tavira Nancy García García, Marco Graf Daniela Demesa	Goya Toledo Alvaro Guerrero Jorge Salinas Emilio Echeverria Gael García Bernal Vanessa Bauche Rodrigo Murray	Anthony González Gael García Bernal Benjamin Bratt Jaime Camil Gabriel Iglesias Alanna Ubach



		Marco Pérez	Renée Victor
--	--	-------------	--------------

<b>Película</b>	<b>No se aceptan devoluciones</b>	<b>Nosotros los nobles</b>	<b>Hazlo como hombre</b>	<b>No manches frida</b>
<b>Fecha de estreno</b>	20 de septiembre 2013	28 de marzo 2013	11 de agosto 2017	15 de septiembre 2016
<b>Director</b>	Eugenio Derbez	Gary Alazraki	Nicolás López	Nacho G. Velilla
<b>Productora</b>	-Alebrije Cine y Video Fulano -Mengano y Asociados	Lemon Films	A toda madre productions	-Televisa Cine -Lionsgate -Pantelion Films -Alcon Entertainment -Constantin Film Production -Neverending Media -Videocine -Cine Colombia.
<b>Clasificación</b>	B	B	B-15	B-15
<b>Género</b>	Cómedia	Cómedia	Cómedia Drama	Cómedia
<b>Duración</b>	120 min.	108 min.	109 min.	114 min
<b>Presupuesto</b>	\$5 millones de dólares	\$25 millones de pesos	N.A	\$3,650,000 de pesos
<b>Ganancias</b>	\$99,067,206 dólares	\$318 millones de pesos.	\$13,610,252 de pesos	\$13,650,000 de pesos
<b>Premios</b>	<b>Premios Platino:</b> - Mejor Interpretación Masculina	<b>Premio Luminus</b> - Mejor película - Mejor actor - Mejor	<b>Premios Luminus</b> - Mejor campaña publicitaria	<b>Premio Luminus</b> - Película Mexicana más Taquillera en el

	<p><b>People's choice</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejor película de comedia</li> </ul> <p><b>Young Artist Award</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Best Leading Young Actress in a Feature Film</li> <li>- Best Supporting Young Actress in a Feature Film</li> </ul> <p><b>Premios ACE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejor película</li> <li>- Ópera prima</li> <li>- Canción para cine</li> </ul>	<p>actriz</p> <p><b>Premios Canacine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejor película</li> <li>- Mejor actor mexicano o</li> <li>- Mejor actriz mexicana</li> <li>- Promesa masculina del año</li> <li>- Película mexicana más vendida del año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Película más taquillera del año.</li> <li>- Mejor actor</li> <li>- Mejor Director</li> <li>- Mejor película del año</li> </ul>	<p>Extranjero</p>
<b>Actores</b>	-Eugenio Derbez -Jessica Lindsey -Loreto Peralta -Daniel Raymont -Alessandra Rosaldo -Hugo Stiglitz -Agustín Bernal	-Gonzalo Vega -Luis Gerardo Mendez -Karla Souza -Juan Pablo Gil -Ilanis Guerrero -Carlos Gascón	-Mauricio Ochmann -Aislinn Derbez -Alfonso Dosal -Ariel Levy -Humberto Busto -Ignacia Allamand -Luis Pablo Roman	-Omar Chaparro -Martha Higareda -Mónica Dionne -Rocío García -Fernanda Castillo -Regina Pavón -Carla Adell -Mario Morán

				-Karen Furlong -Memo Dorantes -Raquel Garza -Adal Ramones
--	--	--	--	--

Porcentaje de personas que asistieron al teatro: 25.6% de la población

<b>Obra de teatro</b>	<b>El tenorio cómico</b>	<b>Los monólogos de la vagina</b>
<b>Origen</b>	España	Estados Unidos
<b>Escritor</b>	José Zorrilla	Eve Ensler
<b>Director</b>	Eduardo Tepichín	Jaime Matarredona
<b>Temporadas en escena</b>	17 años de temporadas continuas	15 años de temporadas continuas
<b>Número de funciones</b>	---	7,321 funciones
<b>Año de estreno</b>	2002	2000
<b>Duración</b>	2 horas	1 hora 30 min
<b>Precios</b>	De \$700 a \$1200	\$700, \$600, \$550,\$500
<b>Actores</b>	Freddy y Germán Ortega, Daniel Bisogno, La Güereja, Carmen Salinas, Pedro Sola, Indio Brayan, Pierre Angelo, Claudio Herrera, Raúl Araiza y Yanet García.	Luz María Aguilar, Maca Carriedo, Pamela Cerdeira, Sherlyn, Paola Gómez y Michelle Rodríguez (*alternando).
<b>Productor</b>	Alejandro Gou	Morris Gilbert

La casa de las flores su audiencia fue de 7.4 millones de personas.

La rosa de guadalupe su audiencia promedio es de 2 millones 978 mil televidentes.

<b>Serie televisiva</b>	<b>La casa de las flores</b>	<b>La rosa de guadalupe</b>
-------------------------	------------------------------	-----------------------------

<b>Fecha de estreno</b>	10 de Agosto de 2018	5 de Febrero de 2018
<b>Creador</b>	Manolo Caro	Carlos Mercado Orduña
<b>Género</b>	Comedia	Drama
<b>Temporadas</b>	1	12
<b>Capítulos</b>	13	+1,300
<b>Clasificación</b>	B15+	B
<b>Productor</b>	-Rafael Ley -María José Córdova -Mariana Arredondo	Miguel Ángel Herros
<b>Modo de difusión</b>	Netflix	Las estrellas
<b>Duración de capítulos</b>	27-37 min	41-44 min
<b>País de origen</b>	México	México

Cantidad total de discos vendidos:

José José: 250 millones de discos

Juan Gabriel: 150 millones de discos

<b>Arista</b>	<b>José José</b>	<b>Juan Gabriel</b>
<b>Nombre de nacimiento</b>	Jose Rómulo Sosa Ortiz	Alberto Aguilera Valadez
<b>Fecha de nacimiento</b>	17 de Febrero de 1948	7 de enero de 1950
<b>Fallecimiento</b>	28 de Septiembre de 2019	28 de agosto de 2016
<b>Ciudad de origen</b>	Ciudad de México	Parácuaro, Michoacán
<b>Años activo</b>	1963-2015	1971-2016
<b>Género</b>	Balada romantica y pop laino	Ranchera, bolero, pop latino, baladas
<b>Tipo de voz</b>	Barítono	Tenor
<b>Seudónimo</b>	El príncipe de la canción	El divo de Juárez
<b>Canciones destacadas</b>	El triste	Querida

	Amar y querer Gavilán o Paloma La nave del olvido	Amor eterno Noa Noa Hasta que te conoci
<b>Causa de su muerte</b>	Cáncer de páncreas	Infarto agudo de miocardio

Cantidad de visitantes al año: 20,000 personas.

<b>Gastronomía</b>	<b>Feria nacional del queso y el vino</b>
<b>Origen</b>	Tequisquiapan, Queretaro
<b>Año de origen</b>	1976
<b>Objetivo</b>	Resaltar los atributos y cualidades de dos productos permitiendo, un enlace con la música, cultura, capaces de alegrar y satisfacer nuestros cinco sentidos.
<b>Duración</b>	3 semanas (Últimos dos fines de semana de mayo y primero de Junio)
<b>Expositores</b>	Se presentan más de 50 vinícolas, fábricas de quesos artesanales y otros productos gourmet. Cada año cuentan con un invitado diferente.
<b>Talleres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar tu propio vino</li> <li>- Aromas de vino</li> <li>- Degustaciones y catas maridajes</li> <li>- Conferencias magistrales</li> <li>- Exhibiciones de productos</li> <li>- Exposiciones de fotografía</li> <li>- Más de 70 eventos musicales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Degustaciones de comidas y cenas maridajes</li> </ul> </li> </ul>
<b>Costo de entrada</b>	- \$250 por persona
<b>Conferencias</b>	Conferencias de catadores de vino y vinicultores de los países invitados
<b>Catas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Degustación</li> <li>-Comida 3 tiempos</li> <li>-Magistral con quesos y chocolates</li> </ul>

<b>Horarios</b>	De 11 a.m. - 6 p.m.
-----------------	---------------------

## **5. Interpretación de resultados**

Una vez mostradas las unidades de análisis en la sección anterior se relacionarán con el marco teórico de la investigación, usando como referencia al autor Henri Tajfel para poder afirmar la hipótesis de este trabajo y obtener conclusiones respecto a lo investigado.

De acuerdo con Tajfel el comportamiento intergrupal es toda interacción de los individuos pertenecientes a un grupo, ya sea de manera individual o colectiva con otros, por lo que las personas tienden a asistir a eventos en los que se ven relacionados sus gustos e intereses, además de producir un sentimiento de aceptación, inclusión e identificación grupal, lo que de igual manera afecta simultáneamente sus acciones dentro de su entorno social como individuos como consecuencia de haber participado en dichos eventos. Lo anteriormente mencionado hace referencia a la teoría del comportamiento intergrupal establecida por Tajfel, prestando especial atención a las ideas dentro y fuera de los grupos.

Por otra parte, también se menciona el concepto de los estereotipos y la influencia que estos tienen sobre la sociedad, los cuales normalmente van acompañados por prejuicios. Estos son empleados por parte de la producción cinematográfica, televisiva y teatral como base en la creación de sus contenidos, teniendo como resultado un mayor impacto en los espectadores, debido a que se evocan a los sentimientos de las personas haciendo que estas se sientan identificadas con la historia, personajes o ambientes. Un ejemplo de esto es presentado en el Film “Nosotros los nobles” donde el estereotipo del mexicano rico y pobre manifiesta una comparación entre los diferentes tipos de vida, así como los tratos que la sociedad tiene para con cada clase social, además de las distintas problemáticas con las que tienen que lidiar diariamente.

Por otra parte, el autor de igual manera comenta un tercer elemento que se ve manifestado en las relaciones de grupos y es la realidad empírica. Este elemento consiste en cómo la diversidad de experiencias que tiene cada uno de los integrantes

de este, tienen una repercusión en las situaciones que se viven con el grupo en conjunto. Esta serie de eventos se ven reflejados en la serie “La rosa de Guadalupe” cuando surgen situaciones entre jóvenes normalmente, que toman ideas de las experiencias ya vividas con personas cercanas de tal modo que las hace parte de su grupo de amigos. Este tipo de contenido visto por una gran cantidad de la población mexicana, en uno de sus tantos capítulos trata el tema del bullying y cómo este se inicia. La situación comienza cuando el primo del personaje principal le enseña que el poder lo tiene quien pasa por encima de los demás, mostrando le de igual manera como lo puede llevar a cabo. Por lo que días después el personaje principal lleva esta idea a su grupo de amigos de la secundaria y empiezan a molestar a personas indefensas dentro de la institución.

También se puede observar este tipo de comportamientos intergrupales en la sociedad en la “feria del vino y el queso” donde un estrato específico de la sociedad que tiene características de rango de edad, clase social, educación, entre otros; asistan a este tipo de eventos para satisfacer sus necesidades culturales. Afecta en medida al comportamiento de los integrantes dependiendo el tipo de grupo con el que se realicen estas actividades, debido a que las actitudes que se toman no son las mismas con la familia a que con los amigos u otro tipo de grupos.

Por otra parte, la teoría de Tajfel que habla sobre el comportamiento intergrupar, se ve reflejado en los roles que cada persona toma día a día pero que estos también se ven relacionados con los estereotipos que la sociedad ha impuesto a lo largo del tiempo. Cada comportamiento que se adopta de estas situaciones de cierta manera también se verán manifestadas en cada tipo de grupo social con el que interactúen, sin importar la diversidad de personas con las que se interactúa muchas acciones que toman las individuos son parecidas y se encuentran conectadas. Como es el caso de la película “No se aceptan devoluciones” cuando el padre cumple con su papel de hombre de la casa, protector, cariñoso, divertido, entre otras características; pero en otras situaciones era una persona que fue juzgada porque no cumplía con el estereotipo de



padre que la sociedad tiene, por lo que la directora mencionaba que era un mal ejemplo para su hija, además de que los padres de familia lo rechazaban por no cumplir con ciertos elementos.

Y es lo que sigue ocurriendo actualmente en la sociedad, las personas juzgan a otras por no ser el modelo ideal de familia, pareja, amigo, individuo de la sociedad, por ser diferente, lo que tiene como resultado que esas personas frecuentan otros grupos en los que se sientan identificados como se mencionó al principio.

Los estereotipos son muy empleados en la industria del cine justamente para que esté lo más adaptado a la realidad y las personas se identifiquen con la situación y personajes.

A pesar de que no sean precisamente iguales tus intereses a las de los integrantes del grupo con el que frecuentas no es motivo para no hacerlo. Lo que determina la decisión de las personas con base a este tema de la selección de sus grupos es la identidad social que se crea en estos, además de la comparación social, aunque de igual manera interfieren las preocupaciones que como equipo surgen posteriormente. Un ejemplo de esto se puede observar en “Hazlo como hombre”. Era un grupo de amigos que compartían gustos, metas, pasiones y se la pasaban bien por la conexión que había entre estos tres amigos, hasta que uno de ellos confesó que era homosexual. Él no dejó de lado a sus amigos, sin embargo, empezó a formar parte de otros círculos sociales porque ellos no podían comprender los problemas que surgen en tu vida cuando te das cuenta que eres diferente al resto y a la sociedad no le parece. Este individuo encontró personas que comprenden estas preocupaciones y que le dieron consejos de cómo enfrentarlas.

Como se refleja en las unidades de análisis sobre las películas que obtuvimos información, se puede notar que la película con más audiencia fue “Nosotros los nobles”, esto fue ocasionado por el manejo que la producción, los escritores y todo el equipo creativo le dio a cinta para que los espectadores se conectaran completamente

con la película y se sintieran identificados no solo en el contexto, sino también con los personajes, ya que estos tuvieron la tarea de crear a los personajes basados en personas reales para así poder hacer un vínculo fuerte con la audiencia y que esta sintiera empatía al ver todo tipo de estereotipo mexicano en la pantalla. Esto fue de bastante ayuda para la producción porque pudieron expandir el segmento de audiencia que asistió a ver la película.

Tajfel en su libro menciona que los intereses intergrupales están plenamente relacionados a cada una de las culturas de los individuos, esto lo podemos ver reflejado en las producciones teatrales en México. México es un país que no está tan desarrollado como otros en el ámbito teatral, sin embargo, ha crecido bastante en los últimos años. Esto se debe a que no somos un país que tengamos como sociedad la cultura de ir al teatro y que realmente es considerado un evento para la socialité. De acuerdo con encuestas que se han hecho hay personas en México que nunca han asistido al teatro. Otras lo consideran demasiado caro o otras simplemente prefieren ir al cine, ya que consideran que es más económico o lo sienten más al alcance.

Como podemos ver en las unidades de análisis el precio de los boletos para asistir a ver las puestas que analizamos no es mayor a 1200 pesos, ya que la audiencia mexicana no está dispuesta a pagar más de esta cantidad por asistir. Esto de igual manera afecta a que las temporadas de las puestas sean demasiado cortas y que a lo mucho duré año y medio en cartelera. Para que esto cambie tenemos que evolucionar como sociedad e inculcar desde pequeños a las próximas generaciones la cultura del teatro en México.

Por otro lado, ha sido impresionante el éxito que ha tenido la serie de Netflix “La casa de las flores” esto se debe a que tanto la producción como la plataforma digital lo han manejado de la mejor manera, para llamar la atención de diversos tipos de audiencias. A diferencia de muchas televisoras, estos han innovado con temas completamente diferentes, actuales y reales, con capítulos y temporadas muy cortos, pero en los que se dé a conocer de manera correcta el mensaje que quieren transmitir. Esto va de la

mano con lo que el autor Tajfel describe desde un ángulo psico-social lo que importa dentro de la pertenencia de un individuo en un grupo de personas, en otras palabras la influencia que tiene para las personas las categorías sociales, ya que a todos nos influye como somos percibidos por la gente que nos rodea. Aunque en otros casos va mucho más allá de solo tomarle importancia a lo que piensan o dicen de nosotros, sino que muchas personas no tienen percepción u opinión propia de su persona y se definen así mismos bajo los prejuicios y palabras de otras personas. Sin embargo, con este tipo de series, programas, etc... se genera un gran cambio en la mentalidad de las personas que ven estos programas, porque como se comentó anteriormente se tocan temas actuales y reales, como la homosexualidad, familias disfuncionales, adicciones, sexualidad, entre otras. Esto era algo que antes no se hacía por la mentalidad tan cerrada que existía en otras generaciones y en cambio que ahora se hablen de estas cuestiones ayuda a las nuevas generaciones a ver la realidad, a vivir sin tantos prejuicios y sin miedo al “qué dirán”.

De igual manera tanto Juan Gabriel como José José fueron dos grandes cantantes, los cuales vendieron millones de discos como lo podemos ver en nuestras unidades de análisis. Hoy en día a pesar de que ya fallecieron su público siempre los recordará con gran cariño y serán grandes figuras para México. Su éxito fue gracias a que siempre estos artistas fueron bastante abiertos en su vida personal lo cual generaba que su público sintiera empatía y permitió que algunos de sus seguidores se pudieran sentir identificados con sus historias de vida. Ambos eran artistas que fueron vistos como personas reales y no sobrevalorados como muchos artistas de hoy en día. Estos artistas eran admirados porque rompían los estereotipos de los famosos, eran personas accesibles a su público, sencillas y agradecidas. Estos lograron juntar millones de personas que seguían y admiraban sus trayectorias, porque como Tajfel menciona, para que el comportamiento intergrupual sobresalga, tiene que existir un elemento externo en común entre personas de un mismo grupo. Estos artistas son el “elemento externo” que tienen en común el grupo de personas que siguieron la trayectoria de estos.

## 6. Conclusión

A lo largo de la investigación se propuso la hipótesis de que el cine era el medio de entretenimiento que más educaba con respecto a la cultura de otros países e inclusive de la nuestra propia a la sociedad, haciendo que adopte comportamientos vistos dentro del contenido audiovisual. Después de haber analizado y recopilado información se llegó a la conclusión de que el cine sí es el medio que más llega a la sociedad debido a la variedad de contenidos y accesibilidad en precios para con la sociedad, mostrando diversos comportamientos que posteriormente las personas adoptan, sin embargo los otros medios también aportan cultura para los círculos que suelen consumirlos, complementando el aprendizaje.

## Anexos



**No se aceptan devoluciones**



Coco



## Nosotros los nobles



## ¿Qué culpa tiene el niño?



## Hazlo como hombre



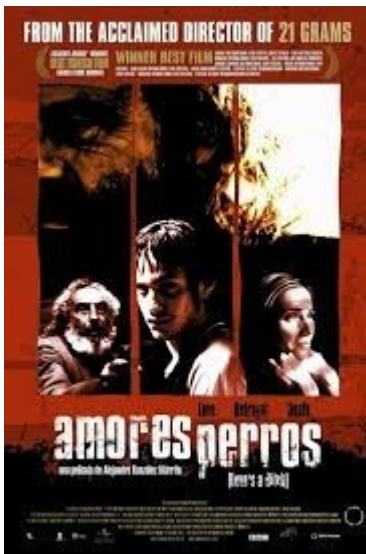
## No manches Frida





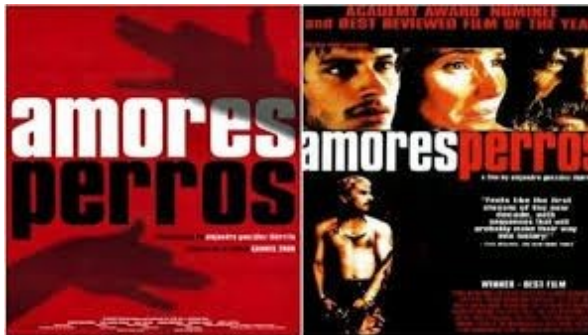


**Roma**



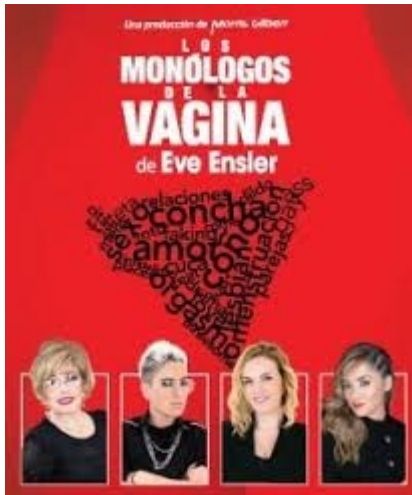
**Amores perros**





El tenorio cómico





Los monólogos de la vagina



La casa de las flores



La rosa de Guadalupe



José José



Juan Gabriel







## Feria Nacional del queso y el vino



## 7. Referencias

- Enrique, D.P. (2006). *El cine entre el entretenimiento y la cultura creativa*. 18, 77-129 Revisado el 3 de septiembre del 2019 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513551274004>
- García Liendo, J. (2017). *El intelectual y la cultura de masas : Argumentos Latinoamericanos En Torno a Ángel Rama Y José María Arguedas*. West Lafayette, Indiana: Purdue University Press.
- Leon, J., Núñez, J., Ruiz-Alfonso, Z., y Bordón, B. (2015). Rendimiento académico musical: efecto de la motivación intrínseca y el pensamiento crítico. *Revista de Psicodidáctica*, 20 (2). Recuperado en 17 de septiembre de 2019, de <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/psicodidactica/article/view/12673/12347>

- León, M., Yarenis, D., Chávez, M., Gómez, R.M. (2019). *El teatro como práctica de consumo cultural. El debate entre jóvenes universitarios*. Cuba: Universidad de Granma. Bayamo.
- López, T., Margarida, M. (2011). *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias*. Algarve: Universidad de Algarve. Recuperado el 12 de septiembre de 2019: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=f52f6bf0-ff81-412d-970b-1d068b40c2b1%40sessionmgr102>
- Lozano Treviño, D. F. (2018). Características de consumo para salas de cine de arte en México. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 13(2), 416–429. Recuperado el 5 de septiembre de 2019, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hlh&AN=136169177&athens.asp&lang=es&site=ehost-live>
- Martín, J. B., Sarlo, B., Ochoa, A.M., y López de la Roche, F. (1998). *Cultura, medio y sociedad*. Revisado el 3 de septiembre del 2019 en: <http://bdigital.unal.edu.co/1272/2/01PREL01.pdf>
- Moreira, M.E. (2003) *¿Qué es la sociedad?* Biblioteca virtual universal. Recuperado el 30 de septiembre de 2019 de: <https://www.biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf>
- Pareja Sánchez, Norma. (2010). Televisión y democracia: La televisión abierta y su oferta en la ciudad de México. *Andamios*, 7(14), 101-135. Recuperado en 16 de septiembre de 2019, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-00632010000300005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632010000300005&lng=es&tlng=es).
- Péres, P.J., & M, M. (2014). Definición de consenso. Recuperado el 30 de septiembre del 2019, de: <https://definicion.de/consenso/>
- Significado de cognitivo. (2017). Recuperado el 30 de septiembre del 2019, de: <https://www.significados.com/cognitivo/>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. New York, NY, US: Psychology Press.
- Tajfel, H. (1982). *Social Psychology of intergroup relations*. Inglaterra: Annual Reviews Inc.

- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An integrative Theory of intergroup conflict*. England, University of Bristol: Psychology Press.
- Tylor, E.B. (1871). *Cultura primitiva*. Recuperado el 30 de septiembre de 2019 de:  
[https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod\\_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf](https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf)