

PRÁCTICAS SOCIALES Y ESPACIOS CULTURALES EN EL NORESTE DE MÉXICO



CULTURA E IDENTIDAD



COORDINADORES
CARLOS RECIO DÁVILA
BEATRIZ COSS CORONADO



Universidad
Autónoma
de Coahuila



Facultad de Ciencias®
de la Comunicación

Cuerpo Académico
Cultura e
Identidad

Cultura e identidad

PRÁCTICAS SOCIALES Y ESPACIOS CULTURALES EN EL NORESTE DE MÉXICO

Coordinadores

Carlos Recio Dávila
Beatriz Coss Coronado

Reservados todos los derechos conforme a la ley.

Cultura e Identidad

PRÁCTICAS SOCIALES Y ESPACIOS CULTURALES EN EL NORESTE DE MÉXICO

© 2023

Todos los derechos reservados.

© UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA

Boulevard Venustiano Carranza S/N. Col. República Oriente.

Saltillo, Coahuila, México. C.P. 25280

www.uadec.mx | Teléfono: +52 844 438 1600

Coordinadores: Carlos Recio Dávila, Aurora Beatriz Coss Coronado.

Diagramación y diseño: Daniel Vargas Trujillo.

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Carretera a Zacatecas Km. 3, Col. Villas de San Lorenzo,

Saltillo, Coahuila, México, C.P. 25092.

www.uadec.mx/comunicacion/ | Teléfono: +52 844 417 9717

© Carlos Recio Dávila / Coordinador

© Beatriz Coss Coronado / Coordinador

© Sergio Antonio Corona Reyes

© Gabriel Pérez Salazar

© Francesco Gervasi

© Jesús Gerardo Cervantes Flores

ISBN: 978-607-506-500-7

Primera Edición, 2023.



**Universidad
Autónoma
de Coahuila**



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Cuerpo Académico
**Cultura e
Identidad**

Este libro ha sido sometido a análisis de similitud y sometido a dictamen de pares ciegos para su arbitraje, previo a su edición, en un proceso a cargo de la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Indice

Introducción	8
Capítulo 1.	
Se siente la vibra de “ser raza”. Expresiones de identidad colectiva en Saltillo. Una exploración de sentidos en estudiantes universitarios.	
<i>Gabriel Pérez Salazar y Carlos Recio Dávila</i>	12
1. Introducción	12
2. Raza: antecedentes y deslindes	14
3. Identidad colectiva regional y raza en el norte de México	21
4. Método	27
5. Resultados	29
6. Discusión y consideraciones finales	31
7. Referencias	34
Capítulo 2.	
“Donde tú estás, está él”: Expresiones de religiosidad cotidiana en la devoción hacia el Santo Cristo de Saltillo.	
<i>Francesco Gervasi</i>	39
1. Introducción: el tema, los objetivos y el aporte de la investigación	39
2. La devoción popular hacia el Santo Cristo en Saltillo: una breve descripción introductoria	40
3. Conceptos orientadores: devociones populares, vida cotidiana y religión vivida o cotidiana	42
4. Nota metodológica: el enfoque, las técnicas y la ruta de investigación	45
5. Expresiones devocionales hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana: motivos por los cuales los entrevistados se hicieron devotos y lo siguen siendo	46
6. Expresiones devocionales hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana: las peticiones y la relación con el santo	50
7. Expresiones devocionales hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana: los objetos sagrados (altares, imágenes, cruces, medallas, etc.)	53

8. Conclusiones: apuntes para construir un modelo de las formas de expresión de la devoción hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana, en Saltillo	57
9. Referencias	59

Capítulo 3. 62

El amor y las relaciones amorosas como una forma de identidad individual y colectiva

Jesús Gerardo Cervantes Flores 63

1. Introducción	63
2. Identidad	65
3. Identidad colectiva	68
4. Proceso de construcción social sostenido en el lenguaje	69
5. El amor como una forma de identidad	72
6. La imposibilidad del encuentro con el otro	74
7. La polisemia del concepto de amor en juventudes saltillenses	77
8. La relación amorosa como una forma de identidad colectiva	79
9. Conclusiones	82
10. Referencias	84

Capítulo 4.

Alameda Digital, Alameda Segura: Utilizando evidencias digitales para la generación de mapas de ayuda al traslado seguro en la Alameda Zaragoza de Saltillo.

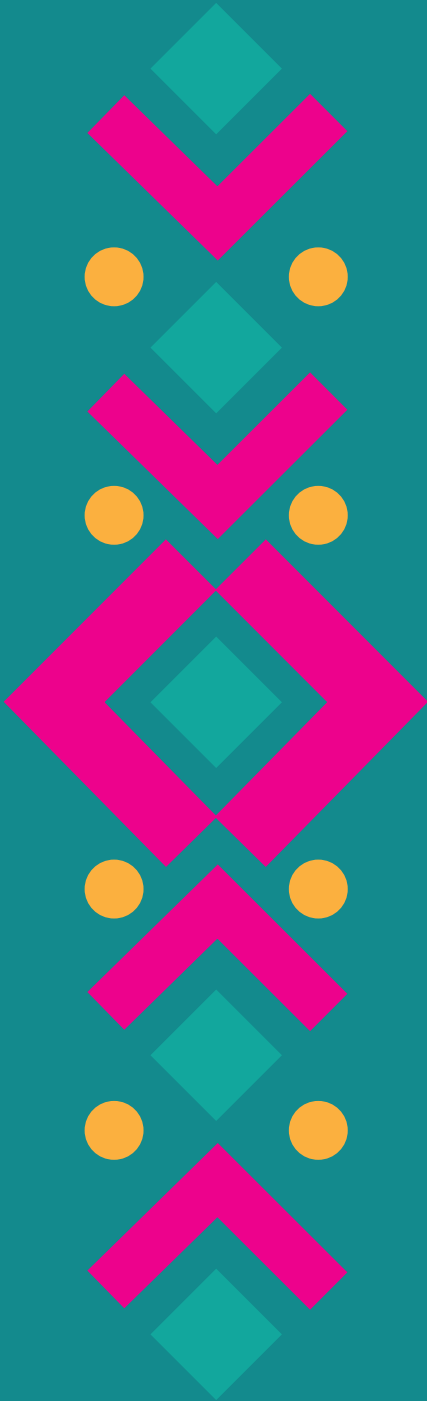
Sergio Antonio Corona Reyes y Beatriz Coss Coronado 88

1. Introducción	88
2. Espacio	89
3. La Alameda Zaragoza	92
4. Método	95
5. Resultados	97
7. Referencias	106

Conclusión 110

Semblanzas 114

INTRODUCCIÓN





Introducción

El libro colectivo *Prácticas sociales y espacios culturales en el Noreste de México* es el resultado del trabajo de los integrantes del Cuerpo Académico en Consolidación (CAEC) “Cultura e Identidad” de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila, quienes recientemente se han dedicado a estudiar las categorías cultura, identidad, prácticas sociales, expresiones devocionales, vida cotidiana, espacio público urbano y práctica espacial.

El texto presenta las reflexiones teóricas y metodológicas derivadas del proyecto de investigación “Procesos identitarios en espacios urbanos físicos y virtuales” del CAEC, cuyo objetivo es explicar, desde una perspectiva cultural-comunicacional, cómo se manifiesta la identidad a partir de prácticas sociales, religiosas, simbólicas y lúdicas, en contextos urbanos físicos y digitales.

El libro colectivo está integrado por cuatro capítulos, tres de los cuales corresponden al trabajo académico de los Profesores de Tiempo Completo del CAEC, y uno más (el capítulo 3), es la colaboración realizada por un investigador invitado.

En el capítulo 1, intitulado “Se siente la vibra de ‘ser raza’. Expresiones de identidad colectiva en Saltillo”. Una exploración de sentidos en estudiantes universitarios”, los autores Gabriel Pérez Salazar y Carlos Recio Dávila,





presentan una investigación exploratoria sobre un fenómeno comunicativo – identitario relativamente poco explorado: el uso de la palabra raza como una locución que denota rasgos colectivos de pertenencia en la región noreste de México. Con base en una revisión semántica e histórica sobre la palabra raza (en su acepción como sustantivo colectivo empleado en este espacio geográfico para denotar familiaridad y compañerismo), se hace una aproximación metodológica de tipo cualitativo inductiva que permite reconocer los sentidos asociados a dicho término, poniendo como referencia un caso ilustrativo, producto de una selección no aleatoria y no representativa de estudiantes universitarios.

El capítulo 2 “Donde tú estás, está él’ Expresiones de religiosidad cotidiana en la devoción hacia el Santo Cristo en Saltillo”, Francesco Gervasi presenta los hallazgos obtenidos en un estudio de corte socio-antropológico, cuyo objetivo fue identificar y describir los motivos y las formas de expresión cotidianas de la devoción hacia el Santo Cristo de la Capilla en la ciudad de Saltillo. En su texto concluye que los entrevistados tienden a vivir su devoción en los espacios y momentos de la vida cotidiana, teniendo una relación casi familiar con el santo, pidiéndole resultar beneficiados en cuestiones rutinarias, utilizando altares domésticos y otros objetos que les permiten sentir su presencia y considerarse siempre protegidos por él.

En el capítulo 3. “El amor y las relaciones amorosas como una forma de identidad individual y colectiva”; Jesús Gerardo Cervantes Flores, aborda la relación entre identidad y amor desde la perspectiva de las ciencias sociales, centrándose en el enfoque teórico del construccionismo social y en la comunicación. El autor reflexiona cómo el amor y las relaciones amorosas son componentes clave, tanto de la identidad individual como colectiva: el amor se considera un atributo esencial para la identidad individual, mientras que las relaciones amorosas generan una nueva identidad colectiva que modifica, a la vez, la identidad individual de sus miembros.

El capítulo 4 “Alameda Digital, Alameda Segura: Utilizando evidencias digitales para la generación de mapas de ayuda al traslado seguro en la Alameda Zaragoza de Saltillo”, es el texto que presentan Antonio Corona y Beatriz Coss Coronado. En él analizan algunas de las prácticas espaciales



que realizan las mujeres usuarias del parque público Alameda Zaragoza en la ciudad de Saltillo, Coahuila, México e indagan cómo estas prácticas podrían ser indicativas de apropiaciones resistentes del espacio público urbano a través de observaciones realizadas sobre las rutinas de las mujeres en este lugar.

En suma, los autores del Libro Colectivo 2023 ofrecen una mirada sobre el estudio de la construcción de identidades y aspectos culturales a partir de sus prácticas sociales individuales y colectivas.

Agradecemos la invaluable colaboración de investigadores de amplia trayectoria académica, quienes realizaron el proceso de dictaminación externa del Libro Colectivo 2023. De igual manera agradecemos a la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Autónoma de Coahuila, su apoyo para la edición digital de este proyecto académico.

CAPÍTULO

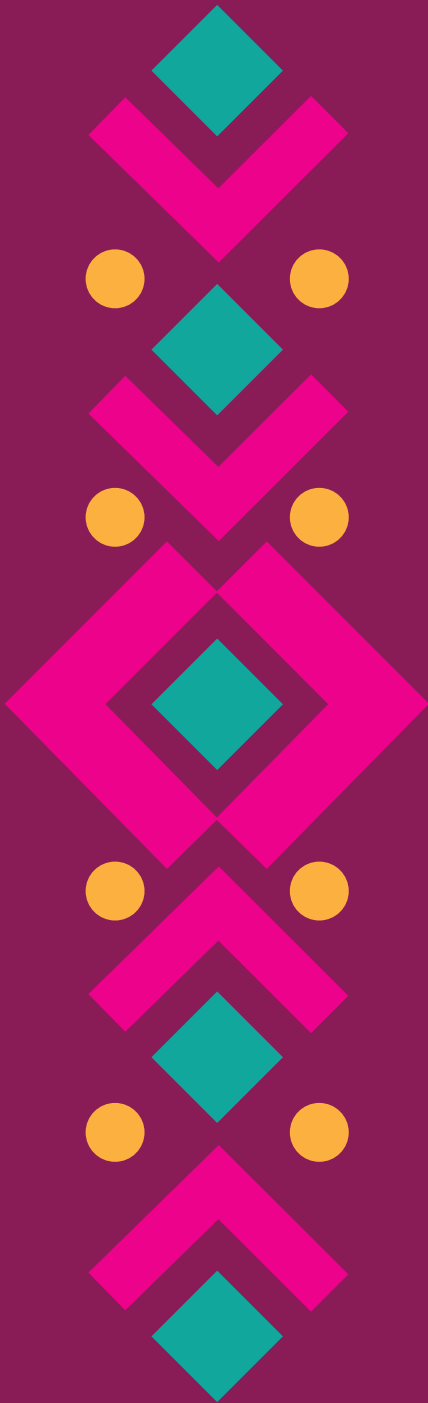


1



Se siente la vibra de “ser raza”.
Expresiones de identidad colectiva en Saltillo.
Una exploración de sentidos en estudiantes
universitarios.

Gabriel Pérez Salazar
Carlos Recio Dávila



1

Se siente la vibra de “ser raza”. Expresiones de identidad colectiva en Saltillo. Una exploración de sentidos en estudiantes universitarios.

Gabriel Pérez Salazar
Carlos Recio Dávila

1. Introducción

En los actos del habla se revela lo que somos en toda nuestra complejidad. Toda expresión parte de la situación particular en la que se ubican quienes participan en los procesos de interacción social y de la forma en que nos identificamos a nosotros mismos y a las demás personas. En este trabajo, abordaremos un aspecto muy concreto de la expresión de la identidad colectiva: la noción de *ser raza*¹ como es empleada en el norte de México; y que específicamente en lo metodológico, será ubicada en Saltillo, capital del estado de Coahuila, como caso ilustrativo.

Como presentaremos más adelante, el *ser raza* alude a una expresión de camaradería y de pertenencia grupal, que ha sido empleada en la región

1Agradecemos a la Mtra. Bertha Lecumberri Salazar (Facultad de Filosofía y Letras, UNAM), quien, desde una perspectiva lingüística, en entrevista personal sugiere que esta expresión puede ser identificada como una colocación, es decir, como una forma previa a una locución verbo-nominal, cuya estructura no es aun completamente fija ni lexicalizada, y donde el verbo *ser*, a pesar de que en ocasiones puede ser omitido (como en la frase “¡Ya vámonos, raza!”), mantiene un significado copulativo (es decir, que une a un sujeto con un atributo).



transfronteriza entre México y Estados Unidos, al menos desde la segunda mitad del s. XIX, y que ha sido posteriormente recogida en una muy amplia variedad de productos mediáticos, entre los que destacan las películas y piezas musicales de Eulalio González *El Piporro*.

Consideramos importante destacar que, aunque se trata de un acercamiento que colinda con disciplinas como la Lingüística, y la Semiótica, nuestro marco conceptual se sitúa en torno a las Ciencias de la Comunicación, en estudio de una forma cultural muy concreta de expresión de la identidad colectiva. De esta forma, el objetivo central del presente trabajo tiene que ver con una indagación exploratoria de carácter cualitativo sobre un fenómeno comunicativo–identitario relativamente poco explorado: el uso de la palabra raza como una expresión que denota rasgos colectivos de pertenencia.

La estructura de este trabajo nos permitirá presentar en primer lugar, una revisión histórica sobre la evolución que han tenido distintas definiciones de la palabra *raza*. En la parte final de este primer apartado, hacemos un deslinde en relación con su acepción como categoría que ha buscado distinguir a los grupos humanos a partir de aspectos fenotípicos. Más adelante, planteamos en qué consiste la identidad, destacando su dimensión comunicativa, y hacemos un énfasis especial en su ámbito regional. Con base en un sondeo levantado en jóvenes estudiantes universitarios, reflexionaremos en torno a lo que implica el ya mencionado colectivo: qué es *ser raza*, quién es *raza* y quién no lo es. Se trata de una exploración de sentidos alrededor de una palabra que, dependiendo de la situación, puede incluir y agrupar, a la vez que distinguir y excluir. Como en muchas otras aproximaciones desde lo identitario, pretendemos discutir algunas implicaciones que tienen lugar en las tensiones entre lo propio y lo ajeno, el *yo* y la construcción del otro.

Como veremos más adelante, este es un planteamiento que permite ampliar el conocimiento que se tiene sobre el uso actual del término *raza*, como una expresión de identidad colectiva. Se trata de una aproximación que, con base en la revisión de algunos usos que ha tenido en diferentes tiempos y espacios, desde una perspectiva metodológica, se concibe en relación con las prácticas comunicativas situadas en un contexto sumamente delimitado que,



no obstante su especificidad, permite la comprensión de un elemento cultural e identitario que se teje en el plano de lo histórico y de lo colectivo.

La pertinencia de este trabajo radica en la relativamente escasa literatura sobre el empleo que tiene la expresión *raza* como un sustantivo que denota rasgos de expresión de la identidad regional y grupal en la región norte de México. Esta es una idea que será sustentada más adelante, en el apartado en que se hace una revisión del estado de la cuestión, donde veremos que su estudio ha estado limitado principalmente a los estudios *chicanos* en el sur de los Estados Unidos, o a abordajes en los que este término no es analizado de forma directa en su dimensión colectiva.

2. Raza: antecedentes y deslindes

Este primer apartado tiene la intención de hacer una revisión de las distintas definiciones que el término *raza* ha recibido a lo largo de la historia. Contribuye al objetivo general del trabajo recogiendo algunos de los sentidos que le han sido otorgados en el tiempo, y que serán contrastados con el sondeo descrito en el apartado metodológico. Se trata de comparar estas aproximaciones académicas lingüísticas, con la praxis que en la actualidad hace de esta palabra el grupo participante en el estudio.

De acuerdo con el Diccionario de Autoridades (1964),² la palabra *raza* proviene del latín *radix*, que significa “Casta o calidad del origen o linaje” y agrega: “Hablando de los hombres se toma muy regularmente en mala parte, como raza de judío, moro, hereje o villano”. En el mismo diccionario se indica que por extensión “se dice de la calidad de otras cosas, especialmente la que contraen en su formación, como la del paño” (p. 500).

En el sentido de la casta, desde hace más de cinco siglos existen refranes y frases proverbiales que se orientan a afirmar la calidad de origen tanto en personas como en animales. Así Hernán Núñez en 1555 incluye en su refranero “De tal gente, tal simiente”, así como “El hijo de la cabra, de una hora a otra bala”. Igualmente, Correas en el siglo XVI señalaba “Siempre

² Facsímil de la obra original de 1737.



en casa del moro se habla algarabía”, para indicar el espíritu festivo de los musulmanes.

Dos siglos después de la publicación del Diccionario de Autoridades, la Real Academia Española (1970) continúa dando el mismo sentido, al decir que el concepto *raza* proviene del italiano *razza* y que significa “Casta o calidad del origen o linaje”. Aunque en una segunda acepción, seguramente con influencia de las tendencias científicas del evolucionismo del siglo XIX, refiere que la voz corresponde a “cada uno de los grupos en que se subdividen algunas especies biológicas y cuyos caracteres diferenciales se perpetúan por herencia” (1970).

Para Gauvard y Sirinelli (2015) el término de *raza* es de una etimología indecisa, en tanto que Corominas señala que la palabra ya era utilizada en español en el siglo XVI. A fines de ese siglo y principios del XVII se empleaba para señalar la pureza de la sangre, por lo regular en sentido negativo o peyorativo y se aplicaba sobre todo a moros y judíos.³ En castellano antiguo *raza* significaba “defecto, culpa”. De esta manera, eran comunes las expresiones “no tener raza”, “mala raza” entre otros.

A partir del siglo XVIII la noción de raza es un término utilizado de manera regular y estable (Doron, 2016). En los discursos nobiliarios, la raza designa la herencia de cualidades de virtudes y de estatus y se encarna en una genealogía. El concepto tiene una relación negativa con el término *degeneración*. Por muchos años el verbo *degenerar* estaba cargado de valores nobiliarios, significaba “no valer lo que valían aquellos de quienes descendemos, no gobernarse como aquellos de los cuales uno ha nacido”.

Desde este autor, degenerar es algo indigno, es desviar la línea determinada por la raza, significa apartarse del camino de la virtud, no conducirse de manera que le conviene a su rango. Degenerar es no cumplir con el deber. No como un principio moral o religioso sino de una exigencia familiar: hay que seguir el ejemplo de aquellos de su raza (Doron, 2016).

³ Corominas (1956, p. 1021) indica que en catalán *enrassar* significa “Cruzar animales o bien mezclar personas de razas diversas”; En Italia en el siglo XVI *rascia* designaba cada una de las clases de mendigos (los que hacían de leproso, de mudo, etc).



En diccionarios del siglo XX, la palabra *raza* continúa con la definición heredada del siglo XIX. Así Molinier (2016) define el concepto, en su primera acepción, como cada uno de los grandes grupos humanos caracterizados principalmente por el color de la piel: *raza blanca, negra, amarilla y cobriza*. Indica también que la raza se refiere a cada uno de ciertos grandes grupos con caracteres propios y distintivos conservados a través de la historia (*raza aria, raza semita*). Esta autora se refiere al “grupo humano extenso en el que se pueden distinguir caracteres que lo hacen homogéneo y distinto de otro y que se transmiten por herencia” (*raza germánica, raza latina*). En una segunda acepción reitera la noción de casta o linaje que ya habíamos referido, y como ejemplo presenta la frase: *No desmiente su raza*.

En la actualidad, esta definición ha planteado un intenso debate en las Ciencias Sociales. Según autores como Gannon (2016) e Hita (2017), se trata de una categoría de tipo cultural, de un constructo elaborado a partir del colonialismo del siglo XIX. Para Gauvard y Sirinelli (2015), el concepto de raza ha sido “un engendro científico intelectual y político mayor desde los siglos XIX y XX europeos y occidentales”, con base en la idea de distinguir a los seres humanos según los caracteres que pertenecen a su fenotipo (color de la piel, textura de los tejidos dérmicos, entre otros rasgos). No obstante lo anterior, debemos señalar la existencia de una discusión en este sentido. Según Wade (2017), para 1985, el 50% de los antropólogos biológicos y el 70% de los biólogos conductistas admitían la existencia de razas dentro de la especie humana. Planteamientos como los de Andreasen (2000) y Pigliucci y Kaplan (2003) sugieren nuevas formas de definir esta categoría desde una perspectiva cladística, es decir, a partir de grupos integrados por ancestros comunes. En el presente documento, conscientes de que su demostración biológica ha sido reiteradamente refutada (Obach, 1999; Thompson, 2006), y en concordancia con González (2018), nos adscribiremos a la noción de *raza* desde una perspectiva cultural, es decir, como un constructo social y no una realidad genética que de alguna manera pudiese determinar capacidades o comportamientos.

En México, en términos políticos y literarios, durante las primeras décadas del siglo XX, aparece el concepto de raza muy ligado al de identidad



nacional. Amado Nervo (1902), en su poema *La raza de bronce. Leyenda heroica*, escribe:

Señor, deja que diga la gloria de tu raza,
la gloria de los hombres de bronce, cuya maza
melló de tantos yelmos y escudos la osadía

[...]

Yo hice grande la raza de los lagos,
yo llevé la conquista y los estragos
a vastas tierras de la patria andina.

José Vasconcelos (1925) retoma el concepto de la *raza de bronce*, de Amado Nervo y le llama la *raza cósmica* a un grupo humano que corresponde al mestizaje en América Latina. El mismo intelectual fue el creador del lema de la Universidad Nacional Autónoma de México *Por mi raza hablará el espíritu*, frase que parece relacionarse al mismo tiempo con el linaje que con la denominación étnica. Como ha sido señalado por Sotero (2020), consideramos oportuno precisar que, más allá del trabajo de Vasconcelos a favor de la cultura y la educación nacional, subyace en este personaje una faceta caracterizada por su adscripción al racismo de las primeras décadas del s. XX en Europa, que culmina con el régimen nazi en Alemania y el fascista en Italia. Su antisemitismo no sólo es evidente, sino también su desprecio por los afrodescendientes y los pueblos originarios que integran una parte muy importante de la población mexicana. Vasconcelos consideraba que, en México, lo indígena era un lastre para el progreso del país y en su criterio prácticamente eliminaba la incidencia de este grupo étnico en la historia nacional.

Por otro lado, una revisión al estado de la cuestión sobre el *ser raza*, nos permite decir que han sido relativamente pocos los abordajes que han discutido esta expresión desde su uso social y sus sentidos asociados en el norte de México. La mayor parte de los trabajos encontrados (Giménez, 2009;



Rodríguez, 2013; Homann, 2018; Valenzuela, 2019) han sido hechos en torno a la identidad como fenómeno transfronterizo. Enseguida presentaremos un conjunto de antecedentes en los que hemos hecho un recuento, primero, desde una perspectiva cultural-identitaria, para luego irnos aproximando a su empleo como sustantivo colectivo.

Desde un punto de vista cultural, Giménez (2009) se refiere a diversos aspectos que contribuyen a la construcción de la identidad en la franja fronteriza, y habla de diversas *formas culturales* que son interiorizadas por los sujetos. Para este autor, lo anterior implica un conjunto de sentidos que son ampliamente compartidos y relativamente duraderos al interior de un grupo que, aunque puedan haber surgido en un espacio concreto, con frecuencia suelen ser trasladados a contextos más amplios.

Estos elementos culturales -sugiere el autor- dan lugar a la configuración de identidades regionales que conducen a diversas formas de distinción. Aunque Giménez (2009) no se refiere explícitamente a la lengua en su trabajo, consideramos evidente que se trata de uno de estos elementos culturales a partir de los cuales se manifiestan las identidades. En particular, el *habla*, en el sentido que le da De Saussure (1945), puede ser ubicada como parte de los *atributos particularizantes* que Giménez propone en el entorno de lo fronterizo sobre lo identitario.

Sin plantear explícitamente a la noción de *ser raza*, otros trabajos han abordado el asunto de lo expresivo y su relación con las identidades colectivas en el norte de México. Desde una perspectiva lírica, Homann (2018) ha trabajado el papel que han jugado los corridos (desde los revolucionarios hasta los narcocorridos) en la construcción de una identidad grupal que, en esta región, plantea la existencia de lo *nuestro*, como un sentido performativo que es compartido. En Rodríguez (2013) se presenta una reflexión sobre las formas en que la identidad es simbólicamente construida en la región fronteriza en el contexto de los trabajadores mixtecos transmigratorios. Este autor destaca el papel que juega la práctica discursiva, como una forma de adaptación cultural que da lugar a la reproducción lingüística como una manifestación de autoafirmación comunitaria.



Valenzuela (2019) emplea el término de *habla fronteriza*, para referirse a formas particulares de expresión que se integran en estos contextos, y que forman parte de la dimensión performativa de la identidad como proceso de distinción. Una búsqueda desde esta noción, nos permite identificar que en México ha sido trabajado en torno a asuntos como la narco cultura (Arreola y Sánchez, 2019) y el habla de Baja California (Lázaro, Arreola y Tánori, 2020), donde destaca la incorporación de anglicismos. Sin tener un sentido particularmente fronterizo ni tocar la expresión *ser raza*, los trabajos de Flores (2014, 2017 y 2019) en torno al habla en Monterrey, tienen una relevancia especial, en función de la cercanía geográfica⁴ con el lugar donde fue realizado nuestro trabajo.

En el conjunto de antecedentes que sí han mencionado el uso de la palabra *raza* desde una dimensión identitaria colectiva, como sugieren la mayor parte de las fuentes consultadas (Chávez, 2002; González, 2018), reafirmamos que el *ser raza* es un sentido que se construye en lo transfronterizo. Como González (2018) narra, el término parece empezar a ser empleado en Texas luego de su anexión a los Estados Unidos a mediados del s. XIX, para agrupar a quienes teniendo un origen mexicano, quedaron de aquel lado de la frontera.

Valenzuela (2012), por su parte, considera que la alusión de raza como sinónimo de *nuestro pueblo* se usó ampliamente durante la guerra contra los Estados Unidos (1846-1848). Señala algunas publicaciones mexicanas como *El Clarín*, *El Clamor Público* y *La Estrella de Los Ángeles* las cuales hicieron uso el concepto de raza para convocar a la resistencia.

Más tarde, durante la Revolución Mexicana, su uso se extendió en el sur de los Estados Unidos y la zona norte de México, como un sustantivo colectivo asociado un sentido de nacionalismo⁵ (Sato, 2006), anclado en la narrativa histórica de personajes como Cuauhtémoc, Hidalgo, Juárez y Madero (González, 2018). Sin embargo, en ocasiones su acepción es más

⁴ Monterrey, capital del estado de Nuevo León, se ubica a 65 km al noreste de Saltillo, capital del estado de Coahuila. En ambas ciudades se comparten una gran cantidad de términos y expresiones.

⁵ Según Sato (2006), una contribución relevante en esta narrativa partió de posturas racistas y xenófobas, entre las que destaca la ya mencionada obra de José Vasconcelos *La Raza Cósmica*, además de movimientos como el *Comité Por-Raza* (parte del Partido Revolucionario Institucional) y la *Liga Anti-china y Anti-judía*.



amplia; por ejemplo, mientras que en muchas ocasiones se limita a personas de ascendencia mexicana, en otros contextos se puede extender a todos los hispanohablantes latinoamericanos (Comas-Díaz, 2001).

Para los mexicoamericanos, la palabra pasó de tener un significado fundamentalmente identitario durante las décadas de 1930 y 1940, para inscribirse también en lo político, a partir de la década de 1960, en el contexto de la lucha por los derechos civiles (González, 2018). Una parte de este movimiento social se agrupó alrededor de *La Raza Unida Party*, partido político surgido a principios de 1970 en Texas (Chávez, 2002), como una alternativa a los tradicionales partidos Demócrata y Republicano, con César Chávez como uno de sus principales líderes (Comas-Díaz, 2001). Esto es parte de una propuesta que buscó un reposicionamiento de las minorías de origen mexicano ante la hegemonía de los *gringos* y *gabachos* (Lomnitz, 2010), es decir, de los estadounidenses blancos, anglosajones y protestantes (González, 2018), como una operación de distinción identitaria (Giddens; 1997; Giménez, 2000): *nosotros (la raza)* y los *otros* (los estadounidenses blancos).

En todo caso, en el habla cotidiana, la *raza* simboliza al pueblo (Chávez, 2002) y como sugieren Young (1994) y González (2018), en el pasado fue usado en oposición al término de *gente decente*, que tuvo un carácter tanto racial como de clase. Así, la *raza* suele denotar más bien un sentido de pertenencia asociado a lo popular. En concordancia, la Academia Mexicana de la Lengua señala que, cuando el término es empleado de forma despectiva, significa “Pueblo de bajo estrato sociocultural” (2014). En un sentido semejante, en su obra *Picardía Mexicana*, Armando Jiménez (1996) indica que la palabra equivale a un grupo de “vagabundos, ociosos”.

Como ya habíamos adelantado, los antecedentes son relativamente limitados en torno a esta cuestión. Más allá de lo que ya hemos referido, no nos fue posible identificar otros trabajos que hayan partido del estudio de la expresión *ser raza* en la actualidad. Así, una de las aportaciones del presente trabajo se ubica precisamente en este aspecto: brindar una mayor comprensión sobre los sentidos identitarios asociados a dicha locución, en este caso, en estudiantes ubicados en Saltillo, Coahuila, en el noreste de México.



3. Identidad colectiva regional y raza en el norte de México

En el apartado que desarrollaremos enseguida, hablaremos de la noción dada por la identidad, centrándonos posteriormente en su dimensión social y colectiva. Luego, hablaremos sobre el término *raza* y su empleo en el norte de México, como contexto al trabajo de campo realizado con estudiantes saltillenses.

3.1. Identidad

Una de las más remotas referencias al concepto de identidad, por parte de la Real Academia Española aparece en el *Diccionario de Autoridades* (1964),⁶ donde se señala que la palabra es de origen latino: *identitas* y que significa la “Razón, en virtud de la cual son una misma cosa en la realidad, las que parecen distintas” (Vol II, p. 203). Corominas (1954) precisa la etimología del término al afirmar que *identidad* viene del latín tardío *identitas*, derivado artificial de *idem*, formado según el modelo de *ens* ‘ser’ y *entitas* ‘entidad’, y de ahí se derivan palabras como idéntico, identificar, identificable e identificación (p. 986).

La misma idea en general tiene lugar en otras lenguas, como el francés. En efecto, Lamizet y Silem (1997) indican que la palabra *idéntité* viene del latín clásico *idem*, “el mismo, lo mismo”, y reseñan a Voltaire quien en su *Diccionario Filosófico* (1764) señala que significa *misma cosa*, *mismedad*. Gauvard y Sirinelli afirman que el término identidad califica la propiedad de aquello que es idéntico y que la palabra, hasta el fin de la Edad Media no perteneció al vocabulario de la sociedad sino de la lógica. Es a partir del periodo moderno cuando se aplica a las personas y a sus características. Esta evolución puede ser considerada como el reflejo de la transformación de la relación entre el individuo y el grupo, ya que en la Edad Media las identidades se construían en base a la articulación de las pertenencias múltiples de los individuos.

⁶ Que, recordemos, es una obra original de inicios del s. XVIII.



Por su parte, Molinier (2016) define la identidad, en la cuarta acepción del término, como el “Conjunto de rasgos psicológicos, sociales, ideológicos, etc., que caracterizan a una persona o colectividad y con los que estas se reconocen a sí mismas” (p. 1386). La *identidad*, según Alonso (1981), es la “calidad de idéntico” e idéntico significa que es lo mismo o muy semejante a otra cosa.

El concepto de *identidad* tiene que ver con *igualdad*, no sólo en desde el punto de vista semántico sino también semiótico. Así, Lázaro (1967) en su *Diccionario de Términos Filológicos* indica que el termino *identidad* para Saussure en especial designa la “igualdad de un elemento consigo mismo, aun en circunstancias muy diversas” (p. 227).

Según Gauvard y Sirinelli (2015), el término de identidad es polisémico y difuso, y define la calidad de los individuos o de los grupos, sin importar sus características intrínsecas. La identidad es todo aquello que singulariza al individuo, lo que lo caracteriza en su individualidad pero que lo asimila a la comunidad a la cual pertenece. La identidad designa a quienes son idénticos, califica la conformidad a un grupo. Así, el hecho de compartir las características comunes funda las identidades colectivas. La identidad se construye a través de la autopercepción (o sentimiento de identidad) es decir la forma cómo los individuos se piensan y se perciben, para distinguir la manera en la que se definen, cómo se dan a ver y cómo se representan ante el otro.

Gauvard y Sirinelli (2015) agregan que las identidades son múltiples, multiformes y plurales. Se modifican en función del contexto y de la trayectoria biográfica de los individuos, su edad y su historia. De esta manera, las identidades no son naturales ni definidas, sino construidas, incorporadas y constantemente manipuladas por las mismas personas. Ellas pueden inventarlas, apropiarlas, reivindicarlas, asumirlas, interiorizarlas, disimularlas o incluso rechazarlas.

3.2. Identidad social e identidad colectiva

Existe una gran cantidad de perspectivas desde las que se ha abordado el concepto de identidad social. A partir de Giddens (1997), Giménez (2000),



Mead (2009) y Hall (2010), es posible decir que se trata de procesos de distinción que tienen lugar a partir de la interacción, que parten de aquellos atributos que nos hacen reconocibles (que son tanto físicos como ideológicos), tanto ante los demás, como desde nuestras propias auto concepciones. La pertenencia a diversos grupos de los que se interioriza un conjunto de significantes simbólicos (Giménez, 2000) forma parte también de esto, lo que incluye maneras particulares de hablar, tanto en términos y regionalismos, como acentos.

Como afirman Lamizet y Silem (1997) la identidad social es el conocimiento que tiene un individuo de su pertenencia dentro de uno o varios grupos sociales o territoriales, como un país, ciudad o región, y la significación emocional y evaluativa que resulta de ello. El sentimiento de inclusión a un grupo frecuentemente lleva a exagerar las diferencias en relación con los individuos de otros grupos y a minimizar las diferencias entre individuos de un mismo grupo. Así, la identidad es una adaptación del individuo a la sociedad, a través de la cual el sujeto aprende a reconocer su lugar y a comprender las reglas del juego social. La identidad implica una apropiación de valores, de manera que es producida por aprendizaje social.

El concepto de identidad colectiva, señalan Lamizet y Silem (1997), es posterior a 1968 y resulta de la interrogación de investigadores sobre los movimientos sociales y los fenómenos de crisis. La identidad colectiva puede ser vista desde un ángulo cultural, social o étnico. Ella forma la unidad de un grupo, es subjetivamente vivida y percibida por los miembros de éste; se define por oposición al otro (en general) y como diferente a los otros (grupo). La identidad colectiva se construye a través de un sistema de representaciones en el cual se oponen rasgos negativos (a evitar) y rasgos positivos (propuestos por el grupo, como modelo ideal). Este último constituye una suerte de núcleo defensivo, que con frecuencia genera actitudes etnocentristas, a veces con cargas extremas como el patriotismo, el nacionalismo o el chauvinismo.

La identidad colectiva es producida y activada por las identidades individuales. La construcción de una identidad tiene un carácter relacional y dinámico. Los actores sociales (individuo o grupo) disponen de cierto margen de maniobra frente a las divisiones institucionales. El individuo puede en



cierta medida escoger su grupo de pertenencia o de referencia (Lamizet y Silem, 1997).

3.3. Identidad norteaña

La identidad en el norte de México históricamente ha sido construida a partir de la interrelación de factores geográficos étnicos y sociales, y ha sido objeto de una dinámica particular desde tiempos prehispánicos. En principio los indígenas originarios de esta región, los chichimecas, eran cazadores-recolectores, lo que les llevaba a mantener un estilo de vida muy diferente al de las culturas mesoamericanas, asentadas en ciudades, fenómenos que a estas últimas les permitieron ser, hasta cierto punto, más asimilables a la cultura occidental. Los grupos aborígenes del norte mantuvieron un constante enfrentamiento con los europeos durante siglos XVI y XVII y estos *bravos bárbaros gallardos* como les llamó el soldado cronista Alonso de León fueron al final, prácticamente exterminados.

En particular, la identidad del noreste⁷ se fue construyendo entonces no bajo el esquema de un mestizaje entre los europeos con los indios nativos de la región, sino mediante la mezcla de los occidentales con indígenas provenientes del centro de la Nueva España, principalmente tlaxcaltecas, además de negros traídos del sur de África para trabajar como esclavos y, en una pequeña medida a partir del siglo XVIII, con indígenas provenientes del sur de Estados Unidos, como los comanches y los apaches-lipanes. Esta amalgama permitió la construcción de identidades colectivas, de las cuales en la actualidad algunos rasgos permanecen a nivel simbólico, como un sentido particular de pertenencia. En ese mismo plano el imaginario de la fortaleza del carácter en el escudo de Saltillo se lee “Tierra rica, hombres fuertes clima benigno”; al igual que en la región de la Laguna⁸ se escucha comúnmente la frase “vencimos al desierto”. En consonancia con las dificultades históricas

⁷ Especialmente en el estado de Coahuila.

⁸ Región integrada por territorios colindantes de Coahuila y Durango, en la que se asientan los municipios de Torreón, Matamoros, San Pedro de las Colonias, Francisco I. Madero y Viesca, en esta primera entidad; y en Durango: Gómez Palacio, Lerdo, Tlahualilo, Mapimí, San Pedro del Gallo, San Luis del Cordero, Nazas, General Simón Bolívar, San Juan de Guadalupe, Cuencamé, Peñón Blanco, Santa Clara, Rodeo, Hidalgo e Indé.



del paisaje y los enfrentamientos con los grupos aborígenes la ciudad de Monclova ha sido conocida como “El Ave Fénix” por considerar que la población resurgió de sus cenizas en distintos momentos por el hecho de haber sido refundada en diversas ocasiones durante el periodo virreinal.

Como ya hemos adelantado en apartados anteriores, a partir de 1848 el desmembramiento del territorio norte del México al concluir la guerra entre México y los Estados Unidos (1846 -1848) provocó, según algunos historiadores, el surgimiento de una identidad nacional. En el caso particular de los estados norteros, los cuales a partir de la guerra resultaron fronterizos, hubo de configurarse una identidad particular, una forma de concebirse a ellos mismos en relación, ya no a los antiguos enemigos, los llamados *bárbaros*, sino los vecinos anglosajones con otro idioma, por lo general otra religión y un estilo de vida también diferente.

En el norte existen términos particulares que denotan esa identidad que se fue reconfigurando a partir de la segunda mitad del siglo XIX. Entre los habitantes de las zonas fronterizas son comunes los conceptos como *el Río* para referirse al Río Bravo, *la Línea* para referirse a la frontera entre Chihuahua, Sonora y Baja California, con sus respectivos estados vecinos de la Unión Americana. Existen además conceptos que identifican a ciertas personas que han quedado del otro lado del límite nacional o que han migrado a los Estados Unidos con el fin de mejorar su nivel de vida y que intentan adaptarse al estilo estadounidense como el *pochó*. El pochismo, según la particular visión de Vasconcelos, (citado por Valenzuela, 2012) significaba “la estrechez de miras de quienes priorizaban un primitivismo norteamericano y participaban en la disolución o la destrucción de la cultura latinoespañola”. Otro concepto comúnmente utilizado es el de *whitexicans* para indicar a quienes niegan su origen mexicano para asumir una pretendida identidad estadounidense. Por su parte la palabra *pachuco*, define a alguien que se resiste a abandonar su identidad nacional original. En este sentido el emblema fronterizo fue el actor y cantante Tin Tan entre las décadas de 1930 y 1960, caracterizado con un vestuario típico y un lenguaje plagado “de anglicismos, neologismos y reciclaje de palabras antiguas” diferente al utilizado en el centro del país.



Existen también palabras como *yanqui*, *gringo* o *bolillo* para identificar a los vecinos de la Unión Americana. La palabra yanqui se empleaba en México para designar a los estadounidenses desde el siglo XIX, al igual que gringo, término derivado de griego (*hablar en gringo* significaba *hablar en griego*, es decir una lengua que no se comprende). Ya desde la segunda mitad del siglo XX la palabra bolillo se empleó para referirse a los americanos, por semejar el color de su piel al del pan blanco.

3.4. La *raza* en el norte de México

En esta región, la palabra suele referirse a un grupo de amigos con el que se identifica una persona, sin connotación de supremacía étnica. Este significado es también señalado en el Diccionario del Colegio de México (2011) que en su acepción número cinco reza: “Conjunto de familiares o amigos”. Lo anterior coincide con lo señalado por González (2018), así como el sentido de un *nosotros* encontrado por Lomnitz (2010) y González (2011).

Según Valenzuela (2012) en la región fronteriza la *raza* “demarca las fronteras con la cultura anglosajona dominante”.

De manera coloquial también se refiere a un conjunto de personas de manera indistinta. En Coahuila la expresión *¡Ah raza!* es una interjección coloquial que se emplea ante un hecho sorprendente o de alguna forma notable. De manera similar, *¡Pa’ la raza!* es una expresión coloquial festiva que, en los juegos de beisbol en Saltillo, suelen decir los espectadores cuando el bateador, al golpear la pelota la manda de *fault* a donde está el público, como forma afectiva de decir *para la gente*. También en ese deporte se dice *raza de sol* para referirse a los asistentes que están en la sección más económica, a diferencia de la zona de sombra. De esta manera, en estas últimas dos expresiones se establece una diferencia entre aquellos que son iguales e indiferentes, y que pueden pertenecer a clases sociales relativamente bajas, respecto a los demas.

El experto en historia cultural del siglo XX, José del Bosque⁹ señala que el cantante de música popular del noreste, Eulalio Gutiérrez *El Piporro* se

⁹ En entrevista personal sostenida con Carlos Recio, el 18 enero 2023.



constituyó como un divulgador de la expresión *raza* en la acepción utilizada en el noreste del país, debido a que sus canciones utilizaban este término ya fuera como un remate en ciertas versificaciones al expresar “¡Ajúa raza!” o como parte de los diálogos en ciertas interpretaciones. Así por ejemplo en el corrido de *Rosita Alvirez* cuando Hipólito se encuentra en la cárcel por haber asesinado a la joven a quien pretendía y alguien le preguntan “¿Algún encargo?”, Hipólito responde “¡Me traen cigarros, raza!”. Aquí entonces la palabra *raza* es utilizada como sinónimo de iguales, de amigos, de una manera indistinta.

La frase “¿qué pasó raza” es utilizada como un gesto de interreconocimiento, señala Valenzuela: “La raza alude a lo nuestro y a los nuestros, a la conformación de límites de la adscripción cercanos donde sólo caben los amigos” (2012). Y considera que el actor y cantante Piporro dio una dimensión afectiva el concepto como expresión incluyente que convoca al trato informal relajado, ambicioso y vacilador.

4. Método

Con la intención de constatar el empleo actual de la palabra *raza* en un grupo de estudiantes en Saltillo, nuestra aproximación cualitativa ha supuesto el uso de varias herramientas y técnicas metodológicas. En primer término, la identificación de la palabra *raza* que hemos presentado en apartados anteriores, parte de una recopilación hecha en torno a diversas expresiones características del norte de México (Recio, 2022)¹⁰ de la que, para el presente trabajo, se ha hecho una selección de términos que denoten un sentido colectivo de identidad. La revisión histórica sobre las definiciones que ha tenido esta palabra permite establecer un referente sobre los sentidos posibles que tiene en el entorno cultural que se ha decidido estudiar.

Una vez hecho lo anterior, se realizó un sondeo en un grupo de estudio según la propuesta de Mason (2002), no representativo y no probabilístico de

¹⁰ Este trabajo implicó una observación hecha por Carlos Recio a lo largo de más de dos décadas de la tradición oral en la vida cotidiana, así como de la consulta de fuentes que abarcó tanto de tipo periodístico de esta región, como obras dispersas que recopilan distintas expresiones locales.



estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila, que nos permitiera acercarnos a los sentidos que se encuentran presentes en estas personas participantes, en relación con tal término, en tanto sustantivo colectivo. Se trata de una selección por conveniencia que permite identificar esto en una muestra conformada por jóvenes. Con base en Gobo (2004), este grupo permite el estudio del fenómeno que se plantea, en tanto personas que pertenecen al contexto cultural que ha sido definido. En otras palabras, conocen y emplean habitualmente de dicha manera la expresión *raza*. Es, por lo tanto, un diseño metodológico de tipo inductivo exploratorio, con base en el estudio de un caso emblemático, que pretende atraer la atención hacia una forma de expresión que, como ha demostrado la revisión del estado del arte, no ha sido estudiada anteriormente en lo local.

Así, en este ejercicio participaron seis estudiantes inscritos en la materia de Investigación de la Comunicación I, tres hombres y tres mujeres, de entre 18 y 20 años, a quienes se les explicó el objetivo del sondeo y de quienes se obtuvo su consentimiento informado, antes de aplicarles una entrevista semiestructurada individual,¹¹ según lo planteado por Sierra (1998). Los tópicos alrededor de los cuales se llevó a cabo giraron en torno a quién *es raza*, quién *no lo es*, qué características están asociadas a quienes *son* y no *son*, así como las emociones relacionadas a estar con *su raza*.

Con base en el *muestreo teórico* como es propuesto por Corbin y Strauss (2015), a partir de estas entrevistas fueron identificados dos aspectos que requerían de mayor seguimiento y cuya posterior resolución metodológica estuvo dada por un grupo de discusión (Canales y Peinado, 1999). Estos dos ejes de indagación fueron la edad y nivel socioeconómico de las personas que, en la percepción de los sujetos participantes, empleasen con más frecuencia la expresión *ser raza*. Este grupo de discusión¹² estuvo integrado por una mujer y cinco hombres de la misma asignatura, que fueron seleccionados

¹¹ Las entrevistas fueron aplicadas entre el 7 y el 14 de noviembre de 2022.

¹² El grupo de discusión fue realizado el 23 de noviembre de 2022.



por no haber participado en las entrevistas previas.¹³ A partir de una técnica proyectiva (Bradley, 2013) consistente en el detonante: *Imaginen que acaban de escuchar a una persona decir: “¿Qué pasó raza?!”*, se pidió a las personas participantes debatir sobre: 1) Qué edad podría tener esta persona y 2) En qué supermercado creen que realiza sus compras. Mientras que el primer reactivo es explícito, el segundo fue planteado como un indicador indirecto sobre el nivel socioeconómico. La escala de medición de este último indicador fue establecida de la siguiente manera, con base en aspectos como la ubicación¹⁴ de los supermercados y su nivel promedio de precios:

Tabla 1: Escala de valores para la medición de nivel socioeconómico

Nivel socioeconómico	Supermercados
Alto y medio-alto	Fresh-Market (San Patricio), H-E-B (San Patricio), Walmart (Galerías y San Patricio)
Medio	H-E-B (Nogalera y Plaza Real), WalMart (Reforma), Soriana (San Isidro)
Medio-bajo y bajo	Soriana (resto de sucursales), ALSúper, Merco, Bodega Aurrerá

Fuente: elaboración propia

5. Resultados

El sentido general encontrado en las personas participantes en las entrevistas en relación con el término *ser raza* es positivo y se encuentra asociado a ideas como amistad y compañerismo. Incluso, hubo para quienes tuvo un significado más íntimo relacionado con la familia: *tus mejores amigos, tu familia* (Hombre

¹³ El desbalance en la proporción en el sexo de las personas participantes se debió precisamente a esta condición. Al momento de solicitar la participación voluntaria en el grupo, sólo había una mujer que no había sido entrevistada previamente.

¹⁴ En Saltillo las zonas con personas que típicamente tienen mayor nivel de ingresos suelen ubicarse al norte: San Patricio, San Isidro, etc. Plaza Galerías está ubicada también en esta zona.



1). Alguien que *es raza* es una *buena persona* (Hombre 3), alguien que es *chido* (Mujer 2).

Al profundizar en esta forma de entender a quién *es raza*, en el grupo de personas participantes fue posible observar un conjunto de atributos entre los que destacan: ser *extrovertido* (Mujer 2), que *está en ambiente con los demás* (Hombre 3), que es *sociable* (Hombre 2), que tiene sentido del humor (Hombre 1, Mujer 1). Estar con la *raza* significa la posibilidad de ser uno mismo, de expresarse con libertad (Mujer 3) y confianza (Mujer 1), de dar y recibir consejos (Mujer 1) y apoyo (Hombre 1, Hombre 3, Mujer 1). Cuando el concepto de *ser raza* es asumido desde la misma persona entrevistada, se suman otras características personales como: *alegre, fiestero* (Hombre 1), *aliviado y buena persona* (Hombre 3), ser una persona *abierta* (Mujer 3).

Las expresiones recogidas en torno a la idea de *ser raza* como colectivo sugieren un espacio cercano de libre expresión, solidaridad y amistad. La socialización parece ser esencial en la identificación sobre quién *es raza*, especialmente cuando se manifiesta como una relación inclusiva: *mi raza, nuestra raza*.

El *otro* es el que no *es raza*, es quien está fuera, quien no es parte del *nosotros*. Alguien así, *no comparte tu humor, no comparte tu punto de vista* (Hombre 1); *no es sociable, no es amigable, o no se junta con nadie, no se junta con la raza* (Hombre 2); *alguien más como cerrado, más serio, o sea, como que no es llevado con los demás* (Hombre 3); *que es mala onda, que no sabe convivir, que no se incluye en los grupos, que es antisocial* (Mujer 1); es alguien que *se porta de manera cerrada, que no se suma a los demás* (Mujer 2), alguien que *se siente que es un extraño* (Mujer 3).

Como es posible observar, la otredad en relación con la *raza* es un asunto que se concibe esencialmente desde lo social, a partir de una exclusión que es mayoritariamente percibida desde la falta de voluntad o la inhabilidad de ese *otro* para integrarse. El extraño adquiere así una dimensión colectiva que se opone al grupo de pertenencia: no es de los *nuestros*, no *es raza*.

A pregunta expresa, en el grupo de personas entrevistadas, el sexo no parece tener incidencia alguna en *ser raza*: hombre y mujeres pueden *ser raza* sin distinción. En cuanto al origen socioeconómico, las opiniones estuvieron



divididas. Para la Mujer 2, la diferencia entre *ser raza* o no, puede ser un asunto de clase social: *en sectores de la ciudad que son de gente de más dinero, esa clase de sectores tienen una diferente clase de convivencia con las otras personas*. Para la Mujer 3, en torno a esta misma variable, el asunto más bien radica en el uso mismo de la palabra: *tal vez la posición social que alguien venga de algún rango más arriba, no sé una persona rica [...] que no diga raza sino “amistad”, “compañero”*. Para el Hombre 1, el otro en términos de la *raza*, tiene más bien una relación geográfica: *principalmente creo que los del norte [del país] somos los más razas*.

Esta dimensión económica sobre el *ser raza* fue explorada en el grupo de discusión descrito en el apartado metodológico. El consenso al que se llegó fue que una persona que usa esta expresión corresponde a un nivel socioeconómico medio-bajo/bajo. En lo que tiene que ver con la edad, el grupo coincidió en que, aunque es una frase que puede ser usada por personas de todas las edades, en general es más frecuente en personas en el grupo de 35 – 60 años.

6. Discusión y consideraciones finales

En el habla coloquial del norte de México la palabra *raza* implica entre los miembros de una determinada comunidad compartir características más allá de las étnicas, para centrarse en las ocupaciones, intereses, afectos, que se mantienen por lo general en grupos de situaciones económicas y sociales semejantes. El viraje semántico del concepto, en relación con el uso histórico que se ha relacionado con las características étnicas, lleva a un uso en tono distante de la idea de superioridad y de discriminación y se orienta a la empatía entre quienes se consideran iguales, en una atmósfera de camaradería. Aquí, entre *la raza* no hay una obligatoriedad en los roles, se trata de una serie de relaciones amistosas y afables sin más compromiso que el de participar en actividades lúdicas o de apoyo en aspectos que no resultan fundamentales.

El sentido de *la raza* no se relaciona con la definición clásica de nobleza que fue encontrada en la revisión lingüística que hemos realizado; los integrantes del grupo no deben actuar de manera *virtuosa* como se esperaría



al tratarse de una conducta heredada de los ancestros. No es preciso que el individuo proceda conforme a las exigencias de su línea genética, ni que su conducta sea gobernada en función a las de sus antepasados, sino actuar en las líneas de acción que los miembros de su propio grupo social, *su raza*, determinan y en las cuales el mismo sujeto individual participa.

En términos de lo planteado en el apartado conceptual, podemos decir que los usos de la palabra *raza* como colectivo en el norte de México, es parte de las formas culturales transfronterizas descritas por Giménez (2009). En efecto, los sentidos que hemos descrito en los antecedentes son ampliamente compartidos y más o menos estables y duraderos en la región, al menos durante los últimos 50 años. Su surgimiento tuvo lugar en una zona caracterizada por muy complejos intercambios culturales que han sido producto tanto de las reconfiguraciones territoriales del s. XIX, como de los crecientemente intensos flujos migratorios durante el s. XX y lo que va del XXI. Incluso, como es sugerido en la entrevista con José del Bosque, nos encontramos ante un fenómeno cultural que se cruza con lo mediático, plano que contribuye a fijarlo y ampliar su alcance.

Los campos semánticos de *raza* que encontramos en los resultados pueden ser agrupados en dos conjuntos: 1) los que se refieren al sustantivo colectivo originalmente buscado en la estrategia metodológica y 2) como adjetivo asociado a una persona o grupo. En relación con esta primera acepción, el significado y el uso entre las personas participantes en los ejercicios de levantamiento de datos realizados, coinciden con lo encontrado en la búsqueda de antecedentes. Desde una perspectiva ubicada en la identidad colectiva, como fue planteado con base en Gauvard y Sirinelli (2015), la expresión opera como una asimilación a la comunidad de pertenencia. Tal asociación fue acá expresada en términos de grupos cercanos: amigos y familia. Sin embargo, como también fue manifestado, esto puede extenderse con lo que ya decíamos al inicio de estas reflexiones finales: se es *raza* en función de lo compartido, ya sea grupo de edad, compañeros de escuela o trabajo o incluso en términos territoriales.

En función de esto último, con base en lo que revisamos en torno a Lamizet y Silem (1997), la locución opera también como una práctica de



distinción: quién es *raza* y quién no lo es; tanto en lo inmediato, como en dimensiones geográficas más remotas. Por ejemplo, para quienes habitamos en la República mexicana resulta evidente que este uso de la palabra *raza* en el norte de México, es funcionalmente equivalente al de *banda*, en la región central del país; especialmente en la Ciudad de México. Los sentidos identitarios de pertenencia regional encuentran en estos dos términos formas concretas de expresar el plano territorial y su interiorización como referente de significados. Aunque *ser raza* pueda ser equivalente a *ser banda* en lo colectivo, en cada caso el espacio de correspondencia es particular y de ninguna forma intercambiable como operación de distinción.

En todo caso, esta primera acepción colectiva guarda una estrecha relación con la segunda, es decir, con su empleo como adjetivo. El que es *raza* se distingue de quien no se porta así, en función de las ya mencionadas prácticas de apoyo, solidaridad, socialización, fraternidad y, en algunos casos, hasta complicidad. La implicación alude a un grupo al que se debe u orientan estas acciones. Es ahí donde se ubica el colectivo que da sentido al adjetivo.

Uno de los objetivos del presente trabajo era verificar la forma en que el actual empleo del término, al menos en el grupo estudiado, pudiera dar indicios sobre una posible evolución de sentidos en relación con lo referido en los antecedentes; desde la anexión de California, Arizona, Nuevo México, y parte de Texas,¹⁵ Utah, Nevada y Colorado con el tratado de Guadalupe Hidalgo en 1848, que escindió no sólo el territorio, sino al pueblo y la concepción de sí mismo; hasta el movimiento de lucha por los derechos civiles de los *chicanos* en la década de 1960 y el Piporro exclamando *¡Ajúa, raza!* en producciones cinematográficas cercanas a esa misma época. Lo que encontramos finalmente es que su esencia persiste.

Como adelantábamos, en esta praxis lingüística del norte de México, la *raza* no necesariamente tiene que ver con la genética o con cualquier falacia racista y otrificadora. Se trata de una expresión que denota una identidad

¹⁵ Una parte de Texas ya había sido anexada a Estados Unidos desde 1845, de manera que con el Tratado de Guadalupe Hidalgo se anexó únicamente el territorio entre los ríos Nueces y Bravo, es decir la parte sur de Texas.



colectiva, la pertenencia a un grupo primario de referencia, con quien se puede ser uno mismo. Sí, ser parte del *relajo* y la *botana*,¹⁶ pero, cuando se requiere, también confiar lo más íntimo. Es ahí donde, como lo expresó uno de los estudiantes participantes, *se siente la vibra de “ser raza”*.

7. Referencias

- Academia Mexicana de la Lengua. (2014). *Diccionario de Mexicanismos*. Siglo XXI Editores.
- Alonso, M. (1981) *Diccionario del español moderno*. Aguilar.
- Andreasen, R. O. (2000). Race: Biological reality or social construct? *Philosophy of Science*, 67, S653-S666. <https://doi.org/10.1086/392853>
- Arreola, R. S. y Sánchez, I. R. (2019). La operación del cartel de Sinaloa y la transformación de la narcolengua en el noroeste de México. *Dialectologia: Revista Electrónica*, 22, 115-132. <https://raco.cat/index.php/Dialectologia/article/view/353487>.
- Bradley, N. (2013). *Marketing research. Tools & techniques*. Oxford University Press.
- Canales, M. y Peinado, A. (1999). Grupos de discusión. En J. M. Delgado y J. Gutiérrez (Coords.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, pp. 287 - 316. Síntesis.
- Chávez, E. (2002). *Mi Raza Primero. Nationalism, Identity, and Insurgency in the Chicano Movement in Los Angeles, 1966-1978*. University of California Press.
- Comas-Díaz, L. (2001). Hispanics, Latinos, or Americanos: The evolution of identity. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 7(2), 115. <https://doi.org/10.1037/1099-9809.7.2.115>
- Corbin, J. y Strauss, A. (2015). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Sage.
- Corominas, J. (1956). *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*. Gredos.
- Correas, G. (1967). *Vocabulario de refranes y frases proverbiales*. 1627. Institut d'Études Ibériques et Iberoaméricaines de l'Université de Bordeaux.
- De Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Ed. Losada.
- Doron, C. O. (2016) *L'homme altéré. Races et dégénérescence (XVIIe-XIXe siècles)*. Champ Vallon.

¹⁶ *Relajo* y *botana* son términos empleados en México para referirse a actos lúdicos de broma y camaradería en los que se participa colectivamente.



- Flores, M. A. (2014) “Ándale, “ándeale” y “órale”. Sus funciones en el habla de Monterrey PRESEEA. En Dermeval Da Hora et alia (org.) *XVII Congresso Internacional de la ALFAL Estudos Linguísticos e Filológicos*, (pp. 1859-1869). IDEIA.
- Flores, M. A. (2017). La atenuación y los marcadores de foco de exclusión en los corpus: PRESEEA-Mty / AMERESCO-Méx.Mty. *Normas*, 7(1), 19-32. <http://dx.doi.org/10.7203/Normas.7.10422>
- Flores, M. A. (2019). Partículas discursivas mexicanas «ándale» y «órale». Sus funciones en el corpus Ameresco-México-Monterrey. En A. Cabedo y A. Hidalgo (Eds.) *Pragmática del español hablado. Hacia nuevos horizontes*, (pp. 15-28). Publicacions de la Universitat de València.
- Gannon, M. (2016). Race is a social construct, scientists argue. *Scientific American*, 5. <https://www.scientificamerican.com/article/race-is-a-social-construct-scientists-argue/>
- Gauvard, C. y Sirinelli, J. F. (2015) *Dictionnaire de l'historien*. Puf; Quadrigue.
- Giddens, A. (1997). *Modernidad e identidad del yo*. Ed. Península.
- Giménez, G. (2000). Materiales para una teoría de las identidades sociales. En J. M. Valenzuela-Arce (Coord.). *Decadencia y auge de las identidades*, pp. 45-78. El Colegio de la Frontera Norte; Plaza y Valdés.
- Giménez, G. (2009). Cultura, identidad y memoria: Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. *Frontera Norte*, 21(41), 7-32. <https://doi.org/10.17428/rfn.v21i41.972>.
- Gobo, G. (2004). Generalizzare da un solo caso? Lineamenti di una teoria idiografica dei campioni. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 45(1), 103-130. <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1423/13200>.
- González, C. (2011). “De la casta a la raza”. El concepto de raza: un singular colectivo de la modernidad. México, 1750-1850. *Historia Mexicana*, 60(3), 1491-1525. <https://historiamexicana.colmex.mx/index.php/RHM/article/view/323>
- González, G. (2018). *Redeeming La Raza: Transborder modernity, race, respectability, and rights*. Oxford University Press.
- Hall, S. (2010). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Envió Editores.
- Hita, M. G. (2017). *Raça, racismo e genética em debates científicos e controvérsias sociais*. EDUFBA.
- Homann, F. (2018). Memoria cultural y constructos de identidad colectiva en los corridos mexicanos: intertextos, motivos y fórmulas en las caracterizaciones de héroes populares. *Verbum et Lingua*, 12(6), 26-44.
- Hurtado, A. y Gurin, P. (1987). Ethnic identity and bilingualism attitudes. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 9(1), 1-18. <https://doi.org/10.1177/073998638703090>



- Izaguirre III, J. G. (2020). *Becoming la raza: Chican@ counterpublicity and rhetorics of the Viet Nam War* [Tesis Doctoral]. University of Illinois.
- Jiménez, A. (1996). *Picardía mexicana*. Ed. Diana.
- Lázaro, F. (1967). *Diccionario de términos filológicos*. Gredos.
- Lázaro, J., Arreola, R. S. y Tánori, Á. R. (2020). Integración metodológica y diseño de la interfaz para el Corpus del Habla de Baja California. En J. M. Molina, P. Valdivia y R. A. Venegas (Eds.). *Congreso Internacional de Lingüística Computacional y de Corpus. Una mirada desde las tecnologías del lenguaje y las Humanidades Digitales. Libro de Resúmenes*, (pp. 152-154). Universidad de Antioquia; University of Groningen.
- Lamizet, B. y Silem, A. (1997). *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Ellipses.
- Lomnitz, C. (2010). Los orígenes de nuestra supuesta homogeneidad: Breve arqueología de la unidad nacional en México. *Prismas*, 14(1), 17-36.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. Sage.
- Mead, G. H. (2009). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist*. University of Chicago Press.
- Molinier, M. (2016). *Diccionario de uso del español*. Gredos.
- Núñez, H. (1555). *Refranes de la lengua castellana*. Salamanca.
- Obach, B. K. (1999). Demonstrating the social construction of race. *Teaching Sociology*, 27(3), 252-257. <https://doi.org/10.2307/1319325>
- Pigliucci, M. y Kaplan, J. (2003). On the concept of biological race and its applicability to humans. *Philosophy of Science*, 70(5), 1161-1172. <https://doi.org/10.1086/377397>
- Real Academia Española (1964). *Diccionario de Autoridades*. Gredos; Biblioteca Románica Hispánica.
- Real Academia Española (1970). *Diccionario de la lengua española*. Espasa-Calpe.
- Recio, C. (2022). *El habla del norte de México. Voces y expresiones*. Vol II, Labýrinthos Editores.
- Rodríguez, R. (2013). *Cultura e identidad en la región fronteriza México-Estados Unidos. Inmediaciones entre la comunidad mexicoamericana y la comunidad transfronteriza*. Eón; UTEP.
- Sato, K. (2006). Formation of La Raza and the Anti-Chinese Movement in Mexico. *Transforming Anthropology*, 14(2), 181-186. <https://doi.org/10.1525/tran.2006.14.2.181>
- Sierra, F. (1998). Función y sentido de la entrevista cualitativa en la investigación social. En J. Galindo (Coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, pp. 277-338. Pearson.
- Sotero, J. E. J. (2020). Racismo y mestizaje en la obra de José Vasconcelos. *La Palabra y el Hombre. Revista de la Universidad Veracruzana*, (53), 45-



48. <https://lapalabrayelhombre.uv.mx/index.php/palabrahombre/article/view/3181/5039>

- Thompson, E. C. (2006). The Problem of “Race as a Social Construct”. *Anthropology News*, 47(2), 6-7.
- Valenzuela, J. M. (2012). *Nosotros. Arte cultura e identidad en la frontera México-Estados Unidos*. Conaculta.
- Valenzuela, J. M. (2019). Transfronteras: la condición fronteriza y los estudios de frontera. En G. Giménez y N. Gutiérrez (Comps.). *Las culturas hoy*, (pp. 51-72). UNAM.
- Wade, P. (2017). Raça: natureza e cultura na ciência e na sociedade. En M. G. Hita (Org.) *Raça, racismo e genética em debates científicos e controvérsias sociais*, (pp. 47-80). EDUFBA.
- Young, E. (1994). Deconstructing La Raza: Identifying the Gente Decente of Laredo, 1904-1911. *Southwestern Historical Quarterly*, 98(2), 227-259.



CAPÍTULO



2



“Donde tú estás, está él”:Expresiones de religiosidad cotidiana en la devoción hacia el Santo Cristo en Saltillo.

Francesco Gervasi



2

“DONDE TÚ ESTÁS, ESTÁ ÉL”: EXPRESIONES DE RELIGIOSIDAD COTIDIANA EN LA DEVOCIÓN HACIA EL SANTO CRISTO EN SALTILLO.

Francesco Gervasi

1. Introducción: el tema, los objetivos y el aporte de la investigación

Pocos días después de mi llegada a Saltillo, en agosto de 2010, me enteré de que se acababa de celebrar el evento religioso más popular y concurrido de la ciudad, es decir la fiesta en honor del Santo Cristo. Desde que me enteré de su existencia, la devoción hacia el Santo Cristo me pareció muy interesante porque, a pesar de que el santo patrono oficial de Saltillo es Santiago Apóstol, la mayoría de los saltillenses considera al primero como el más importante de todos. Ya desde entonces, tenía la voluntad de realizar una investigación sobre esta devoción, pero fue hasta el 2019 que pude concretar mi deseo.

El presente capítulo se basa en los hallazgos obtenidos en este estudio, cuyo objetivo general fue identificar y describir los motivos y las formas de expresión cotidianas de la devoción hacia el Santo Cristo de la Capilla en la ciudad de Saltillo. El anterior se basa en dos objetivos específicos, a saber: 1) identificar y describir los motivos por los cuales los entrevistados se hicieron



devotos del Santo Cristo y lo siguen siendo; 2) identificar y describir las creencias, experiencias y prácticas a través de las cuales los entrevistados expresan su devoción en los momentos cotidianos de su existencia.

Desde el punto de vista académico, este proyecto quiere aportar a aquellas investigaciones, relativamente recientes (Smith, 2020, p. 3), que se enfocan en cómo se expresa la religiosidad en la vida cotidiana (Ammerman 2007; McGuire, 2008; Ammerman 2013; Roldán y Pérez 2020; Agúndez Márquez, 2021; Pereira Arena y Morello, 2022, Juárez Huet, de la Torre y Gutiérrez Zúñiga, 2022). Su relevancia tiene que ver con que son muy pocas las que han concentrado su atención en las formas de expresión cotidiana de las devociones populares, las cuales, en cambio, han sido abordadas principalmente en relación con su dimensión pública como, por ejemplo, en el caso de las fiestas patronales y de las peregrinaciones. Además, con respecto a la devoción hacia el Santo Cristo en Saltillo, hay, en general, muy pocos trabajos académicos (Verduzco Arguelles y Rodríguez Tapia, 2018) y no hay investigaciones de corte socio-antropológico que se hayan centrado en sus formas de expresión en la vida cotidiana.

A continuación, por lo tanto, me enfocaré en cómo se expresa la devoción hacia el Santo Cristo en los lugares y tiempos de la cotidianidad, describiendo brevemente la devoción, definiendo los conceptos teóricos que sustentan el estudio, mencionando el marco metodológico en el cual se encuadra y, finalmente, presentando los principales resultados encontrados a través de la investigación de campo.

2. La devoción popular hacia el Santo Cristo en Saltillo: una breve descripción introductoria

Según lo que narra la leyenda, un seis de agosto del 1608 llegó a Saltillo una mula que cargaba una caja. La mula se paró en el centro de la ciudad, frente a Plaza de Armas, donde algunas personas abrieron la caja y descubrieron en su interior una imagen de Cristo. Nadie reclamó la imagen y tampoco la mula, que, además, después del descubrimiento, desapareció. Lo anterior fue interpretado por los saltillenses como un regalo/milagro de Dios y, por



lo tanto, rápidamente se desarrolló una devoción popular hacia la imagen del Cristo¹ encontrada en la caja, quien, en poco tiempo, se convirtió en el verdadero santo patrono de la ciudad. En este sentido, el Santo Cristo es el santo que elige a los saltillenses, quienes, a su vez, lo eligen como su santo. Probablemente, para muchos saltillenses, el Santo Cristo representa su identidad más que Santiago Apóstol porque, este último, fue impuesto por los invasores españoles, mientras que la leyenda de la mula que lleva el santo a la ciudad por voluntad divina refleja la idea de un pueblo elegido directamente por Dios (como en el caso de los Judíos del Antiguo Testamento). La leyenda parece funcionar como un mito de creación/origen, cuya repetición ritual (los festejos de cada 6 de agosto) de cada año permite renovar continuamente “el fundamento primordial del orden natural, social y moral” (De Martino, 1977, p. 250) de la comunidad saltillense. Lo que celebran los saltillenses el 6 de agosto, entonces, diría Durkheim (2013), son los valores fundamentales de la identidad de la ciudad, su origen y su permanencia en el tiempo, más que una “simple” recurrencia religiosa. Con respecto a este aspecto, vale la pena recordar un dato interesante: a pesar de que el día de Santiago Apóstol es el 25 de julio y coincide con la fundación de la ciudad, Santiago no tiene un papel importante en los festejos que se realizan cada año para recordar el nacimiento de Saltillo, como lo demuestra, por ejemplo, una nota publicada en un diario local este año, en la cual Santiago es definido como “el santo olvidado” (Herrera, 2022). En cambio, no obstante que el día del Santo Cristo es el 6 de agosto, en un intento bien logrado de reescribir la relación entre identidad cultural y política de la ciudad, sus festejos empiezan, cada año, el 27 de julio (dos días después del día en el cual fue fundada Saltillo, en el año 1577) con el descenso de la imagen.

No es objetivo del presente texto seguir reflexionando sobre la dimensión descolonizadora de la leyenda sobre la llegada del Santo Cristo a Saltillo, sin embargo, estas ideas introductorias son útiles para destacar que estamos frente a una de estas devociones populares en las cuales el término “popular” se refiere sobre todo a la capacidad de la gente de crear de manera

¹ Me he enterado de esta leyenda porque la reportan, cada año, los diferentes periódicos que se enfocan, cada 6 de agosto, en la fiesta dedicada al santo Cristo (por ejemplo, véase: Armendáriz, 2022) y, también, porque la han mencionada los entrevistados.



autónoma sus propios santos y respectivos cultos, sin requerir la legitimación de las instituciones eclesiales (Gudrún Jónsdóttir, 2014). De la misma manera, la gran importancia que los saltillenses atribuyen al Santo Cristo nos hace entender como esta devoción, para ellos, es la que realmente representa la ciudad, su cultura y, consecuentemente, su identidad (como veremos también en el apartado conclusivo de este capítulo).

Las instituciones de la iglesia católica han intentado restablecer de vez en cuando su poder jerárquico, invitando los saltillenses a no “descuidar” al “santo olvidado”, como se puede apreciar en este reciente comentario del Obispo de Saltillo: “Mucha gente se va con la idea que la imagen del Cristo crucificado es el protector de Saltillo; cuando en realidad es Santiago Apóstol, al que no se le hace mucha fiesta. Creo que el Santo Cristo, como devoción y fiesta ha tenido mucho auge, mucha presencia y qué bien. Pero no hay que descuidar la celebración de Santiago Apóstol, por lo que lo ponemos en nuestras intenciones, como protector y patrono de nuestra ciudad” (Estrada, 2022). Sin embargo, la invitación del Obispo no ha surtido mucho efecto y los saltillenses, por el momento, siguen celebrando de manera masiva el Santo Cristo, descuidando “al que no se le hace mucha fiesta”.

Después de esta breve introducción a las características principales de la devoción, en el próximo apartado concentraré mi atención en los conceptos orientadores (Blumer, 1986) que han guiado todas las etapas de mi estudio.

3. Conceptos orientadores: devociones populares, vida cotidiana y religión vivida o cotidiana

El propósito del presente apartado es definir los conceptos que han orientado las diferentes etapas de la investigación, es decir: devociones populares, vida cotidiana y religión vivida o cotidiana.

Las prácticas y creencias de las devociones populares se encuadran en la que algunos autores llaman religiosidad popular², es decir un tipo de

² La principal diferencia entre la religiosidad y las devociones populares es que la primera es un concepto más amplio con respecto a la segunda. Las devociones populares, de hecho, son parte de la religiosidad popular que, sin embargo, abarca también otros fenómenos, que van más allá de la relación devoto/santo.



religiosidad que podemos definir como un “exceso de sentido que un sistema de creencias institucionalizado no logra mantener adentro de las fronteras de sus propios códigos simbólicos” (Pace, 2014, p. 53)³, y del cual, por lo tanto, se hacen cargo los mismos creyentes. Las devociones hacia los santos representan un claro ejemplo de esta autonomía que tienen los sujetos religiosos en la religiosidad popular, en la medida en la cual son los mismos devotos quienes deciden cuales figuras convertir en santos y a través de cuales creencias y prácticas expresar su devoción, sin la intervención de las instituciones eclesíásticas⁴. Las devociones populares se basan en una idea de la relación entre el devoto y el santo de tipo familiar (Gruzinski, 1990), así como en la creencia en la proximidad constante del divino en la vida humana (Hernández, 2016, p. 19). El santo, al mismo tiempo, es visto como el destinatario de peticiones cuyo objetivo es resolver problemas prácticos y concretos (Dobbelaere, 1993; Rostas y Droogers, 1995) de la vida cotidiana, en un marco religioso general en el cual la fe es concebida “como un instrumento que permite al individuo someter las leyes de la naturaleza para su beneficio” (Nesti, 1997, p. 57).

Antes de concentrar la atención en el concepto de religión cotidiana o vivida, vale la pena, primero, mencionar en qué consiste la vida cotidiana en general que, según Jedlowski (2005, p. 20), hace referencia a un “Conjunto de prácticas, ambientes, relaciones y horizontes de sentido en los cuales una persona está involucrada ordinariamente, es decir más frecuentemente y con la sensación de la mayor familiaridad”. La vida cotidiana es el fruto de un proceso de “esterilización del asombro”, que nos permite simplificar y gobernar nuestras vidas (Jedlowski, 2005, p. 25). Es también el producto

³ Vale la pena aclarar que, dependiendo de los diferentes niveles de heterodoxia que caracterizan a las formas específicas de expresión de la religiosidad popular, las instituciones eclesíásticas, históricamente, las han rechazado o incluido (adaptándolas para sus objetivos) dentro de sus fronteras ideológicas. Ejemplos de devociones rechazadas por la iglesia católica son, entre otras, aquella hacia la Santa Muerte, Jesús Malverde y el Angelito Negro (Gaytán Alcalá y Valtierra Zamudio, 2021). Mientras que un ejemplo de devoción que, aunque con varias dificultades, ha sido englobado por las instituciones es aquella hacia San Judas Tadeo en la Ciudad de México (Gervasi, 2014).

⁴ Eso no significa que las devociones populares no reconozcan ningún tipo de normatividad. No reconocen las que provienen de las instituciones, pero sí, las que generan los mismos creyentes, en la sociedad.



de un proceso de “domesticación” (Jedlowski, 2005, p. 25), gracias al cual las prácticas, ambientes, relaciones y horizontes de sentido de la vida cotidiana nos parecen familiares, cercanos, confiables. Esta sensación de familiaridad (Jedlowski, 2005, pp. 24-25, traducción mía) viene, de vez en cuando, cuestionada por algunos eventos de “ruptura de la cotidianidad” (Jedlowski, 2005, p. 26, traducción mía), tales como: una guerra, una crisis económica, una enfermedad grave, etc.

Pasando al concepto específico de “religión cotidiana” o “religión vivida”, a continuación destacaré algunas de sus características para, después, llegar a una definición mía. Según Ammerman (2007, p. 5), un aspecto importante de la religión cotidiana es que “se mezcla con la vida de la gente” y, en algunos casos, tiende a distinguirse del conjunto de prácticas y creencias prescritas por una institución (McGuire, 2008, p. 12). La religión cotidiana “se experimenta y practica en los momentos ordinarios de la vida y en espacios que normalmente no son designados como institucionalmente religiosos” (Ammerman, 2013, p. 324), como por ejemplo las casas de los creyentes. En sus expresiones, es subjetiva y no institucionalizada e involucra la “materialidad” (Juárez Huet, de la Torre, Gutiérrez Zúñiga, 2022, p. 123). Además, es consecuencia de procesos creativos, a través de los cuales los creyentes modifican y adaptan las prácticas religiosas (subjetivas o institucionales) “a sus circunstancias vitales” (Pereira Arena y Morello, 2022, p. 13). Enfocar la atención en la religión cotidiana significa “analizar la religión desde la mirada y el imaginario de los sujetos” sin ignorar sus relaciones con las instituciones (Roldán y Pérez, 2020, p. 24). Desde este punto de vista, la religión cotidiana representa una categoría que nos permite acercarnos a nuestro objeto de estudio, evitando las “visiones excesivamente católico-céntricas y sobreinstitucionalizadas de la actividad religiosa” (Frigerio, 2020, p.22), que, generalmente, tienden a ser utilizadas en los estudios sobre el fenómeno religioso contemporáneo.

Con base en los puntos arriba mencionados, mi definición de religión cotidiana que considero útil para el desarrollo del presente capítulo es: las prácticas creativas y subjetivas que realmente viven las personas religiosas en los momentos y lugares ordinarios (que, generalmente, no son designados como institucionalmente religiosos) de sus vidas.



4. Nota metodológica: el enfoque, las técnicas y la ruta de investigación

El enfoque metodológico utilizado para la presente investigación es de tipo cualitativo (Silverman y Marvasti, 2008), en el sentido que su objetivo final es construir modelos (Corbetta, 2007, pp. 40-61), cuya generalizability no es de tipo estadístico, sino teórico (Gobo, 2004, p. 113). Este tipo de generalización se obtiene construyendo una muestra “que es significativa teóricamente y empíricamente, porque se basa en ciertas características o criterios que ayudan a desarrollar y probar nuestra teoría o argumento” (Mason, 2002, p. 124). El objetivo de una muestra “significativa teóricamente” es explorar las dimensiones del fenómeno que consideramos importantes para cumplir con los objetivos de nuestra investigación (Strauss, A. y Corbin, 2015, pp. 147-157). A la luz de lo anterior, para el presente estudio, hemos realizado 15 entrevistas con devotos del Santo Cristo en Saltillo, desde junio de 2019 hasta diciembre de 2020. Como técnica de recolección hemos usado la entrevista en profundidad, con la recomendación de dejar que los entrevistados contaran sus experiencias con la mayor libertad posible y que el entrevistador interviniera solo en aquellos casos en los cuales no venían profundizados argumentos considerados relevantes en la investigación. Ya que no existen estadísticas oficiales (Corbetta, 2007, p. 258) que me permitan identificar de antemano los sujetos a entrevistar (es decir los devotos del Santo Cristo), el criterio utilizado para seleccionar los integrantes de la muestra ha sido el de conveniencia (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2014), en el sentido que hemos entrevistado a personas conocidas que cumplían con los objetivos de la investigación (Mason, 2002, p. 124), es decir ser devotas del Santo Cristo. Las 15 personas entrevistadas, como consecuencia del proceso de “saturación de las categorías” (Glaser y Strauss, 1967), representan una muestra pertinente para cumplir con el objetivo general de la investigación: describir las formas cotidianas a través de las cuales se expresa la devoción hacia el Santo Cristo de la Capilla, en la ciudad de Saltillo.



Con respecto a la ruta de investigación, vale la pena recordar que las entrevistas han sido realizadas por algunas/os estudiantes de la facultad en la cual trabajo, como parte de su servicio social⁵. En cambio, yo me he encargado de la codificación, decodificación e interpretación de la información obtenida. Antes de que empezaran a aplicarlas, he llevado a cabo una reunión con las/ los entrevistadores para explicarles la temática objeto del estudio, la guía de entrevista y los pasos a seguir para realizarla. Los problemas principales que hemos encontrado durante la investigación de campo tienen que ver con la explosión de la pandemia por COVID-19, que ha retrasado el proceso y, en algunos casos, lo ha modificado, en el sentido que algunas entrevistas han tenido que ser realizadas a través de las herramientas digitales. Finalmente, cabe aclarar que el método de análisis ha sido el de la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1967), cuyo objetivo final es construir modelos teóricos a partir de la información encontrada, a través de un proceso flexible, circular y multidireccional.

5. Expresiones devocionales hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana: motivos por los cuales los entrevistados se hicieron devotos y lo siguen siendo

En este y en los próximos dos apartados presentaré los resultados de la investigación de campo, empezando por los motivos que han llevado a los entrevistados a hacerse devotos del Santo Cristo.

En la mayoría de los casos, los entrevistados cuentan que su primer encuentro con el Santo Cristo fue debido a que sus padres, que eran devotos de este santo, los llevaron a la Catedral cuando eran niños, como se puede apreciar en los dos siguientes testimonios:

Desde que tenía yo creo como 6 años, 6 años, 7 años que nos llevaba mi mamá. A toda la familia nos llevaba al novenario

⁵ Es decir: Jorge Damián Rodríguez Campa, Marco Polo García Cepeda, Ana Karen Hernández Rodríguez, Claudia Jiménez Ramírez, Abril Melissa Domínguez Esquivel, Miguel Ángel Rodríguez Espinoza, Daniel Gerardo Hernández Valdés, Diana Guadalupe Loredo Sánchez; a quienes aprovecho para agradecer públicamente.



desde las 5 de la mañana. Nos levantaba a todos y yo vivía en la de Zarco pasando la de Urdiñola y nos íbamos a pie desde Zarco hasta catedral y de ahí nos íbamos. Ahí nos quedábamos en el novenario desde las 5 de la mañana. (...) O sea, ella nos inculcó la tradición del novenario. Al principio cuando estás chiquito, no lo asimilas tanto... pero ya llevándote cada año, cada año, pues ya es bien bonito (Valeria⁶, devota del Santo Cristo).

Antes iba como obligada porque mi mamá nos acarrea o por no dejarla ir sola, pero ahora voy porque quiero y me gusta ir, y aparte puedo ofrecer a cambio de mi asistencia una indulgencia para alguien que ya falleció o por mí misma (Isabel, devota del Santo Cristo).

Después de este primer encuentro que “no se asimila tanto”, los entrevistados se encariñan con el santo principalmente como consecuencia de sus propiedades milagrosas, como se puede apreciar en el próximo fragmento:

Hace ya como 15 años participando ya activamente en las cosas de catedral, me hicieron una operación de la vesícula, y a la hora que me hicieron la operación ya se me había reventado a mí esta cosa, me están operando y me sacan de la clínica uno y me llevan a la dos porque yo ya tenía contaminado todo esto, el asunto es de que yo estuve difunto como unos 8 o 9 minutos, en el trayecto de la clínica uno a la clínica dos yo me morí, y estando allá, por cuestiones para no hacerte el cuento muy largo me suben a terapia intensiva y aquí estoy, y por eso le doy gracias al Santo Cristo de la Capilla. (Francisco, devoto del Santo Cristo).

Los milagros, según los entrevistados, no se refieren solo a eventos excepcionales a través de los cuales viene solucionado algún problema extremo, sino también a aquellas acciones rutinarias que garantizan el bienestar de las personas en los diferentes ámbitos de su vida cotidiana, como es posible leer en el siguiente relato de Luis, que abarca ambos tipos de milagros:

⁶ Los nombres de los entrevistados han sido modificados para tutelar su privacidad.



Me hice devoto por un problema que tuve, a partir del 94, de 1994 ahí fue cuando surgió mi devoción, porque tuve una enfermedad muy grave, estuve al colapso de la muerte, me diagnosticaron que ya no iba a estar con vida, mi problema fue que tenía cisticercos en la cabeza, no uno ni dos ni tres, varios y muy grandes, como de una moneda de 5 pesos, y todos los médicos me decían que en una semana u otra yo terminaba en esta vida. (...) Desde entonces, mi vida cambió bastante, porque también yo a él [el Santo Cristo] le pedí casarme con mi esposa, se me concedió. Entonces son varios testimonios, uno de ellos fue encontrar a mi esposa, el otro fue la enfermedad que te dije, desde entonces ella (su esposa) y mis hijas me acompañan al novenario. (Luis, devoto del Santo Cristo).

De hecho, en la mayoría de los casos, los milagros recibidos tienen que ver más bien con situaciones “normales”, cotidianas, como es posible leer en el siguiente testimonio:

Después de haberme hecho devoto del Santo Cristo, mi vida ha cambiado por los milagros que he recibido: la unión familiar en mi casa primaria, es decir, con mis papás y mis hermanos. Luego, durante toda nuestra infancia y a través de la juventud, siendo devotos del Santo Cristo nos ha cuidado de peligros siempre, no hemos sufrido accidentes ni enfermedades tremendas. Actualmente puedo decir con gratitud a Cristo Jesús, Hijo de Dios, que tengo una familia, habiendo cumplido con mi esposa 34 años de casados y con nuestros maravillosos hijos. (Roberto, devoto del Santo Cristo).

En general, tanto en el caso de los milagros cotidianos como en aquel de los milagros extraordinarios, lo que convence a la mayoría de los entrevistados es que la devoción logra satisfacer una necesidad de sagrado bastante práctica, concreta, mundana (Dobbelaere, 1993; Rostas y Droogers, 1995), que se basa en una idea de la salvación igualmente mundana (Hervieu-Léger, 1996, 217). En algunos casos, el efecto benéfico del encuentro con el santo se expresa a través de un más general cambio de vida que se parece al que destacan en sus relatos los conversos, implicando una suerte de pasaje



de la oscuridad a la luz (Berger y Luckmann, 1995, p. 200), como se puede apreciar en las palabras de este entrevistado:

En cuanto a mi vida, ha cambiado totalmente. Mi vida, ahora, es mi familia, mi trabajo para mantener a mi familia, y mi servicio al señor, en esas cosas se divide, no hay más, cuando antes, del 98 hacía atrás, yo era un desorden, me gustaba el irme a chupar, tomar vino al grado que amanecía uno al otro día tomando, (...) me salía con mis compadres a chupar, los fines de semana llegaban y pues era traer los cartoneros, tráete el vino, las carnes asadas, era pues, una vida disipada, y desde que estoy con el señor es otra totalmente. Claro que ha habido un proceso, no de la noche a la mañana lo haces, no es de que te acuestas y dices ya mañana soy otro diferente, es un proceso el decir “quiero cambiar, estoy en tus manos Señor y haz tú el trabajo, yo estoy dispuesto (Francisco, devoto del Santo Cristo).

En este sentido, la devoción representa un elemento que, en algunos casos, implica una suerte de reorganización más general de la existencia de los entrevistados (Hervieu-Léger, 2003), quienes experimentan en sus estilos de vida, mejoras que van más allá de la solución de problemas concretos, prácticos y contingentes.

A pesar de las diferencias relativas a los detalles personales, en todos los relatos de los entrevistados la decisión de quedarse con el santo viene descrita como una acción racional (Boudon, 1989; Boudon, 2000), como lo confirma el próximo breve fragmento:

Pues porque más allá de la tradición o de que mi abuelo nos inculcó la fe, pues, después, ya se vuelve parte de tu vida. Entonces ya es más que una devoción, es una decisión (Daniela, devota del Santo Cristo).

Después de haber visto los motivos por los cuales los entrevistados decidieron hacerse devotos y, sobre todo, siguieron con su devoción, a continuación concentraré la atención en cómo estas personas expresan la devoción en sus vidas cotidianas, a través de sus maneras de concebir la relación con el santo, las peticiones que les hacen y los objetos sagrados que utilizan.



6. Expresiones devocionales hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana: las peticiones y la relación con el santo

En este apartado enfocaré mi atención en cómo los devotos se relacionan con el santo y en las peticiones que le hacen.

Vamos a empezar con el primer aspecto, recordando que todos los entrevistados han destacado que, con el Santo Cristo, tienden a instaurar una relación continua, cotidiana y de tipo amistoso-familiar, como se puede apreciar, de manera explícita, en estos dos breves relatos:

Yo me comunico con Cristo, sí, me comunico con él, hablo con él todos los días, trato de hablar con Jesucristo todos los días y pues contarle mi vida, yo le hablo, así como si estuviera presente y como mi amigo, como mi papá, como mi confidente (Daniela, devota del Santo Cristo).

Sí, platico con él, más que pedirle le cuento mis situaciones. Yo creo que él me escucha y pues me da fortaleza para enfrentarlas y salir adelante y siempre más que pedir a veces es dar gracias y estar, simplemente a veces estar frente a él, eso es una cosa maravilla, la energía que se siente te hace vibrar y yo siempre procuro estar también cuando desciende (Teresa, devota del Santo Cristo).

Los devotos instauran con el santo una relación de intimidad y muy cercana, que los lleva contarle los problemas y, en general, acontecimientos de sus vidas, como se haría con un familiar o amigo.

Además, los entrevistados perciben una presencia continua del santo en sus existencias (Hernández, 2016, p. 19), la cual se manifiesta principalmente a través de milagros, muchos de los cuales, como hemos visto en el apartado anterior, tienen que ver con las pequeñas situaciones de todos los días:

Yo siento que me ha hecho muchos milagros [el Santo Cristo] y he sentido su presencia en muchas ocasiones. Te cuento que en una ocasión en una celebración del novenario de 6 de agosto, después de tomar la comunión, ya no pude regresar a mi lugar porque había muchísima gente, entonces me puse a orar a un lado del altar donde está una mesita



con veladoras y flores y sentí, estaba tan profundamente en mi oración, en mi comunión con Dios que sentí que alguien tocó mi hombro, volteé y no, no estaba nadie, la persona más próxima estaba 4 escalones abajo, yo pensé que me habían tocado el hombro para pasar y no, no era así, fue una experiencia muy bonita (Teresa, devota del Santo Cristo).

La presencia continua del santo en la vida de sus devotos implica al mismo tiempo que, para relacionarse con él, no hace falta acudir a los lugares considerados como institucionalmente sagrados (Ammerman, 2013, p. 324), porque el Santo Cristo “está donde tú estás”, como se puede apreciar en este fragmento de entrevista:

De todas maneras, no porque esté cerrada la iglesia, o la capilla, uno no puede hacer oración, de todas maneras, uno en su casa lo puede hacer y el Santo Cristo está donde tú estás. Donde tú estás, está ÉL, porque tú eres el que cree, entonces tú lo llevas contigo (Andrea, devota del Santo Cristo).

Las peticiones que los devotos hacen al Santo Cristo tienen que ver principalmente con cuestiones de salud, bienestar económico, relaciones de pareja y, en general, con aspectos prácticos y mundanos de la vida cotidiana (Dobbelaere, 1993; Rostas y Droogers, 1995), como es posible leer en los dos próximos testimonios:

Tenía problemas en mi matrimonio, para qué lo voy a negar; sí tenía problemas, en aquel entonces nosotros no acudíamos los domingos a misa, estábamos un poco retirados de la iglesia, entonces nos pusimos a pensar que deberíamos a ir a la iglesia a darle gracias a Dios, pues, de toda la semana que nos daba la salud, los alimentos y que nos ayudaba en todo lo que nosotros le pedíamos. A Cristo le pedí sabiduría ante estos problemas y bendito sea nos ha ayudado mucho. (Elena, devota del Santo Cristo).

Pues yo pido por mi familia, primeramente, que nos dé la salud. Primeramente, es la salud, la unión familiar, la armonía; porque la armonía también se pierde, porque pues



todos tenemos pensamientos y actitudes y todo diferentes entonces la armonía, la paz. Un tiempo estuve pidiendo por mi hija que no estaba estudiando porque había presentado examen y no pasaba y no pasaba. Dije: Señor, ayúdala. Tú la conoces mejor que yo. Tú sabes sus dones. Tú sabes su forma de ser y todo. Tú la conoces mejor que yo y si no tiene el don, regálasele. (Claudia, devota del Santo Cristo).

Un tema cada vez más frecuente entre las peticiones al santo tiene que ver, seguramente, con el éxito en el ámbito laboral o educativo, como destacado por el próximo entrevistado:

También he pedido y agradecido la conservación de nuestros trabajos, el de mi esposa y el mío. Recientemente, Emanuel ya trabaja desde hace rato en una empresa en Ramos Arizpe, Coahuila y recién acaba de ingresar, además, al IMSS, él es Químico Fármaco Biólogo. Daniel, estudia en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Producción de Medios y desde hace más de un año trabaja, además, en la tienda H&M, tienda de ropa. Mi hija Sara ya está por graduarse, ya cursó su Carrera de Arquitectura, en la Universidad Autónoma de Coahuila y ya elaboró su Tesis. Todo ello son milagros del Santo Cristo a quien le hemos encomendado el cuidado de nuestros hijos (Roberto, devoto del Santo Cristo).

Un aspecto interesante que vale la pena destacar es que, durante la pandemia, los devotos han intensificado los procesos de “domesticación”⁷ (Jedlowski, 2005, p. 25), de sus prácticas religiosas, llegando a pedir cosas al Santo Cristo cada vez más desde sus lugares domésticos. A veces, como en el caso de Luis, este proceso no es sencillo, ya que él estaba acostumbrado a pedir sobre todo durante la fiesta del 6 agosto, que se realizaba de manera presencial. Sin embargo, la solución de este problema ha sido, para él y para su familia, participar a la fiesta de manera remota y pedir desde casa, a través de las herramientas tecnológicas:

⁷ En el sentido etimológico del término que deriva del latín *domesticus*, es decir “relativo a la casa”.



Si, ahí estamos, y ahora con lo de la pandemia pues se nos restringió, pero siempre desde la casa estamos viendo la televisión ahí nos mostramos y le pedimos a él (Luis, devoto del Santo Cristo).

Al mismo tiempo, obviamente, la pandemia misma se ha convertido en un asunto con respecto al cual pedir al santo, como lo confirma este breve testimonio:

Veo con tristeza que aumentan los contagios, aumentan los decesos y yo creo que es un buen momento para dirigirse al Santo Cristo para pedir que ya no se propague el virus, que ya cesen los contagios, para que pronto, no sabes en cuanto tiempo, podamos salir de esta fase 3, que es terrible. (Roberto, devoto del Santo Cristo).

Después de haber abordado el tema de las modalidades a través de las cuales los entrevistados se relacionan y piden cosas al Santo Cristo, a continuación, concentraré mi atención en los objetos que ellos usan en su cotidianidad para expresar su devoción.

7. Expresiones devocionales hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana: los objetos sagrados (altares, imágenes, cruces, medallas, etc.)

Una dimensión importante a través de la cual se expresa la religión cotidiana es, seguramente, la materialidad (Juárez Huet, de la Torre, Gutiérrez Zúñiga, 2022). Dentro de los objetos utilizados para expresar la devoción, el más importante es el altar. Los altares, como se puede leer en el próximo fragmento de entrevista, son de fundamental importancia en cuanto alimentan la creencia, en los devotos, de la proximidad de lo sagrado en sus vidas y, por supuesto, porque otorgan protección al lugar doméstico y a las personas que en él viven:

Sí tengo un altar en mi casa, tengo al Cristo, a un lado a la Virgen, los utilizo como protección, para que Cristo se quede presente en mi hogar y que me ayude a cuidarlo de todo mal,



de todo lo que pueda ocasionar en mi casa. (Andrea, devota del Santo Cristo).

El altar, en este sentido, sirve para poder interactuar directamente con el santo, sentirlo cerca (Hernández, 2016, p. 19, y, como lo hemos ya mencionado, para hablar con él, como se puede apreciar en el próximo testimonio:

Sí, tengo un altarcito ahí en mi recámara entonces pues a veces quiero quitarlo y ponerlo a otro lado; pero digo... no, aquí porque como quiera, aquí estamos nosotros y es más fácil. Porque antes sí oraba, pero ya tengo tiempo que lo echó más a diario. Pero ahora sí más formal y por decir en la mañana lo hice y luego me metí a bañar y estoy ahí y estoy “Ay, es que esto, es que el otro o sea y estoy hablando con él” (Claudia, devota del Santo Cristo).

Además, durante la pandemia, los altares tienden a representar, para los devotos, aún más un lugar sagrado en torno al cual reunirse y vivir desde casa la experiencia de la misa, como se puede leer en el próximo breve relato:

Ahorita, pues por todo ese problema del COVID y todo, nosotros estamos en misa, o sea la vemos por televisión, entonces es el momento también dónde nos acercamos un poquito más y estamos ahí en ese lugar, donde tenemos el altar (Liliana, devota del Santo Cristo).



Foto realizada por: Jorge Damián Rodríguez Campa

Otros objetos que permiten a los entrevistados de sentirse cerca del santo y, también, sentirse protegidos, son las imágenes que lo representan, las cruces, los escapularios, las medallas y las veladoras, como lo confirman los próximos dos testimonios:

Sí, pues siempre cargo con mi cruz, tengo aquí una crucecita, ya la tengo desde hace mucho, y sí, en mi casa tenemos un pues, varios crucifijos. (...) cuando estoy en una situación difícil, me ayuda a poder saber que está conmigo y que aunque yo no pueda verlo, él está, es como algo tan tangible que tú puedes sentir que está ahí, aunque sabemos que siempre está ahí, pero es algo como que te ayuda a superar los momentos difíciles (Daniela, devota del Santo Cristo).

Pues, yo más que nada lo traigo [al Santo Cristo] en mi pecho, en mi medalla, inclusive me lo encontré sin querer queriendo. No sé cómo me lo encontré, pero aquí lo traigo. (...) lo traigo en mi pecho porque a donde quiera que vaya Él



va a andar conmigo. Lo tengo como protección, para tenerlo cerca (Elena, devota del Santo Cristo).

Un objeto muy específico e interesante que ha mencionado solo una entrevistada es un algodoncito, utilizado para limpiar la cruz en la Catedral:

Cuando los 6 de agosto cuando desciende nos permiten estar cerca de él y te dan un algodoncito que pasan por la cruz y me gusta conservarlos, tengo de varios años y los tengo conmigo (...) cuando estás en tu casa o en algún lugar que necesites estar cerca de él a través de ese pequeño algodón pues puedes sentirte aún más cerca (Teresa, devota del Santo Cristo).

Concluyendo, vale la pena mencionar que los objetos, generalmente, vienen comprados por los devotos en las tiendas cerca de la capilla o, en algunos casos, les vienen regalados por otros devotos. Asumen un carácter sagrado porque han sido bendecidos por el padre en la iglesia o por cercanía con otros objetos sagrados, como nos lo han mencionado Teresa y Andrea:

Pues el algodón es una parte de la cruz, o sea, te permite limpiar un pedazo de la cruz (Teresa, devota del Santo Cristo).

Todas las cosas que tengo en mi altar las compré en una tienda donde venden cosas religiosas, buscando lo que sea necesario para tener uno su ritual de oración. Algunas cosas las adquirí cerca de la Capilla. Sí, sí considero que son sagrados, porque desde el momento en que uno los usa para hacer oración, de igual manera le pide uno al padre que le bendiga la vela, o igual le bendice a uno tantita agua y ya tiene uno ahí una agüita bendita para echar, pues, en una persona o en algún lugar de la casa. (Andrea, devota del Santo Cristo).



Foto realizada por: Daniel Gerardo Hernández Valdés

8. Conclusiones: apuntes para construir un modelo de las formas de expresión de la devoción hacia el Santo Cristo en la vida cotidiana, en Saltillo

A manera de conclusión, conviene resumir brevemente los aspectos más importantes abordados en el presente texto, recordando que la devoción hacia el Santo Cristo en Saltillo, en los espacios y momentos de la vida cotidiana (Ammerman, 2013, p. 324) tiende a expresarse a través de las siguientes modalidades: 1) los entrevistados deciden hacerse devotos por herencia familiar y, después, siguen siendo tales sobre todo por las grandes capacidades milagrosas del santo; 2) ya siendo devotos, instauran una relación con el santo continua, íntima, amistosa y casi familiar (Hernández,



2016, p. 19); 3) le dirigen peticiones centradas, principalmente, en cuestiones mundanas y de tipo rutinario (salud, bienestar económico, relaciones de pareja) (Dobbelaere, 1993; Rostas y Droogers, 1995); 4) en algunos casos, la devoción implica una más amplia reorganización de sus existencias (Hervieu-Léger, 2003) que implica, a su vez, una mejora de sus estilos de vida; 5) utilizan objetos (los altares, las imágenes, las cruces, los escapularios, las medallas y las veladoras) considerados como sagrados, que permiten a los devotos mantener su relación íntima y continua con el santo y, también, sentirse protegidos. Es también interesante recordar que, debido a la pandemia, se ha desarrollado una suerte de cada vez mayor domesticación (Jedlowski, 2005, p. 25) de las prácticas devocionales dirigidas hacia el Santo Cristo, en el sentido que los devotos han tenido que reubicar su experiencia religiosa cada vez más en sus casas.

Todas estas formas de expresión de la devoción tienen la capacidad de *relegare* a los devotos entre sí, en torno al símbolo sagrado e identitario del Santo Cristo, que al mismo tiempo proporciona a sus vidas significados y sentido de pertenencia a la ciudad. Sentirse saltillenses en cuanto devotos del Santo Cristo representa, realmente, el elemento central que atraviesa y mantiene unidos entre sí a los demás aspectos de la devoción, como se puede notar en estos tres testimonios:

Considero que el Santo Cristo se convirtió en el favorito por lo mismo, como fue el primero que llegó a la ciudad, en sí que se encontró, mucha gente pensamos y creemos que nos lo enviaron, a nuestro Santo Cristo, para protegernos y que este fuera su lugar (Andrea, devota del Santo Cristo).

La relación con la ciudad es emblemática, es algo que es parte de, o sea, no me imagino a Saltillo sin el Santo Cristo (...) por el hecho que decidió quedarse aquí (Teresa, devota del Santo Cristo).

Hablar de Saltillo es hablar del Santo Cristo de la Capilla y hablar del Santo Cristo de la Capilla es hablar de Saltillo, Coahuila, y de esto me ha tocado estar en algunas partes, hace algunos años con mi esposa viajaba mucho para el centro, nos íbamos de vacaciones y donde les decía uno que



era de Saltillo se acordaban del Santo Cristo (Francisco, devoto del Santo Cristo).

Todos los elementos arriba mencionados (las formas de expresión cotidiana de la devoción hacia el Santo Cristo) conforman un modelo heurístico de cómo se expresa una devoción popular en la vida cotidiana, que, como, en el caso de los tipos ideales weberianos, quiere representar un punto de referencia flexible y abierto para futuras investigaciones sobre estas temáticas o, en palabras de Bagnasco, una: “gran caja de herramientas que el investigador emplea encontrando y combinando instrumentos aptos a la comprensión de un caso concreto, que casi nunca corresponderá con las condiciones ideales de un modelo formal” (Bagnasco, 2009, p. XIII), cuyo alcance está en continua evolución y revisión.

9. Referencias

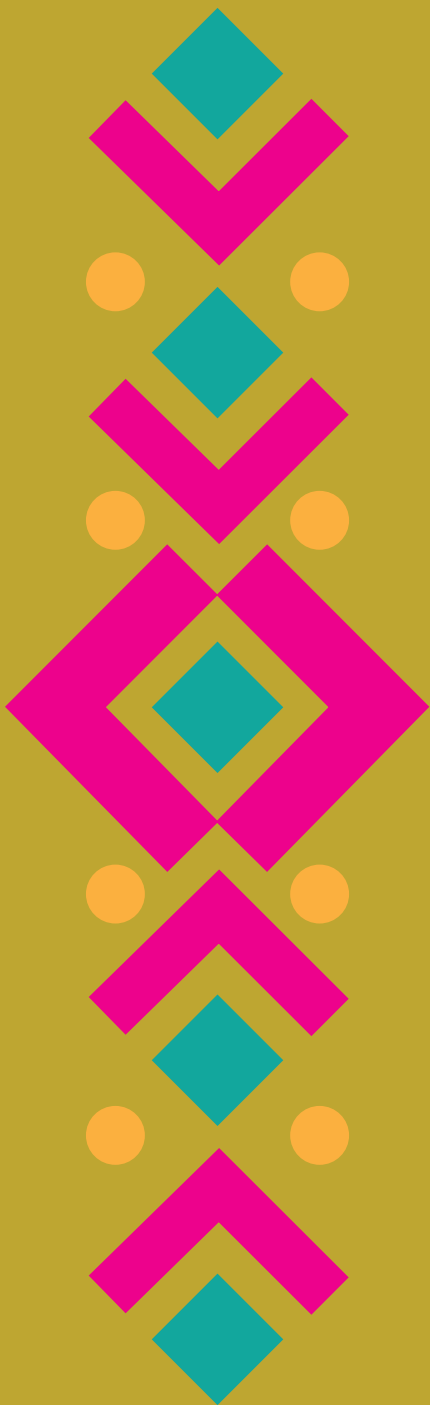
- Agúndez Márquez, R. (2021). Soltería y tatuajes en cristianos evangélicos: Identidades heterodoxas vistas desde la religiosidad vivida, *Religiones Latinoamericanas Nueva Época*, 7, 127 – 148.
- Ammerman, N. (2007). *Everyday Religion. Observing Modern Religious Lives*. Oxford University Press.
- Ammerman, N. (2007). Introduction: Observing Modern Religious Lives. En Ammerman, N., *Everyday Religion. Observing Modern Religious Lives*. Oxford University Press.
- Ammerman, N. (2013). *Sacred Stories, Spiritual Tribes: Finding Religion in Everyday Life*. Oxford University Press.
- Armendáriz, A. (04/08/2022). La misteriosa mula que trajo a Saltillo al Santo Cristo de la Capilla. *Vanguardia*. Recuperado de: <https://vanguardia.com.mx/coahuila/la-misteriosa-mula-que-trajo-a-saltillo-al-santo-cristo-de-la-capilla-FE3457711>.
- Bagnasco, A. (2009). Presentazione. En R. Boudon, *Il posto del disordine*, Il Mulino.
- Berger P. y Luckmann T. (1995). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores.
- Blumer, H. (1986). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. University of California Press.



- Boudon, R. (1989). Subjective Rationality and the Explanation of Social Behavior. *Rationality and Society*, vol. 1, 2, 171-196.
- Boudon, R. (2000). *Il senso dei valori*. Il Mulino.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill.
- De la Torre, R. (2012). La religiosidad popular como "entre-medio" entre la religión institucional y la espiritualidad individualizada. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, 3, 506-521.
- De Martino, E. (1977). *La fine del mondo*. Einaudi.
- Durkheim, E. (2013). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Fondo de Cultura Económica.
- Estrada, A. (26/07/2022). Santiago Apóstol también merece fiesta: Obispo; Santo Patrono de Saltillo es poco celebrado. *Zócalo*. Recuperado de: <https://www.zocalo.com.mx/santiago-apostol-tambien-merece-fiesta-obispo-santo-patrono-de-saltillo-es-poco-celebrado/>.
- Frigerio A. (2020). Encontrando la religión por fuera de las “religiones”: Una propuesta para visibilizar el amplio y rico mundo social que hay entre las “iglesias” y el “individuo”. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 40(3): 21-47.
- Gaytán Alcalá, F. y Valtierra Zamudio, J. (2021). Al margen de la ley, no de lo sagrado: cultos religiosos, violencia y criminalidad en México. *Religioni e Società*, 9, 64-73.
- Gervasi, F. (2014). “El Patrón de los necesitados”. *La devozione a San Judas Tadeo nella chiesa di San Hipólito a Città del Messico*. Aracne.
- Glaser B. G. y Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Aldine.
- Gobo, G. (2004). Generalizzare da un solo caso? Lineamenti di una teoria idiografica dei campioni. *Rassegna italiana di sociologia*, 1, 103-129.
- Gruzinski, S. (1990). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a “Blade Runner” (1492-2019)*. Fondo de Cultura Económica.
- Guadrún Jónsdóttir, K. (2014). *Bandoleros santificados: las devociones a Jesús Malverde y Pancho Villa*. El Colegio de la Frontera Norte/El Colegio de San Luis/El Colegio de Michoacán.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Hernández, A. (2016). *Introducción. la Santa Muerte. Espacios, cultos y devociones*. En A. Hernández (coord.), *La Santa Muerte. Espacios, cultos y devociones*, El Colegio de la Frontera Norte / El Colegio de San Luis.
- Herrera, A. (25/07/2022). Olvidan al santo patrono de Saltillo, Santiago Apóstol, *SIETE DE JUNIO*. Recuperado de: (<https://7dejunio.com/olvidan-al-santo-patrono-de-saltillo-santiago-apostol/>).
- Hervieu-Léger, D. (1996). *Religione e memoria*. Il Mulino.



- Hervieu-Léger, D. (2003). *Il pellegrino e il convertito. La religione in movimento*. Il Mulino.
- Jedlowski, P. (2005). *Un giorno dopo l'altro. La vita quotidiana fra esperienza e routine*. Il Mulino.
- Juárez Huet, N., De la Torre, R. y Gutiérrez Zúñiga, C. (2022). Religiosidad bisagra: articulaciones de la religiosidad vivida con la dimensión colectiva en México. *Revista de Estudios Sociales*, 82, 119-136.
- Karel Dobbelaere, K. (1993). *Oltre la secolarizzazione*. En O. Riis et alii, *La religione degli europei ii. Un dibattito su religione e modernità nell'Europa di fine secolo*, Fondazione Giovanni Agnelli.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. SAGE Publications.
- MCguire, M. B. (2008). *Lived Religion. Faith and Practice in Everyday Life*. Oxford University Press.
- Nesti, A. (1997). *Il cattolicesimo degli italiani. Religione e culture dopo la secolarizzazione*. Guerini e Associati.
- Pace, E. (2014). *La falesia e il compasso. Riflessioni sulla permanenza e universalità della religiosità popolare*. En L. Berzano, A. Castegnaro, E. Pace, *Religiosità popolare nella società post-secolare. Nuovi approcci teorici e nuovi campi di ricerca*, Edizioni Messaggero.
- Perdigón, K. (2008). *La Santa Muerte protectora de los hombres*. INAH.
- Pereira Arena, V. y Gustavo Morello, G. (2022). Entre el opio del pueblo y la búsqueda de la salvación. Aproximaciones a la religiosidad vivida desde América Latina. *Revista de Estudios Sociales*, 82, 3-21.
- Roldán, V. y Pérez, R. (2020). El protestantismo vivido: un estudio comparativo desde América Latina y el sur de Europa. *Sociologías*, 53, 20-35.
- Rostas, S. y Droogers, A. (1995). El uso popular de la religión popular en América Latina: una introducción. *Alteridades*, vol. 5, núm. 9, 1995, 81-91.
- Silverman, D. y Marvasti, A. (2008). *Doing Qualitative Research. A Comprehensive Guide*. Sage Publications.
- Smith, B. (2020). *Religious Studies and the Goal of Interdisciplinarity*. Routledge.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2015). *Basics of Qualitative Research*. Sage.
- Verduzco Arguelles, G. y Rodríguez Tapia, S. (2018). Un discurso de resistencia ideológica americana y retórica visual. Santiago apóstol y Quetzalcóatl en la catedral de Saltillo, *OXÍMORA REVISTA INTERNACIONAL DE ÉTICA Y POLÍTICA*, 13. 112-140.



CAPÍTULO



3



El amor y las relaciones amorosas como una forma de identidad individual y colectiva.

Jesús Gerardo Cervantes Flores



3

El amor y las relaciones amorosas como una forma de identidad individual y colectiva

Jesús Gerardo Cervantes Flores¹

1. Introducción

Aunque la identidad responde a una pregunta filosófica tan antigua como la humanidad: ¿quién soy? o ¿quiénes somos?, cuando al colectivo se refiere, Giménez (1997) señala que la aparición de esta categoría teórica en las ciencias sociales es relativamente reciente, pues previo a los años 60 del s. XX es difícil encontrarla en la bibliografía académica.

A la identidad se le ha intentado definir y categorizar desde distintos campos del conocimiento, el presente capítulo pretende abordarla desde las ciencias sociales, especialmente desde el construccionismo social y

¹ Jesús Gerardo Cervantes Flores es Doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Comunicación Social por la UAdeC. Estudió la Maestría en Promoción y Desarrollo Cultural por la UAdeC. Actualmente es profesor investigador en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAdeC. Es catedrático en la Especialización en Educación Integral de la Sexualidad en la UPN Saltillo. Dirige el Club de lectura “Amor, Género y Erotismo” en la FCC de la UAdeC. Además es actor y director de teatro independiente y conductor y productor de radio. Sus líneas de investigación son: La construcción social del amor y las relaciones erótico-amorosas y Comunicación alternativa para el amor y la sexualidad.



la comunicación, atravesándola con dos categorías fundamentales de la experiencia humana: el amor y las relaciones amorosas. De manera puntual, se propone al amor y a las relaciones amorosas como una forma de identidad individual y colectiva, respectivamente, ubicando al concepto de amor como uno de los atributos fundamentales de la identidad individual, y a las relaciones amorosas como un colectivo donde nace una nueva identidad de esta naturaleza, además de ser un tipo de interacción donde se reconfigura la identidad y las manifestaciones de los individuos que la conforman.

En este capítulo se propone que pocas construcciones sociales atraviesan tanto al ser humano como el amor y pocas relaciones son tan significativas en la vida de una persona como las amorosas. Tomando esta premisa, se entiende que la identidad se construye en relación con los otros y al ser las relaciones amorosas una forma de relación significativa para el ser humano y el amor un concepto que penetra la identidad individual, se plantea que el concepto del amor es significativo en la construcción de la identidad individual, así como que la relación amorosa alberga en sí una nueva identidad colectiva.

Para profundizar en lo anterior se toma una ruta donde se define la identidad, luego la identidad colectiva y cómo estas dos se constituyen a partir de un proceso de socioconstruccionista que toma como base la interacción desde el lenguaje. Luego, se llega a las tesis del capítulo: 1) el amor como una forma de identidad, donde se profundiza en la imposibilidad del encuentro con el otro y 2) las relaciones amorosas como una forma de identidad colectiva donde, además, se aborda la relevancia que tiene en este tipo de relación el proceso de interacción para la reconfiguración de la identidad individual de quienes la conforman.

Este capítulo es una reflexión teórico conceptual sobre la identidad y el amor. Toma como base de algunos argumentos el proceso y parte de los resultados de mi tesis doctoral *La construcción social del amor y las relaciones erótico-amorosas de las juventudes universitarias de Saltillo a través de los significados que expresan y las prácticas comunicativas realizadas en espacios virtuales*, presentada en febrero de 2022 como parte del programa



de Doctorado en Ciencias Sociales con Acentuación en Comunicación Social por la Universidad Autónoma de Coahuila.

2. Identidad

La identidad es comúnmente definida como la esencia de una persona o su ser, eso que lo define y lo distingue de lo demás, sin embargo, Giménez (1997) señala que la identidad, lejos de ser una esencia o una serie de características intrínsecas al individuo, es una categoría de carácter intersubjetivo y relacional: se presenta a partir de la autopercepción que una persona construye en su relación con los otros y la aprobación que tienen los otros hacia la autopercepción del individuo.

Pérez (2022) sintetiza en cuatro principios fundamentales la categoría de identidad: 1) Parte de la distinción; 2) Está en un constante cambio; 3) Se construye a partir de un proceso comunicativo y; 4) Sus campos de expresión y construcción son múltiples.

La identidad se define desde la distinción, desde una serie de características y atributos que hacen a una persona o un grupo reconocible ante los demás y ante sí mismo; se parte de una oposición para definir lo que se es (Pérez, 2022).

La identidad se establece a partir de las diferencias: es lo contrario de lo que no se es. En este sentido, González (1997) plantea que establecer una identidad es establecer una distancia con los demás o con lo diferente, ya que cuando se dice que una persona o un pueblo tienen una identidad fuerte, automáticamente nos imaginamos una identidad invariable, rígida. No obstante, las identidades, como cualquier otra construcción social, no están dadas una vez y para siempre, tienen como característica inherente el cambio constante; están en constante resignificación y reconfiguración. De esta manera, tanto lo que el individuo considera sobre sí mismo, así como lo que los demás le asignan, se encuentra en constante cambio, lo que hace a la identidad flexible, desde la edad, hasta las posturas ideológicas o de pertenencia a grupos o sociales (Pérez, 2022). Giménez (1997) agrega que la pluralidad de pertenencias define y constituye la identidad de las personas,



por eso entre mayor pertenencia tenga el individuo a grupos, más se define y refuerza su identidad individual.

Lo que se manifiesta en torno a la identidad además de cambiante es múltiple, ya que se construye a través de una serie inagotable de contextos particulares y pueden estar situados en la constitución física del individuo, su nacionalidad o región de procedencia; la pertenencia que tienen a grupos culturales, políticos, religiosos, laborales, educativos, entre otros tantos. Cada espacio de interacción del individuo reconfigura su identidad y las manifestaciones de la misma (Pérez, 2022).

En este sentido, Giménez (1997) señala que la identidad supone una serie de elementos o características que distinguen a la persona del resto: 1) Pertenencia a colectivos 2) Atributos idiosincráticos y 3) Narrativa biográfica de la persona. Es así que, el individuo se reconoce “*perteneciendo* a una serie de colectivos; *siendo* una serie de atributos; y *cargando* un pasado biográfico incanjeable e irrenunciable”. (p.183)

En cuanto a la narrativa biográfica, Sztajnszrajber y Adamovsky (2016) sostienen que el yo no existe cuando éste nace, sino que se construye a lo largo de la vida de una manera narrativa a partir de la memoria del individuo, de manera que la identidad es la memoria; lo que se recuerda que se ha vivido. Lo problemático de la identidad entendida como un relato construido desde la memoria es que ésta tiende a ser manipulable y distorsionada –consciente e inconscientemente– y, por lo tanto, subjetiva. De tal suerte que la pregunta que se hace el individuo por su existencia y que responde a partir de su historia –o lo que ha construido a partir de los recuerdos de la misma–, es una historia que no tiene que ver con la objetividad ni con la naturalidad, sino con el relato que se cuenta a sí mismo y que le cuentan los otros de sí mismo.

Por otra parte, al ser tan cambiante la identidad, debido a que el cuerpo, los intereses, afinidades y afiliaciones del individuo están en constante movimiento, toma fuerza entender a la identidad como un relato: esa narrativa construida a partir de la historia de vida y que narra los cambios constantes que ha atravesado la persona. De manera que lo que sostiene la idea de identidad en el individuo y en los grupos es, precisamente, ese relato



que narra la serie de cambios y transformaciones que ha sufrido el individuo a lo largo de su vida.

Esto toma relevancia para el campo de estudio de lo social, puesto que toda experiencia del individuo se ha construido en contacto con los otros, de tal manera que el objeto de la identidad no busca lo que ocurre dentro de las personas, sino cómo se manifiesta en el espacio público la narración de lo que la persona dice ser. Por eso, la única manera de acercarnos al ser es a través de sus manifestaciones y esas manifestaciones son, siempre, actos comunicativos.

En este sentido, Pérez (2022) sostiene que toda construcción identitaria del individuo o del grupo parte de una interacción con los otros, y es que no puede ser de otra manera, pues tanto lo que el individuo o el grupo definen sobre sí mismos, como lo que los otros le atribuyen, parten de una interacción sostenida en un proceso comunicativo. Giménez (1997) agrega que la identidad de las personas emerge y se afirma a través del encuentro o confrontación con otras identidades; a través de la interacción.

Sartre ([1943] 1982) señala que no es posible acceder a la identidad de una persona si no es a través de las manifestaciones del ser; de sus prácticas sociales y comunicativas. De tal manera que entendemos o accedemos al otro a partir del acto comunicativo. Sólo hay acceso a la manifestación del ser y aunque la manifestación del ser sea lo único que pueda hablarnos de él, el ser no puede reducirse a la manifestación del mismo. Asimismo, lo existente no se puede reducir a una serie de manifestaciones constantes y finitas, puesto que lo existente está en constante cambio y las manifestaciones no se repiten de manera idéntica. Es decir, nunca podrá conocerse completamente a una persona o un grupo porque, además de estar en constante reconfiguración, éste siempre estará manifestándose de formas distintas.

Aunque no se pueda acceder al ser, es posible acercarse o aspirar a comprenderlo si se le observa en sus manifestaciones, por ejemplo: si se le ve rezar, se puede inferir que es una persona a fin a una religión, sin embargo no será posible acceder a todo su sistema de creencias, para ello, tendrá que haber una serie de diálogos donde los individuos expresen al otro su subjetividad. No obstante, hay un inconveniente en el diálogo y es que pasa



por dos filtros: 1) Las habilidades comunicativas que tiene la persona que expone y 2) El marco interpretativo o subjetivo de quien recibe la información.

El marco interpretativo o subjetivo puede entenderse como el sitio o marco desde el cual un individuo interpreta la realidad. Éste es construido desde la experiencia de vida del propio individuo y, como toda construcción, se encuentra en constante cambio.

En este sentido, resulta imposible acceder ya no sólo al ser, sino también a la manifestación del ser de una persona, debido a que ni la observación ni el diálogo lo permiten, ya que quien pretende entender las manifestaciones del otro, las hará siempre a partir de su propio marco interpretativo, imposible hacerlo desde otro lugar. De hecho, ni siquiera el propio individuo sería capaz de acceder a su propio ser, puesto que lo que alcanza a percibir de sí mismo siempre estará manifestándose a través de significados y prácticas donde se autoobserva y autointerpreta.

3. Identidad colectiva

Las identidades colectivas se construyen alrededor de una serie de símbolos y representaciones sociales compartidas por un grupo particular, haciendo una pluralización de la distinción, convirtiendo el yo en un nosotros (Pérez, 2022). Así como la identidad individual, estas atribuciones –sus afinidades culturales, políticas, educativas, ideológicas o laborales– se construyen en comunidad y se manifiestan a través de los espacios de constitución e interacción que el colectivo determina. Los individuos que conforman estos grupos están en constante diálogo –proceso comunicativo– y reconfiguración de la identidad del mismo; de los significados y las prácticas que el grupo ejerce.

Giménez (1997) define a la pertenencia social como la inclusión del individuo en una colectividad, donde asume un rol, se apropia e interioriza como parte del grupo y a la que el individuo es leal. Cuando el individuo forma parte de un grupo, de una identidad colectiva, puede hacerlo desde diferentes niveles de compromiso que van desde la membresía meramente nominal hasta la membresía militante. La pertenencia, por ejemplo, a una relación amorosa es una pertenencia de membresía militante.



González (1997) agrega que para entender la identidad grupal o de una comunidad es preciso observar la relación que tienen con los otros y las formas en que esa interacción produce una transformación, ya que no hay un yo sin un otro o un nosotros sin un ellos.

La identidad colectiva es también una zona de la identidad personal, ya que la segunda se define a partir de las relaciones de pertenencia que tiene el individuo a grupos sociales los cuales cuentan con una identidad que le antecede al individuo. De tal manera que no hay identidad individual si no le precede a ésta la identidad colectiva. Además, las identidades colectivas no suelen buscar la despersonalización o uniformización de las personas que la integran; suelen ser espontáneas, no necesariamente están vinculadas a un grupo organizado (Giménez, 1997).

Sztajnszrajber y Adamovsky (2016) señalan que se cuenta con una identidad tanto personal como colectiva porque la visualización de sí mismo viene desde fuera, tal como personajes de teatro y, a la vez, espectadores: la historia de la vida humana es difícil de comprender fuera del propio escenario de interacción con otros personajes. Entonces, el individuo o el grupo social se entiende a sí mismo como un personaje en la vida de los otros y, gracias a eso, es consciente que su vida tuvo inicio en algún momento y tiene recuerdos que se cuenta a sí mismo por medio de un relato que construye su identidad individual o colectiva.

El relato que constituye a los grupos sociales y que conforman sus identidades colectivas, se les conocen como mitos fundacionales o universos simbólicos y a estos se les puede entender desde la construcción social de la realidad.

4. Proceso de construcción social sostenido en el lenguaje

Gergen y Yang (2012) plantean que toda idea o concepto que tiene el individuo –incluyendo su propia identidad–, ha sido construida de forma comunitaria a partir de un proceso de construcción social.



Berger y Luckmann ([1966], 2006) proponen un proceso de construcción de la realidad social tomando como marco las instituciones, creadas con el objetivo de establecer un orden social, mismas que son constituidas por individuos que cumplen roles específicos dentro de ellas. Las instituciones se erigen a través de un mito fundacional o una serie de universos simbólicos² y prácticas sociales que legitiman constantemente su funcionalidad en la sociedad en la que se instalan.

De esta manera se infiere una realidad social dinámica y en actualización constante, a partir de las interacciones de quienes la conforman y los cambios que estas interacciones generan tanto en los universos simbólicos, así como en las prácticas de la misma.

La construcción social de la realidad parte, invariablemente, de la construcción individual de la realidad. Es a través de la interacción –sostenida en el lenguaje– y el encuentro con el otro que, tanto el individuo como el grupo social, construyen la realidad social. En este sentido, Kapuscinski (2016) sentencia que la formación del individuo depende siempre del contacto con los otros y Arendt (1993) afirma que la construcción del individuo no puede ser si no es a través de su relación con los otros, restándole importancia a lo que el individuo construya en el campo individual y dándole una vez que entra en contacto con los otros.

Sandoval (2010) pone énfasis en las estructuras que rodean la interacción de los individuos al momento de construir socialmente, dando una agencia limitada al individuo –o grupo social– pues asegura que todo lo que construya el individuo o grupo en lo social estará siempre determinado por la estructura que lo rodea.

De esta manera, la identidad –en su calidad de construcción social– requiere de la presencia de los otros, quienes viven la experiencia compartida y le aseguran al individuo la realidad, tanto del entorno, como la existencia de

² Los universos simbólicos son un concepto que acuñaron Berger y Luckmann ([1966], 2006) y los definen como cuerpos teóricos que integran una serie de significados colectivos, promoviendo un orden institucional. El orden institucional se legitima desde el universo simbólico que, junto con las prácticas sociales, redefinen constantemente a los universos simbólicos y éstas son legitimadas, a su vez, por los universos simbólicos.



sí mismo. De tal suerte que la construcción social de la realidad se da a través de las interacciones –mediadas o en el espacio físico– entre los individuos que conforman un grupo, dando como resultado una serie de significados y prácticas que construyen el sentido de existencia, no sólo de los individuos, sino también de los grupos a los que pertenecen. Esta interacción, enmarcada en un proceso comunicativo, no es posible si no es a través del lenguaje.

Ramos (1995) señala que el lenguaje es el medio a través del cual el ser humano transmite experiencias y construye la realidad social; se erige, así, el sentido de la vida cotidiana. Swadesh (1996) agrega que es a través del lenguaje que los individuos conocen el mundo y dan significados a las cosas que de éste emergen.

Halliday ([1978], 2017) señala que el lenguaje es, también, producto de un proceso de interacción: el lenguaje, así como cualquier otra construcción social, es aprendida a través de un proceso de interacción, de manera que el lenguaje es el vehículo principal de la construcción social y es, a su vez, una construcción social.

Echeverría (2006) agrega que el lenguaje es generativo, no se limita a describir la realidad sino que la crea. El lenguaje es acción y a través de él las cosas ocurren, de manera que no sólo la realidad antecede al lenguaje, sino que también el lenguaje antecede a la realidad. Por ejemplo, en el campo de las relaciones amorosas, dos personas que salen con frecuencia y sienten atracción una por la otra, reconfiguran el concepto de su relación y proyecto de vida una vez que deciden, a través de la palabra, formalizar una relación y acompañarse en pareja.

Se puede concluir que la identidad y la identidad colectiva se construyen a través de un proceso de interacción –comunicación–, presencial o mediada, que se sostiene en el lenguaje. Sin interacción no hay forma de que haya identidad individual o colectiva. El lenguaje –escrito, hablado, visual y kinestésico– es la manera en la que interactuamos. El ser del individuo está en sí mismo y sólo existe para sí, hasta que llega un segundo momento, el de la interacción y, entonces, se construye la identidad.



La identidad se construye y enriquece en el encuentro con el otro, ya que la identidad es reconocer que hay un otro porque, si el otro existe, entonces el individuo que mira a ese otro también existe y esto es fundamental en la construcción de identidad en el contexto de una relación amorosa.

En este sentido, el amor y las relaciones amorosas, así como cualquier concepto construido socialmente, el individuo lo aprende en sociedad gracias a la interacción que tiene con los otros y no sólo eso, sino que sus propias relaciones amorosas reconfiguran su propia identidad y, a la vez, construyen una nueva identidad colectiva, la constituida en conjunto con su pareja.

5. El amor como una forma de identidad

Parafraseando a Descartes, quien afirmaba “pienso luego existo”, en este capítulo se plantea que el ser humano ama y entonces existe. Y es que la relación de pareja es una relación política significativa para las personas que la conforman: es un espacio donde se suele instalar una negociación constante, roles de poder cambiantes y, por lo tanto, una reconfiguración inevitable y necesaria de la identidad.

El amor es un concepto socialmente construido en el que las relaciones amorosas se sostienen y sigue una serie de significados que están en constante cambio a través de las diferentes culturas en donde se le sitúe. Por esta razón, Manrique (2009) señala que al amor no es posible concebirlo como algo sólido, objetivo o transparente, todo lo contrario, es un concepto contradictorio, múltiple y cambiante. Por ello, no se puede definir de manera unívoca, universal o absoluta, pero se puede aproximar a este concepto desde distintos enfoques.

En la palabra amor se inscriben una cantidad innumerable de experiencias y sentidos. Desde la academia y las artes se ha optado por dividirlo en tipos, según el significado que se le dé y el tipo de relación que enmarque, entre los que se destacan el amor romántico, el apasionado y el confluyente. Esto invita a reconsiderar llamar amor a formas de expresión tan diferentes del sentimiento, atención, cuidado y entrega.



Aunque haya quienes aseguren o deseen lo contrario, el amor romántico pareciera establecer, en gran medida, los significados y las prácticas de las relaciones amorosas actuales.

Giddens (1998) propone que el amor romántico establece la unión mística entre hombres y mujeres, así como idealizaciones y sacrificios por la pareja, ideales morales del cristianismo asumidos desde finales del siglo XVIII.

Aunque, según Giddens (1998) en la actualidad los ideales del amor romántico parecieran fragmentarse y, como respuesta a esta fragmentación, se presenta el amor confluyente, que no es necesariamente monógamo y sostiene una igualdad sexual y emocional entre los miembros de la relación (Carmona, 2011). Sin embargo, reminiscencias del amor romántico parecieran seguir presentes en la actualidad.

El amor romántico trae consigo una serie de mitos que parecieran establecerse como verdades incuestionables (Rodríguez, 2017). Una de las características o mitos del amor romántico es la exclusividad sexual y afectiva, así como definir al amor como el concepto en el que se sostienen los vínculos conyugales formados para toda la vida (Hernández, 2014). Por otra parte, Pascual (2016) afirma que el amor romántico asocia la consecución del amor con la felicidad y establece el mito de que no hay manera de ser feliz si se está solo y solamente existe una única persona en el mundo con la que se puede estar; asimismo, se cree que el amor puede todo o que sufrir por amor es normal. Rodríguez y Rodríguez (2016) agregan que en el amor romántico se establece la idealización de amar únicamente a una persona, aspirando a la dependencia o fusión entre los miembros de la pareja.

Y aunque Rodríguez y Rodríguez (2016) señalen que el mundo del amor está transformándose de manera exponencial debido al uso generalizado de internet, pareciera que los mitos del amor romántico siguen reproduciéndose en las relaciones amorosas actuales y que han hallado su adaptación a las prácticas de los espacios virtuales.



No obstante, la reproducción de los mitos del amor romántico en la actualidad pudiera estar en constante diálogo con otros tipos de amor que responden a las dinámicas del presente, como el apasionado y el confluyente.

El amor apasionado involucra una unión entre el amor y la atracción sexual. Giddens (1998) privilegia la atracción sexual y una práctica sexual activa y placentera entre la pareja, aunque para Corona y Rodríguez (2000) al amor apasionado no se le reconoce como un sentimiento o concepto legítimo para soportar en él una relación que pueda sostenerse en el tiempo, puesto que la atracción sexual suele ser más pasajera que otros conceptos propios de una relación amorosa estable como el compromiso, la atención o la felicidad.

El amor confluyente o consensuado se basa en la igualdad sexual y emocional de cada miembro de la pareja, por eso Carmona (2011) define al amor confluyente como la evolución que el amor romántico ha tenido en la actualidad. No necesariamente es monógamo, ni se sostiene en la institución del matrimonio y es abierto a todo tipo de identidades y preferencias sexuales (Corona y Rodríguez, 2000). Este tipo de amor tiene como una de sus características fundamentales el diálogo y negociación constante de quienes conforman la relación, misma que no se define como *pareja* puesto que está abierta a cualquier forma de relación amorosa, incluyendo las uniones poliamorosas.

6. La imposibilidad del encuentro con el otro.

Sztajnszrajber (2020) plantea dos escenarios para entender al amor y la relación que tienen los individuos con este fenómeno: como expansión del individuo o un encuentro real con otro. El autor establece la dicotomía: se enamora la persona de un otro o, por el contrario, se enamora de la proyección creada sobre quien quiere que sea el otro, tomando como referencia sus propias carencias y necesidades afectivas?

Esta aseveración tiene como base las ideas de Caruso ([1979], 2016), quien distinguía también dos formas de amor: el egoísta y el que acepta completamente al ser amado. Este último autor asevera que el amor de tipo egoísta busca poseer a la pareja para incorporarla como alimento, en cambio,



si se acepta completamente a la persona amada, se le toma como ésta es, dejando su identidad y libertad intacta.

La forma de amor entendida como expansión del individuo que plantea Sztajnszrajber (2020) responde a la búsqueda de un ideal de persona previamente diseñado en la mente de la persona que busca, quien pretende encontrar a ese ideal en la realidad y, una vez que cree encontrarle, pretende que cualquier discrepancia del otro con el prediseño ideal se ajuste a conveniencia de ese prediseño. En cambio, en el encuentro con el otro –menos común– la persona no busca ni prediseña un ideal, sino que está abierto a ese encuentro real con un otro diferente a sí mismo quien, sabe, invariablemente va a reestructurar su propia realidad y su identidad.

El encuentro real con un otro pareciera ser menos común de vivirlo puesto que el ser humano tiende a rechazar al otro porque el otro es una amenaza constante. Entonces en cuanto a las relaciones amorosas se refiere, ¿estamos imposibilitados para el encuentro con el otro? ¿estamos constantemente encontrándonos con nosotros mismos proyectado en un otro?

Kapuscinski (2016) señala que el encuentro con el otro es el acontecimiento experiencial más relevante de la vida de un ser humano, no obstante, cada vez es menos común que suceda, ya que cuando la persona tiene un encuentro real y abierto con otro, está dispuesto a romper sus propias estructuras, haciéndose vulnerable al otro; condición de la que suelen huir las personas cuando están en pareja.

Pareciera que el encuentro real con el otro es imposible, pues desde el cortejo, es común que las personas traten de mostrar al otro la faceta o máscara³ que consideren más atractiva de sí mismas. Pudiera entenderse este acto, casi natural, como un mecanismo utilizado con el objetivo de mostrar ante el otro una apariencia de lo que el individuo ha definido acerca de sí mismo. En este sentido, Sartre ([1943] 1982) apunta que la apariencia no oculta

³ Goffman (1979) plantea que las interacciones están veladas por máscaras que, dependiendo del espacio, la persona y la situación en la que se encuentre el individuo, presenta ante el otro con quien interactúa.



al ser, sino que lo revela: la apariencia es el ser. El ser presenta ante los otros su existencia en una serie de manifestaciones, de tal manera que no es que el ser sea la esencia del ser humano y el parecer o la apariencia eso que lo enmascara, que lo cubre, sino que el parecer o la apariencia es, en sí, el ser.

Sin embargo, persiste la imposibilidad del encuentro con el otro en el contexto amoroso pues, al otro –en sus manifestaciones o apariencias expuestas–, nunca se le podrá ver tal y como pretende manifestarse ante los otros, sino que siempre será desde el marco interpretativo de quien observa y ese filtro ya es suficiente para que se imposibilite cualquier acepción real del otro; el otro siempre estará siendo interpretado y construido desde los ojos de quien lo mira, entonces, quien lo mira no podrá encontrarse realmente con el otro, sino con la percepción o ideal que construye de ese otro. Termina por vincularse con la idea que construyó del otro y no con el otro.

Zizek (2019) señala que cada vez se reducen más las posibilidades del encuentro real con el otro pues en la actualidad las juventudes se protegen por miedo a sentir y, por lo tanto, sufrir. Señala que las sociedades actuales se han acostumbrado a disfrutar las cosas sin pagar el precio de las mismas y se pueden ver reflejadas en el consumo de refrescos sin calorías o cerveza sin alcohol y es así como señala el autor que las juventudes buscan las relaciones: encuentros pasionales cortos sin comprometerse y sin el apego fatal de estar enamorado.

Este escenario que señala Zizek (2019) pareciera acercarse más a la expansión del individuo, sin embargo, uno de los principales inconvenientes de la expansión del individuo es la mercantilización del amor que planteaba Fromm (1959), quien señalaba que más que buscar una persona con quien convivir y formar una sociedad de acompañamiento y apoyo mutuo, los individuos que entran en una relación de esta índole pretenden un intercambio favorable; se busca ser lo más atractivo y deseable posible para sentirse y saberse con la oportunidad de acceder a la persona más atractiva y deseable posible, convirtiendo al amor en un concepto mercantil de intercambio.

Finalmente, como respuesta a esta pregunta dicotómica, Sztajnszrajber (2020) propone que el amor y la relación amorosa tendría que entenderse, más que como un encuentro satisfactorio que culmina una búsqueda incesante,



como una construcción del individuo que se deconstruye a sí mismo en relación con el otro, es decir, caminar hacia el –imposible– encuentro con el otro; hacer el esfuerzo del encuentro real con el otro y huir de lo que el propio autor denomina expansión del individuo.

De esta manera, se reconoce que hay una imposibilidad del encuentro real con un otro, pero se hace necesario caminar en el sentido de ese encuentro, aunque nunca se pueda llegar del todo a él, puesto que es el camino que le permite a las parejas convivir entre sí y no consigo mismas, generando así una relación de reconocimiento –aunque sesgado– del otro y no de construcción ideal –y, por lo tanto, irreal– del otro.

7. La polisemia del concepto de amor en juventudes saltilenses

En un estudio realizado para mi tesis doctoral, entre 2019 y 2021 con juventudes universitarias de la ciudad de Saltillo y que tuvo como objetivo el análisis de la construcción social del amor y las relaciones erótico-amorosas de las juventudes universitarias de Saltillo a través de los significados que expresan y las prácticas comunicativas realizadas en espacios virtuales, se realizaron ocho grupos de discusión –cuatro con mujeres y cuatro con hombres– y 8 entrevistas semiestructuradas –cuatro con mujeres y cuatro con hombres–. Del trabajo de campo se concluyó que aunque el ser humano tenga una necesidad natural innata de vincularse, los significados que se le atribuyen, así como las prácticas que se le asignan a esas vinculaciones, son aprendidas y aprehendidas en sociedad a través de un proceso de construcción social sostenido en el lenguaje, razón por la cual, al amor no se le puede entender como un concepto universal, sino que hay que situarlo culturalmente para poderlo entender en cada situación.

Las y los jóvenes informantes de este estudio coincidieron en que el amor es un sentimiento nacido de una atracción tanto física como de personalidad y que se incrementa con el tiempo de convivencia en pareja.

Al amor, además de como un sentimiento o como una forma de identidad, también puede entenderse como un dispositivo social a través del cual se establecen una serie de creencias y prácticas que tienen lugar en la relación



amorosa, por eso, cada que se quiere definir al amor, es casi inevitable que se enuncien características experienciales propias de una relación de pareja.

El amor y la relación amorosa entendida como un dispositivo social no puede desligarse del contexto social, cultural, tecnológico, político y económico en el que se instala, puesto que –como cualquier otro dispositivo social– responde a las lógicas, valores y dinámicas de la sociedad en la que está inserto.

Las juventudes saltillenses de la actualidad parecieran permear en sus relaciones amorosas una serie de características posmodernas como la inmediatez, la ubiquidad y la liquidez. Tal como ocurre en la dinámica de Internet, donde al usuario se le presentan –a través de una serie de algoritmos– contenidos que le interesan, las juventudes saltillenses no parecieran buscar un encuentro con el otro, con la diferencia, sino que están más cercanos a un tipo de relación con una persona que se asemeje a una construcción ideal de la pareja y que, en gran parte de ellas y ellos, se parecen a sí mismas, promoviendo un encuentro narcisista. Pareciera que se alejan del encuentro con el otro, de ese otro que les altere y modifique sus ideas y estructuras de vida. Pareciera que las juventudes saltillenses pretenden entonces, lo que Caruso ([1979], 2016) señalaba como amor egoísta o lo que Sztajnszrajber (2020) más recientemente denominaba la expansión del individuo.

Por otra parte, al amor se le puede entender como una forma de identidad. Stets y Burke (2000) señalan que la identidad es autodefinida, toda vez que lo que diga una persona de sí misma es esa identidad asumida, son sus autocategorizaciones; es lo que han asumido como propio, lo que les significa; es lo que ellos dicen que son, lo que ellos creen que son: su identidad. La autocategorización también se puede entender como la forma en que las personas se identifican a sí mismas, es el relato que se cuenta el individuo sobre sí mismo.

Entonces, se propone al amor como una forma de identidad si se resalta que la identidad es esa serie de autocategorizaciones que hace el individuo sobre sí mismo, sobre quién es, a qué grupos pertenece, en qué cree y qué hace. Pocas cosas son tan penetrantes en el individuo como los grupos a los que pertenece en torno al amor –su pareja–, el sistema de creencias del



individuo en torno al amor y las prácticas que realiza en el contexto de sus relaciones amorosas.

Además, si se parte de la idea que la identidad se construye y reconfigura a través de las interacciones que tiene el individuo con los otros, difícilmente se puede encontrar una interacción tan significativa para el individuo que la que tiene en el contexto de su relación amorosa, la cual puede entenderse como una forma de identidad colectiva.

8. La relación amorosa como una forma de identidad colectiva

En términos de identidad, Goffman (1981, cit. en Pérez, 2022) plantea dos espacios donde el individuo realiza prácticas: 1) En el escenario, que es cuando se encuentra ante la mirada de las y los demás, presentando un comportamiento acorde a la situación en la que se encuentre y; 2) Tras bambalinas, cuando no está siendo observado y puede liberar su comportamiento sin necesidad de preocuparse o prestar atención en la mirada y juicio social.

En este sentido, los individuos, especialmente en el cortejo, se encuentran ante los ojos del otro con quien les interesa intimar una relación, razón por la cual, muestran lo que consideran sus mejores atributos –físicos, de personalidad y conversacionales– para ser más atractivos ante la mirada de ese otro. En cambio, cuando la relación se ha consolidado, es común que los individuos que conforman la pareja, relajen el juicio sobre el otro y, a la vez, la tensión ante la mirada del otro y se muestren de manera más libre, casi como se estaría tras bambalinas.

Es así que, en el cortejo, difícilmente se podrá conocer a la persona con la que se interactúa, pues esa persona muestra lo que considera sus facetas más atractivas para el otro. De ahí que la etapa de cortejo sea tan engañosa.

Pérez (2022) agrega que las correspondencias entre lo que el individuo es y lo que presenta y proyecta ante los demás, en ocasiones puede no coincidir. Esto, puede ser por la necesidad del individuo de formar parte de algún colectivo y así, adherirse a lo demandado por el mismo. En el caso del cortejo, un individuo puede presentarse ante otro individuo que le atrae con características o atribuciones que no necesariamente coinciden con su



identidad genuina, con el claro objetivo de parecer más atractivo a ese otro y conseguir adherirse al colectivo que pretende crear con el otro: el de la pareja

La relación amorosa suele ser el tipo de vinculación por elección más significativa que tiene el ser humano y puede definirse como un colectivo que se conforma por dos personas –o más, en el caso de las relaciones poliamorosas– y se sostiene sobre el concepto de amor. Estas relaciones, según Tenorio (2012) cada vez tienen una gama más amplia de modelos y formatos, entre las que destacan el noviazgo y el matrimonio como los formatos de relaciones amorosas significativas más comunes, pero también están las relaciones abiertas, la unión libre, las relaciones poliamorosas, entre otras tantas que define cada pareja o grupo de personas que se relacionan en torno al amor.

Tenorio (2012) señala que, en una relación amorosa, como en cualquier otro grupo social al que pertenece el individuo, no sólo intervienen los valores individuales de la persona relacionados con la afectividad y cómo estos se encuentran con los de la otra persona con la que se relaciona, sino que también están los factores que se establecen en sociedad y que son modificados según la cultura en la que se les sitúe.

Por otra parte, Bauman ([2005], 2017) plantea que en la posmodernidad –mundo líquido como él lo denomina– las personas buscan desesperadamente conectarse y huyen de cualquier tipo de relación que implique un compromiso a largo plazo, ya que les limitaría la posibilidad de vivir más experiencias, razón por la cual entran en una dinámica de relaciones –conexiones– donde se evita el vínculo profundo y se prefiere una serie de conexiones reemplazables. Por otra parte, Morales y Díaz (2013) señalan que el ser humano tiene una necesidad innata de relacionarse, de ahí que conforme un entramado de vínculos a través de los cuales crea un soporte físico, material, emocional y social.

La relación amorosa suele ser el tipo de relación más significativa e íntima para el ser humano actual; donde sucede una reconfiguración de identidad más profunda, especialmente si se está abierto para el encuentro con el otro, ya que en ese encuentro los individuos están con más disposición no sólo de conocer al otro, sino se reconocerse a sí mismos, un proceso de



diálogo interno –y con el otro– que trae consigo una serie de resignificaciones y reconfiguraciones personales. Además, en ese encuentro se construyen dos identidades nuevas: 1) El individuo construye la identidad del otro tomando como base la interpretación de la lectura que hace de lo que el otro le permite conocer y; 2) Entre los dos individuos construyen una identidad colectiva, una identidad de pareja.

Es en la identidad de pareja donde se construyen los significados y se manifiestan las prácticas y los rituales colectivos, creando así, una nueva cultura, una nueva identidad colectiva. En este sentido, Mead (2009) se cuestiona ¿qué hay de los otros en mí? ¿qué hay de mí en los otros? y ¿cómo esto es un proceso de interacción que nos constituye a nosotros? Una serie de cuestionamientos que toman relevancia si se les sitúa en una relación amorosa, pues en la interacción constante de los miembros de la relación amorosa hay una serie de intercambios identitarios individuales y la conformación de una identidad colectiva nueva.

En este sentido, Giménez (1997) señala que no hay identidad individual si antes no hay una identidad colectiva, ya que la identidad individual es producto de la interacción del individuo con los otros y la pertenencia que tiene éste a grupos sociales. Entonces, la identidad del individuo está conformada, entre otros, por su pertenencia a ese colectivo que forma con su pareja y la pareja puede entenderse como un colectivo sumamente significativo al que pertenece el individuo, lo que hace que este colectivo tenga fuerte injerencia en la identidad del individuo.

Mead (2009) señala que la identidad del individuo se construye a partir del otro. Hay una esencia del individuo que se enfrenta en el campo social a los otros y eso le permite construir su propio ser. Esa interacción con el otro, aunada a la propia esencia del individuo es lo que define su identidad. Por eso, cuando se está en una relación tan profunda y significativa para el individuo como la relación de pareja –noviazgo, matrimonio o cualquier otro formato de relación amorosa que decida la pareja– el encuentro con el otro inevitablemente reconfigura la identidad de los individuos.



En este sentido, Barbero (2002) afirma que siempre hay una mediación, porque las interacciones están siempre mediadas por la cultura. De tal manera que el encuentro entre dos individualidades es el encuentro entre dos culturas y como todo encuentro entre culturas forma una cultura nueva, una identidad colectiva nueva.

9. Conclusiones

En conclusión, se puede resumir que la identidad –como cualquier otra construcción social– se construye a partir de un proceso comunicativo, sus campos de expresión y construcción son múltiples, está en constante cambio, parte de la distinción y la pertenencia a colectivos y se narra a través de un relato.

A la identidad no se puede acceder de manera directa, sino a través de sus manifestaciones. Sin embargo, la interpretación de estas manifestaciones pasa por el filtro del marco interpretativo de quien observa las manifestaciones, razón por la cual resulta imposible acceder de manera impoluta a la identidad de una persona o un grupo social.

Las identidades colectivas son los símbolos y representaciones sociales compartidas desde un grupo social, instalando el *nosotros* en cada individuo que forma parte del grupo; es una zona de identidad individual, pues ésta se define a partir de la pertenencia que tiene el individuo a colectivos.

La identidad, tanto individual como colectiva, es parte de una construcción social que toma como base la interacción, misma donde se reconoce que un otro existe, ya que al reconocer que hay otro, el individuo es reconocido por ese otro y ambos construyen su coexistencia.

El amor es un concepto polisémico construido socialmente y puede entenderse desde distintos enfoques: como un sentimiento nacido de una atracción que se fortalece con el tiempo de convivencia; como un relato o dispositivo social donde se establecen significados y prácticas situadas en un contexto cultural, social, político, económico y tecnológico particular, y que se viven en el marco de una relación amorosa.



Asimismo, el amor puede entenderse como una forma de identidad, puesto que pocas ideas, relatos o sentimientos son tan penetrantes en el individuo como el amor. Además, si se retoma la idea que la identidad individual es constantemente reconfigurada en las interacciones del individuo, pareciera no haber interacción más íntima y significativa que la que se tienen en el marco de una relación amorosa, misma que se entiende como una identidad colectiva.

Las relaciones amorosas son un encuentro entre dos personas, sin embargo, este encuentro pareciera imposible, pues siempre se dará desde el marco interpretativo de quien observa, de manera que no se puede ver al otro tal y como es, sino que siempre será interpretado desde el marco de quien observa y, especialmente, en el contexto amoroso –más que en cualquier otro– el individuo tiende a mostrar lo que considera más atractivo de sí mismo para agradar al otro, dando como resultado una combinación que imposibilita el encuentro real con el otro.

La persona se define por los grupos a los que pertenece y pareciera no haber un grupo más significativo en la identidad del individuo que su relación amorosa. Esta relación tiene su propia identidad colectiva, construida a partir de las dos individualidades que la conforman, pero que no necesariamente es la suma de ambas, sino que hay una constitución identitaria original.

Para ejemplificarlo, cada individuo de la pareja tiene sus propios gustos e intereses, pero además, como pareja –o colectivo, en el caso de las relaciones poliamorosas– tienen gustos e intereses compartidos. Es decir, además de los gustos individuales de cada quien, están los gustos e intereses del colectivo: “nos gusta hacer senderismo los domingos”, “nos gusta jugar juegos de mesa los martes por la noche”, “nos gusta ir al cine los viernes por la tarde”, entre otras tantas actividades que en lo individual no hacen pero sí como colectivo, creando así, una identidad colectiva nueva que, una vez que la pareja –o el colectivo– deje de existir –por decisión o por muerte de alguno de los miembros–, posiblemente algunas de esas actividades, gustos o intereses ya no se practiquen en el contexto individual, porque siempre fueron actividades, gustos o intereses de la pareja o colectivo.



La identidad colectiva de la pareja, así como las individuales de cada miembro, se encuentran en constante cambio, para que una relación amorosa pueda sostenerse en el tiempo pareciera necesario que las personas involucradas estén dispuestas a negociar y reconfigurar constantemente sus significados de amor, pareja, lealtad, fidelidad, proyecto de vida, actividades, rituales, gustos e intereses; su identidad colectiva.

A partir de lo reflexionado en este capítulo, se propone investigar qué relación tienen los roles de poder y género de los miembros de la relación amorosa en la construcción de la identidad colectiva de la misma. También resulta necesario investigar a profundidad la imposibilidad del encuentro con el otro, de conocer a la persona tal y como es. Asimismo, indagar en las características que tienen las facetas o máscaras que presenta ante los otros el individuo en la etapa del cortejo. Por otra parte, habría que reconocer que existen relaciones menos simétricas, donde los miembros de la pareja o colectivo no comparten tantos intereses, gustos o actividades, por lo tanto, habría que preguntarse cómo operaría la identidad colectiva en estos tipos de relaciones.

Se pretende que este capítulo sea la premisa de partida de una serie de estudios que permitan contrastar las posturas que aquí se plantean con la realidad empírica para seguir avanzando en el conocimiento de la identidad y el amor.

10. Referencias

- Arendt, H. ([1958] 1998). *La condición humana*. Paidós.
- Barbero, J. (2002) Jóvenes: comunicación e identidad. Revista Pensar Iberoamérica (0), <https://www.sadlobos.com/wp-content/uploads/2016/02/Barbero-Jovenes-comunicacion-e-identidad.pdf>
- Bauman, Z. ([2005], 2017). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica.
- Berger, P. y Luckmann, T. ([1966], 2006). *Construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores.
- Carmona, M. (2011). ¿Negocian las parejas su sexualidad? Significados asociados a la sexualidad y practicas de negociación sexual. *Revista Estudios Feministas*, 19 (3), 801-802. <http://www.scielo.br/pdf/ref/v19n3/08.pdf>



- Caruso, I. ([1979], 2016). *Narcisismo y socialización. Fundamentos psicogenéticos de la conducta social*. Siglo XXI Editores.
- Corona, S. y Rodríguez, Z. (2000). El amor como vínculo social, discurso e historia: aproximaciones bibliográficas. *Espiral*, 6 (17), 49-70. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13861703>
- Echeverría, R. (2006). *Ontología del lenguaje*. J.C. Sáez Editor.
- El Infierno Es Otro. (22 de marzo de 2019). *Zizek - Nuestro miedo a enamorarnos (Big Think)*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=o8DxgcqZ1Bo&feature=youtu.be>
- Fromm, E. ([1959], 2012). *El arte de amar. Una investigación sobre la naturaleza del amor*. Paidós.
- Gergen, K. y Yang, L. (2012). El construccionismo social y su desarrollo. *Psychological Studies*, 126-133. <http://www.fundacioninterfas.org/capacitacion/wp-content/uploads/2014/03/Entrevista-a-Kenneth-Gergen.pdf>
- Giddens, A. (1998). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Ediciones Cátedra.
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9 (18), 9-28 <https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/ecal/wp-content/uploads/sites/96/2020/03/T-GIMÉNEZ.-Materiales-para-una-teor%C3%ADa-de-las-identidades-sociales.pdf>
- Goffman, E. (1979). *Relaciones en público: microestudios del orden público*. Alianza Editorial.
- González, C. (1997) Identidad, alteridad y comunicación: definiciones y relaciones. *Signo y pensamiento* 30 (XVI), 77-84 <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3062>
- Halliday, M. ([1978], 2017). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. Fondo de Cultura Económica.
- Hernández, A. (2014). *Relaciones amorosas de pareja entre jóvenes universitarios/as: Una mirada desde la perspectiva de género*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México y Universidad Autónoma de Coahuila.
- Kapuscinski, R. (2016). *Encuentro con el otro*. Editorial Anagrama.
- Manrique, R. (2009). *¿Me amas? Todos los consejos que necesitas sobre el amor*. Editorial Pax México.
- Mead, G. H. (2009). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist*. University of Chicago Press.
- Morales, M. y Díaz, D. (2013). Noviazgo: evolución del significado psicológico durante la adolescencia. *Uaricha*, 10 (22), 20-31. https://www.revistauaricha.umich.mx/ojs_uaricha/index.php/urp/article/view/96/94



- Pascual, A. (2016). Sobre el mito del amor romántico. Amores cinematográficos y educación. *Dedica. Revista de Educação e Humanidades*, (10), 63-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5429358>
- Pérez, G. (2022). *Identidad y virtualidad. Aproximaciones desde la comunicación*. Tintable
- Ramos, C. (1995). Los medios de comunicación, agentes constructores de lo real. *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (5), 108-112. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=636300>
- Rodríguez, T. (2017). *El amor y la pareja. Nuevas rutas en las representaciones y prácticas juveniles*. Universidad de Guadalajara.
- Rodríguez, T. y Rodríguez, Z. (2016). El amor y las nuevas tecnologías: experiencias de comunicación y conflicto. *Nueva época*, (25), 15-41. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n25/n25a2.pdf>
- Sandoval, J. (2010). Construcciónismo, conocimiento y realidad: una lectura crítica desde la Psicología Social. *Revista Mad*, (23), 31-37. <https://doi.org/10.5354/0718-0527.2010.13633>
- Sartre, J. (1993) *El ser y la nada: ensayo de ontología fenomenológica*. Ediciones Altaya.
- Swadesh, M. (1996). *El lenguaje y la vida humana*. Fondo de Cultura Económica.
- Sztajnszrajber, D. (2020). *Filosofía a martillazos. Tomo 1*. Paidós.
- Sztajnszrajber, D. y Adamovsky, E. (2016) Charla completa ¿Qué es la identidad? (Conferencia) Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación <https://www.youtube.com/watch?v=ZP45ANGVST4>
- Tenorio, N. (2012). Repensando el amor y la sexualidad: una mirada desde la segunda modernidad. *Sociológica*, 27 (76), 7-52. <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v27n76/v27n76a1.pdf>

CAPÍTULO



4



Alameda Digital, Alameda Segura: Utilizando evidencias digitales para la generación de mapas de ayuda al traslado seguro en la Alameda Zaragoza de Saltillo.

Sergio Antonio Corona Reyes
Aurora Beatriz Coss Coronado





4

Alameda Digital, Alameda Segura: Utilizando evidencias digitales para la generación de mapas de ayuda al traslado seguro en la Alameda Zaragoza de Saltillo.

Sergio Antonio Corona Reyes
Aurora Beatriz Coss Coronado

1. Introducción

En la época actual, cada vez más aspectos de nuestras actividades cotidianas generan registros y evidencias digitales, y el uso de espacios públicos y recreativos no es la excepción: la fotografía amateur con fines de socialización en plataformas digitales ha provocado un aumento exponencial en la disponibilidad de fotografía testimonial de carácter público en la gran mayoría de los espacios recreativos de libre acceso. Este fenómeno ha provocado que la academia cobre interés en cómo utilizar estos testimonios y evidencias digitales para ayudar al estudio de los espacios públicos y su eventual mejora y optimización. El caso de los parques públicos es una de las aplicaciones incipientes de esta inquietud. ¿De qué manera podemos utilizar los datos de uso de los parques en plataformas sociodigitales como datos para buscar mejorar la experiencia de sus usuarios y visitantes? En este reporte se presenta la aplicación de un método específico, mediante el cual



se recuperaron los resultados de un estudio presencial en el parque Alameda Zaragoza de Saltillo, y se utilizó un año de información generada en espacios públicos en línea sobre dicho parque para profundizar y complementar el conocimiento obtenido en la primera etapa.

El presente estudio parte de los resultados obtenidos por el proyecto “Percepciones y vivencias del espacio público urbano en Saltillo y Bogotá: urbanitas diversos”. Dentro del mar de tal proyecto se analizaron las prácticas de desplazamiento y uso del espacio realizadas por mujeres usuarias del parque público “Alameda Zaragoza” en la ciudad de Saltillo, Coahuila, México. Este análisis permitió identificar las zonas de riesgo que tienen el mayor potencial para afectar el tránsito y uso del espacio, y comprender a la Alameda Zaragoza como un espacio público dónde las mujeres construyen y reconstruyen prácticas sociales significativas para desplazarse y usar el espacio social, es decir, generan entre ellas estrategias de autocuidado para reducir los riesgos y disfrutar de un derecho fundamental: el derecho de las mujeres a la ciudad. Otra de las metas de dicho proyecto fue la identificación de los distintos grupos que hacen uso de este espacio, con especial atención a los grupos de mujeres. El hallazgo de más consecuencia en este sentido fue que el grupo de mujeres transeúntes (es decir, mujeres que utilizan la Alameda como espacio de tránsito entre las distintas rutas de transporte público que utilizan en su traslado cotidiano) son uno de los grupos que más exposición tiene a las zonas de riesgo identificadas. Entre otros trabajos cartográficos, el proyecto “Percepciones...” presentó un mapa de los recorridos realizados por estas mujeres en relación con las zonas de riesgo identificadas. La intención de este estudio, como ya se mencionó, fue complementar y profundizar lo que ahora sabemos sobre los trayectos de estas mujeres mediante la incorporación de datos obtenidos de un año de publicaciones de acceso libre en las plataformas sociodigitales Facebook, Twitter e Instagram.

2. Espacio

Tanto la etapa inicial de observación realizada por el proyecto “Percepciones...” como el trabajo aquí realizado parten de la idea de que los espacios públicos



deben comprenderse como fenómenos sociales, dado que el uso que la población hace de ellos construye y reconstruye significados, y constituye relaciones sociales producidas y reproducidas a través de las prácticas (Corona, 2015; De la Peña, 2015). Es decir, el significado del espacio se construye socialmente, mediante prácticas de uso y trayecto que se conforman tanto de nuestra propia experiencia del espacio físico y material como de las relaciones que establecemos con los demás usuarios del lugar y las imágenes y símbolos del espacio representado. El estudio del espacio público como lugar de intercambio de experiencias, de vida urbana y de construcción de ciudadanía se ha convertido en uno de los principales quehaceres de las ciencias sociales en el contexto urbano. En este sentido, en las últimas décadas se ha hecho presente un significativo proceso de cambio respecto a la investigación de la participación de ciudadanos en los espacios públicos. Los estudios de construcción de ciudadanía y espacios públicos nos han acercado a comprender las experiencias de los usuarios y sus prácticas sociales (Ramírez Kuri, 2010; Riquelme Brevis, 2015; Moreno Sánchez, 2019).

Otro de los conceptos centrales del proyecto es el hecho de que la experiencia que tienen las mujeres del espacio público urbano es distinta a la que tienen los hombres: “la calle, el espacio público, desde la misma fundación de la ciudad ha sido claramente concebido, diseñado y usado como espacio masculino” (Cedeño, 2013 p. 326). Esta desigualdad fundamental en la configuración del espacio público es patente en diversas manifestaciones de violencia por razón de género, como el acoso callejero (Pérez Salaverria, 2011; Zúñiga Elizalde, 2014; Arancibia et al, 2015; Ramírez, 2015).

En este mismo tenor, varias investigaciones acerca del uso de parques públicos han descubierto que la sensación de seguridad (o ausencia de ella) es uno de los factores determinantes en dicho uso (Jansson, Fors, Lindgren y Wiström, 2013; Wang, Brown y Liu, 2015), sobre todo para las mujeres (Farrall, Bannister, Ditton y Gilchrist, 2000; Jorgensen y Anthropolou, 2007). Flores Miranda y Monterrubio (2018, p. 320) señalan que “las mujeres mexicanas han adaptado sus actividades cotidianas mediante estrategias de autocuidado, muchas de ellas en comunidad. Pensar en cómo vestir, compartir rutas, formas de transitar, hacer viajes compartidos con otras mujeres, reaccionar ante un acoso, formar parte de grupos virtuales de comunicación, planear un horario



de visita de algún lugar, estas y otras estrategias han sido las generadoras de lazos entre mujeres que viven lo mismo, y qué a su vez, se han convertido en alternativas que buscan generar el sentimiento de seguridad”.

Por otro lado, la utilización de datos en plataformas digitales de socialización para elucidar el uso cotidiano de espacios públicos es una tendencia que está ganando empuje en las áreas de urbanismo, comunicación y gobernanza (Zhang y Zhou, 2018). En el caso de los parques, la relativa ubicuidad de herramientas con conectividad como los *smartphones* ha ayudado a incorporar la geolocalización en metodologías cartográficas emergentes, como los llamados SIG-P o sistemas de información geográfica participativos (Wolf, Stricker y Hagenloh, 2013; Wolf, Wohlfart, Brown y Lasa, 2015). Otra tendencia es la recopilación de los datos generados en redes sociales por los visitantes a los parques. Esta metodología ha sido llamada, entre otros, “Geodatos por *Crowdsourcing*”, “Información Geográfica Pública”, “Sensores Ciudadanos”, o “Contenido Generado por Usuarios”¹ (Zhang y Zhou, 2018), y se diferencia de técnicas como el SIG-P en el hecho de que los datos no han sido generados con el propósito explícito de usarse en el trabajo investigativo, sino que se generaron con un propósito de interacción social y fueron después recuperados para su interpretación. La inmensa cantidad de datos generados en redes sociodigitales día a día por los ciudadanos en general posibilita este tipo de estudios al proveer al investigador con un insumo constante -y de gran volumen- de evidencias documentales del uso que hace la población de los espacios públicos en general y de los parques en particular. En el caso de las grandes ciudades y sitios turísticos de renombre, la información generada por los visitantes rebasa el umbral de lo que consideramos “Grandes Datos” o *Big Data*, lo cual conlleva sus propias dificultades y beneficios metodológicos. Dicho esto, la mayoría de los parques públicos de menor escala en ciudades pequeñas y medianas no llegan (ni se acercan) a generar esa cantidad de

¹ Del inglés *user-generated content*.



evidencias de uso y visita en redes sociodigitales, por lo cual dichas evidencias pueden aún ser analizadas mediante métodos tradicionales.

Este tipo de estudios, utilizando datos públicos en redes sociodigitales para investigar el uso de parques públicos, ha despegado en los últimos diez años, de la mano con la penetración de mercado de los dispositivos móviles conectados a internet². Ejemplo de ello son los trabajos de Hamstead et al (2018), Sessions, Wood, Rabotyagov, y Fisher (2016), Roque, Nogueira Mendes, Magalhaes y Pereira da Silva (2018) y Zhang y Zhou (2018). Los datos generados por este tipo de métodos tienen la ventaja de requerir una inversión mucho menor tanto económica como de horas-persona en relación con metodologías directamente participativas como las SIG-P. También permiten la investigación de parques y áreas públicas en los cuales por alguna razón no se puede garantizar el bienestar de los participantes. Por supuesto, estas técnicas tienen también desventajas en relación con otras metodologías: la utilización de datos cuyo propósito inicial es ajeno al estudio significa que los datos no están diseñados específicamente para ser estudiados de esta manera. Esto no sólo significa que los datos son más difíciles de manejar, sino además que es preciso ejercer gran prudencia en su interpretación.

3. La Alameda Zaragoza

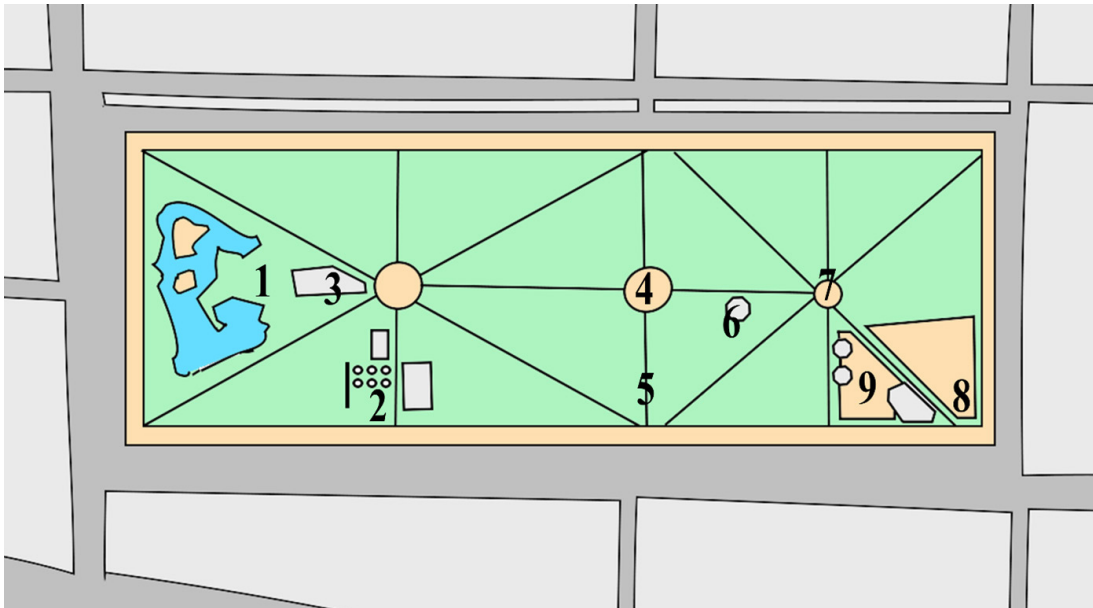
La Alameda Zaragoza es uno de los parques públicos más antiguos de la Ciudad de Saltillo. Tiene una extensión de seis hectáreas, y se encuentra en el centro histórico de la ciudad, a kilómetro y medio del palacio de gobierno y la Catedral de la ciudad. Cuenta con zonas verdes, una biblioteca pública (número 3 en la figura 1), un área de juegos infantiles (8), un estanque (1), y una zona de mesas de lectura (2). Como ya se ha mencionado, durante el proyecto “Espacio Público Urbano” se encontró que el grupo que experimenta mayor inseguridad en su uso del parque son las mujeres transeúntes que

² Del inglés *user-generated content*.



cruzan la Alameda en sus trayectos de conexión entre rutas de transporte público. En la figura 2 se presentan las rutas y paradas que coinciden en un radio de 2 manzanas de la Alameda, junto con los recorridos realizados por las mujeres transeúntes, producto de la observación y de los instrumentos aplicados en el parque. Las líneas rojas representan las rutas de transporte público, mientras que las líneas verdes representan los trayectos de conexión que cruzan el parque. Uno de los descubrimientos del proyecto de observación es el hecho de que las mujeres transeúntes que se trasladan en conexión entre rutas de transporte público evitan los caminos perimetrales del parque aunque esto signifique un recorrido más largo. Esto se debe a que durante distintas horas del día dichos caminos son ocupados por estudiantes de la Secundaria Berrueto, la Preparatoria Mariano Narváez y la Normal Superior, las cuales están todas emplazadas frente al parque.

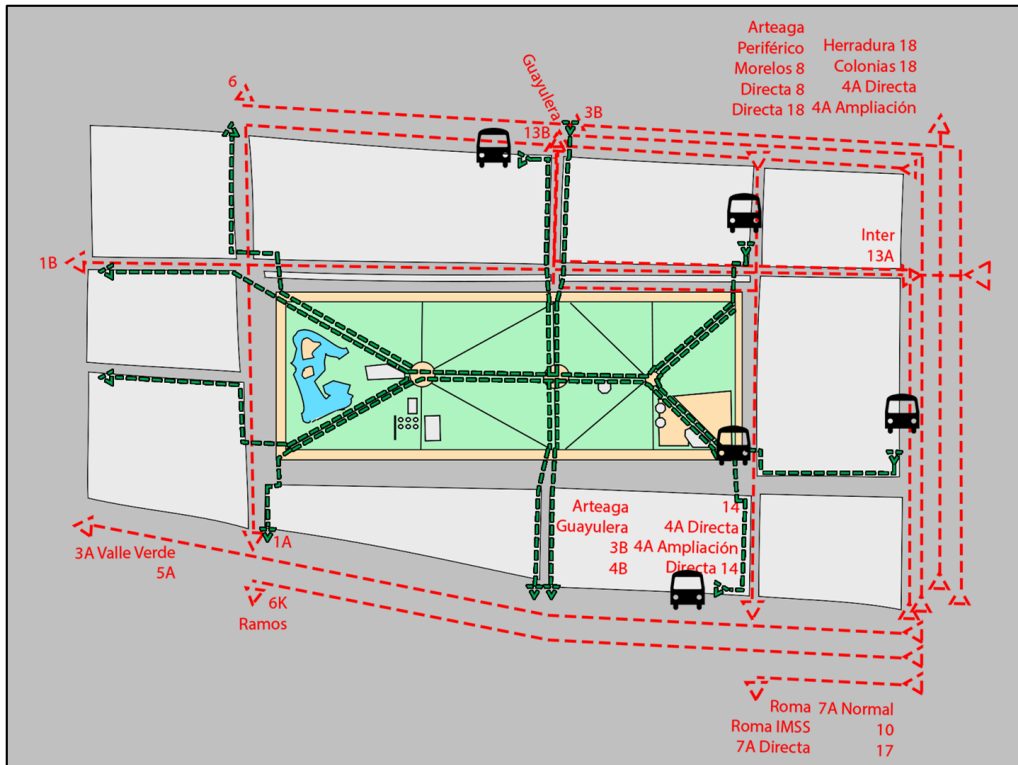
Figura 1. Alameda Zaragoza de Saltillo.



Fuente: elaboración propia



Figura 2. Rutas de transporte público y recorridos de conexión y traslado.



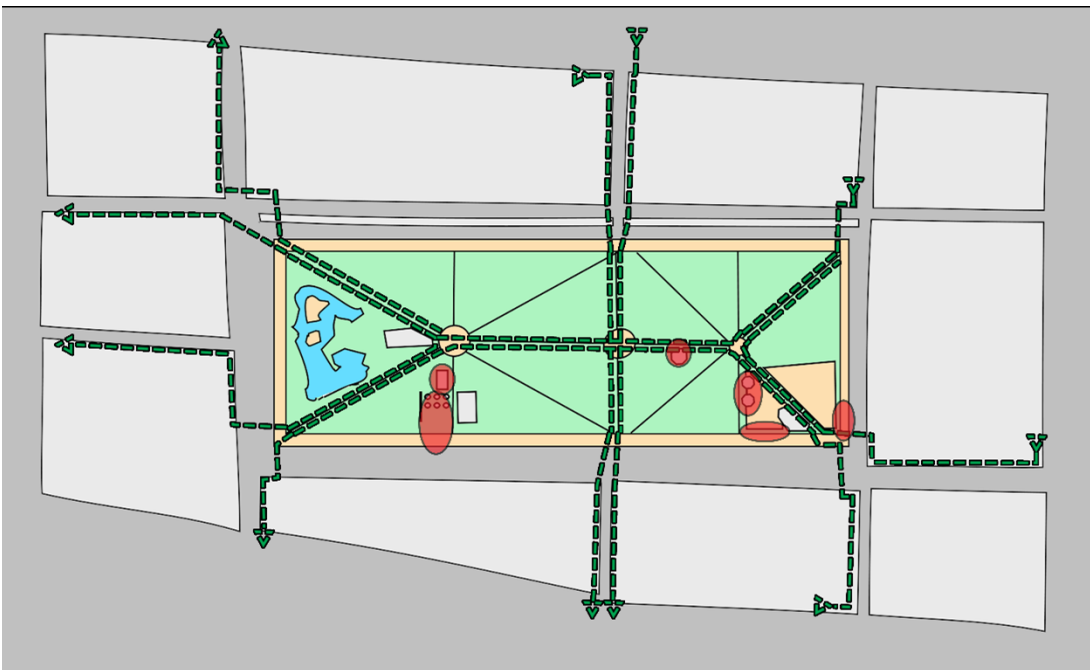
Fuente: elaboración propia

Del mismo modo, en el proyecto “Espacio Público Urbano” se identificó mediante observación y testimonios las posibles áreas problemáticas del parque; es decir, aquellas áreas en las que se presentaba mayor sensación de inseguridad entre las mujeres visitantes. En la figura 3 se pueden observar estas áreas (marcadas en rojo), en comparación con los trayectos de conexión de las transeúntes. Estas áreas fueron identificadas partir de los testimonios, de la observación del uso y del análisis de la distribución espacial, con especial atención a las líneas de visión y apertura de traslado, dos conceptos que han surgido como claves en el estudio de percepciones de seguridad en el espacio público (Herzog y Kutzli; 2002; Jansson et al, 2013; Jorgensen, Hitchmough y Calvert, 2002; Madge, 1997).



Si bien el proyecto “Espacio Público Urbano” obtuvo conocimiento importante respecto al uso del parque, su finalización sugirió la necesidad de obtener datos mediante otros métodos para lograr profundizar en el fenómeno y obtener conocimiento accionable tanto por las personas que hacen uso del espacio como por las autoridades a cargo de su diseño e implementación. Esta necesidad dio pie a la idea de utilizar este caso como piloto para implementar métodos de investigación espacial a partir de contenido generado por usuarios, como complemento de los métodos tradicionales.

Figura 3. Comparación: recorridos de conexión y traslado – áreas de riesgo de acuerdo a la observación presencial.



Fuente: elaboración propia

4. Método

El presente trabajo tuvo como objeto de estudio las evidencias en redes sociodigitales de las visitas y trayectos de los urbanitas de Saltillo en el Parque Alameda Zaragoza durante un año natural. Para esto se recopilaron



todas las publicaciones realizadas en Facebook, Instagram y Twitter desde y/o respecto a la Alameda Zaragoza de Saltillo con información textual, informática o fotográfica que posibilitara su ubicación dentro del espacio del parque, en el período comprendido entre el 17 de Julio del 2018 y el 17 de Julio del 2019.

Se recuperaron las publicaciones de Twitter (*tweets*) cuyo contenido incluye alguna referencia a la Alameda Zaragoza de Saltillo, así como las publicaciones compartidas en las páginas públicas de Facebook “Alameda Zaragoza de Saltillo” y “Saltillo Alameda”³ y las publicaciones de Instagram comprendidas dentro de las ubicaciones creadas y auto-generadas relacionadas con la Alameda de Saltillo. Este proceso recuperó un total de 742 publicaciones, de las cuales 598 contienen datos que posibilitan su ubicación. Cabe mencionar que, de acuerdo con los lineamientos éticos para el análisis de redes sociales, sólo se tomaron en cuenta publicaciones marcadas y difundidas como públicas por sus autores, y almacenadas en páginas de libre acceso. No se tomó en cuenta ninguna publicación realizada por cuentas en modo privado, ni tampoco publicaciones realizadas únicamente en el muro, *feed* o *timeline* de los usuarios.

Cada una de las publicaciones mencionadas fue analizada de acuerdo con un manual de codificación para identificar su procedencia (individuo, comercio, gobierno), intención y pertenencia a algunos de los grupos identificados durante la observación presencial en el proyecto “Espacio Público Urbano”. También se registró su ubicación geográfica y el número de interacciones que generó su publicación. Dicho número de interacciones equivale a la suma de reacciones en Facebook, la suma de “Me gusta” (*likes*) en Instagram y la suma de “Me gusta” (*likes*) y *retweets* en Twitter. Cabe aclarar que no es apropiado pensar en una equivalencia en el número de interacciones dado que las tres plataformas sociodigitales tienen diferencias importantes tanto en volumen de uso como en dinámicas y propósitos de interacción, por lo

³ Desde la recopilación de estos datos, la implementación del modelo de “vecindarios” en Facebook fusionó todas las páginas sobre la Alameda Zaragoza de Saltillo en un vecindario, por lo cual, si bien los enlaces directos obtenidos durante el proceso de captura siguen llevando a las publicaciones originales, las páginas mencionadas ya no existen en su formato original.



cual no es útil ni justificable hacer comparaciones directas de la cantidad de interacciones entre publicaciones de distintas redes sociodigitales. En este caso, se toma en cuenta el número de interacciones únicamente como indicador de la movilidad del mensaje.

En la siguiente etapa, se tomó la evidencia de cada una de las 598 publicaciones para ubicar de la manera más precisa posible la ubicación del autor de la publicación al momento de esta. En el caso de mensajes con datos de geo-localización, se utilizaron dichos datos para ubicar la publicación en el espacio del parque. En el caso de publicaciones con componentes fotográficos, se cotejaron dichos componentes con el amplio archivo de evidencias fotográficas realizadas durante el proyecto de observación presencial para realizar la ubicación en el parque. En el caso de mensajes sin evidencias informáticas ni fotográficas que hacen mención explícita de encontrarse en un área específica del parque, se hizo la ubicación a partir de esta información.

Es necesario mencionar que la mayoría de los paquetes de software de análisis espacial y geo-localización manejan como estándar una lectura de 6 puntos decimales, que equivale a una exactitud de 10 metros. Si bien dicho estándar es suficiente para la mayoría de las aplicaciones prácticas de geolocalización, en el caso del proyecto actual este rango de exactitud es demasiado amplio por las dimensiones del espacio analizado. Debido a esto y al hecho de que nuestros datos pretenden compaginarse con los obtenidos por la observación presencial, los resultados no se presentan en un mapa estándar sino en el mapa realizado por la etapa anterior del proyecto. El utilizar un mapa a la medida nos permite llevar a cabo una ubicación de 10 puntos decimales.

Una vez realizada la geo-localización de las publicaciones, se realizó la cartografía del parque a partir de ellas, y se comparó con la información obtenida en el proceso de observación presencial del proyecto inicial. Los resultados se presentan a continuación.

5. Resultados

Como ya se mencionó, se recuperaron 598 publicaciones geo-localizables: 304 publicaciones en la plataforma Facebook, 157 en Instagram



y 137 en Twitter. En la tabla 1 se puede apreciar que la mayoría de las publicaciones (525) fueron realizadas por individuos, mientras que un porcentaje mucho menor (73) fue realizado por entidades gubernamentales y organizaciones con diversos fines. En la misma tabla podemos apreciar que de las 598 publicaciones sólo 50 fueron hechas con una connotación negativa, lo cual podría ser interpretado como una corroboración de lo encontrado en la observación presencial respecto al ambiente positivo y pacífico del parque durante la mayor parte del día. En cuanto a la intención, se encontró que la mayor parte de las publicaciones realizadas desde el parque tienen una finalidad de expresión social, generalmente mediante fotografía: predominan las publicaciones de *selfies* (expresión individual), fotos familiares de pareja y de grupos (expresión grupal) y fotografías de la flora, fauna y escenas agradables en el parque (testimonio de paisaje). En la figura 4 se puede observar la distribución de las publicaciones en el espacio de la Alameda.

Tabla 1. Publicaciones en redes sociodigitales desde la Alameda Zaragoza, Julio 2017 a Julio 2018.

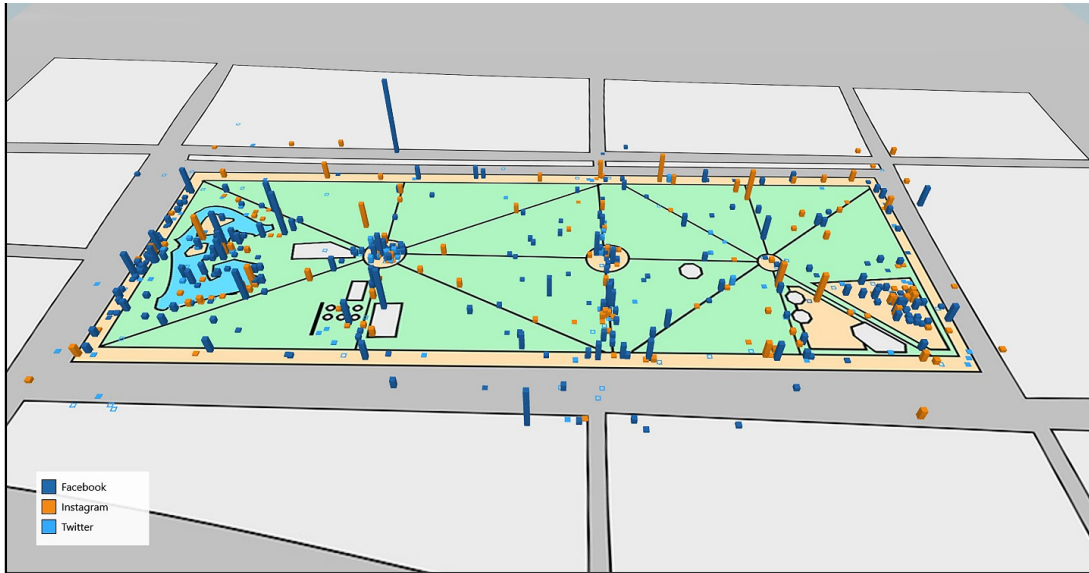
Plataforma		Procedencia		Intención	
Facebook	304	Individuo	525	Expresión Individual	137
Instagram	157	Gobierno	15	Expresión grupal	207
Twitter	137	Red Ciudadana	20	Testimonio de Paisaje	154
		Organización	5	Difusión	25
		Medio de Comunicación	29	Noticia	14
		Comercio	4	Advertencia	11
Conotación				Denuncia	24
Positiva	548			Comentario	14
Negativa	50			Fines Comerciales	11
				Otros	1
TOTAL	598			TOTAL	598

Fuente: elaboración propia





Figura 4. Distribución geográfica de publicaciones en el parque.



Fuente: elaboración propia

La figura 5 corresponde a un mapa de calor⁴ que refleja la actividad de publicación en el parque a partir de los datos obtenidos, con la finalidad de ubicar las zonas de mayor volumen de ocupación; es decir, las zonas del parque donde hay más actividad por parte de visitantes. En dicho mapa podemos observar, en color rojo, 7 áreas de gran volumen de ocupación. Esto es evidencia de la cantidad de publicaciones realizadas desde esas ubicaciones en las redes sociodigitales. Estas áreas corresponden a: 1.- El lago artificial, 2.- Biblioteca pública, 3.- Rotonda central, 4.- Baños y mesas de lectura, 5.- Cruce peatonal, 6.- Fuente y área circunvecina, 7.-Cruce peatonal, 8.- Rotonda del obelisco, 9.- Baños, 10.- Parada de autobús y juegos infantiles. La otra área roja en el mapa no es tomada en cuenta por la siguiente razón:

⁴ Comprendemos como “mapa de calor” a la representación gráfica de datos en un plano, en el cual la coincidencia de ítems en proximidad uno de otro es representada mediante un gradiente de color que va del verde (menor coincidencia en proximidad) al rojo (mayor coincidencia en proximidad). Se puede consultar la historia de este método de representación de datos en el retrospectivo de Wilkinson y Friendly (2012) al respecto.



dicha área tiene una amplia presencia porque desde ella se toman fotos de la Escuela Normal del Estado, que se encuentra frente al parque del otro lado de la calle. Debido a lo anterior, hay representación de fotografías tomadas desde ese lugar, pero cuya finalidad no es ser testimonio del parque sino de la Escuela Normal.

En la figura 6 se puede observar una comparación del mapa de calor con los recorridos trazados en la cartografía final del grupo de mujeres transeúntes del proyecto “Espacio Público Urbano”. Las áreas de mayor volumen muestran algunas coincidencias con los recorridos, pero esto se debe probablemente a que tanto los recorridos de las transeúntes como la distribución geográfica de las publicaciones está delimitada por los andadores y caminos internos del parque. En la misma figura 6 podemos observar cómo la información obtenida de las redes sociodigitales respecto al volumen de uso de las distintas áreas del parque puede incorporarse a la información que tenemos sobre los recorridos de las transeúntes para identificar los segmentos de dichos recorridos con mayor dificultad de desplazamiento. La figura 7 muestra cómo se puede incorporar dicha información de una manera más limpia y legible, incorporando el código cromático del mapa de calor al trazo de los recorridos.

Cabe mencionar que la información presentada en las figuras hasta el momento corresponde específicamente a las publicaciones con connotación positiva. Si volvemos a la tabla 1, podremos comprobar que esto representa poco más del 90% de las publicaciones obtenidas, y se recuperaron solamente 50 publicaciones de connotación negativa. En la figura 8 podemos observar la distribución geográfica de las publicaciones con connotación negativa. Esta categoría engloba las publicaciones con propósito de advertencia, denuncia y/o comentario. Debido a la diferencia de frecuencia, no conviene presentar comparativos entre las publicaciones positivas y negativas; por otro lado, la cantidad de publicaciones negativas significa que indicadores visuales de densidad como el mapa de calor no son apropiados. Sin embargo, la representación de estas denuncias y quejas en la cartografía de los recorridos es de vital importancia dado que se busca minimizar el riesgo de las transeúntes en el parque.



Al tener en cuenta tanto la información del mapa de calor como la distribución geográfica de las publicaciones negativas, podemos observar dos fenómenos: en primera instancia, la información presentada parece corroborar lo encontrado por la observación inicial respecto a la esquina de las calles Juan Aldama y Guillermo Purcell (número 8 en la figura 1) y los riesgos de dicha área. Podemos apreciar correspondencias similares en la zona de las mesas (área 2 en la figura 1). En segunda instancia, encontramos que la información de las redes sociodigitales nos resalta un área potencialmente problemática que no apareció en la observación inicial: el estanque artificial y su área colindante.

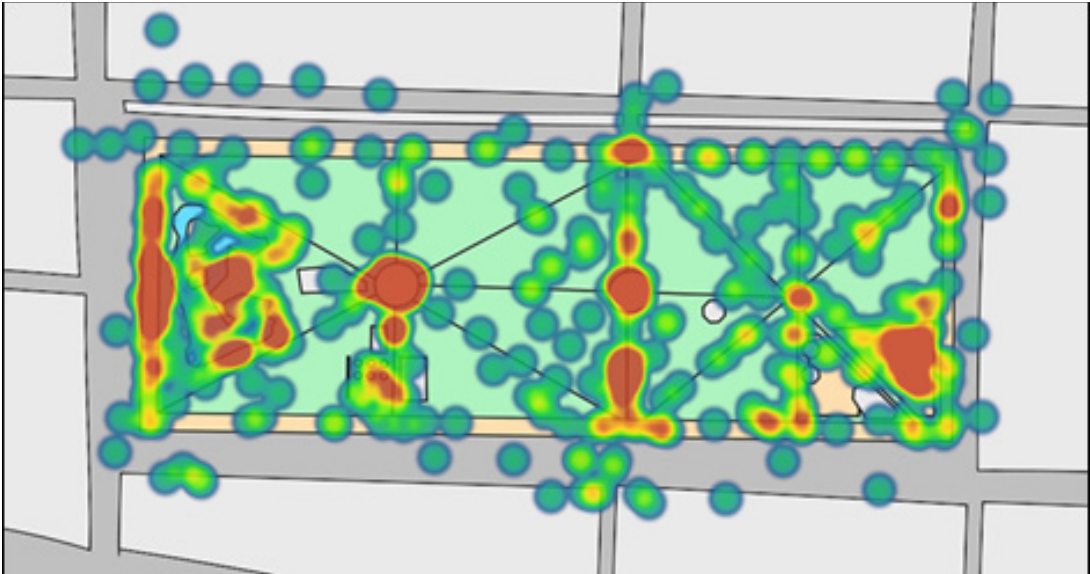
Hay que tener en cuenta que, mientras más riesgosa resulte un área específica, más improbable es que los visitantes del parque permanezcan en el área y documenten socialmente dicha estancia, por lo cual se esperaría ver una relación mutuamente excluyente entre el mapa de calor (representación de la estancia y documentación de las visitas al parque con carácter positivo) y las zonas rojas o de riesgo encontradas en la observación realizada de manera presencial. En la figura 6 podemos ver que dicha expectativa no se cumplió: no pareciera -al menos de los datos obtenidos- haber una menor actividad social en zonas de riesgo. Si observamos la figura 8 podemos concluir que tanto el volumen de publicaciones positivas como negativas está concentrado en las áreas de mayor.

Por último, en la figura 9 podemos observar el producto final de la incorporación de las evidencias de redes sociodigitales a la observación de la Alameda Zaragoza. Este mapa de ayuda al trayecto seguro es el producto final de un trabajo de visualización cartográfica que resulta de la investigación tanto presencial como de evidencias digitales del uso del espacio público en este parque. El propósito de este mapa es la identificación de los trayectos realizados por los grupos más vulnerables que transitan por la Alameda, así como de las amenazas y riesgos que potencialmente pueden problematizar dichos trayectos. Es nuestra esperanza que este trabajo sirva para ilustrar las maneras en que la información generada en el ámbito digital del espacio público urbano puede ser aprovechada para realizar trabajos investigativos que, combinados con la investigación empírica presencial, contribuyan



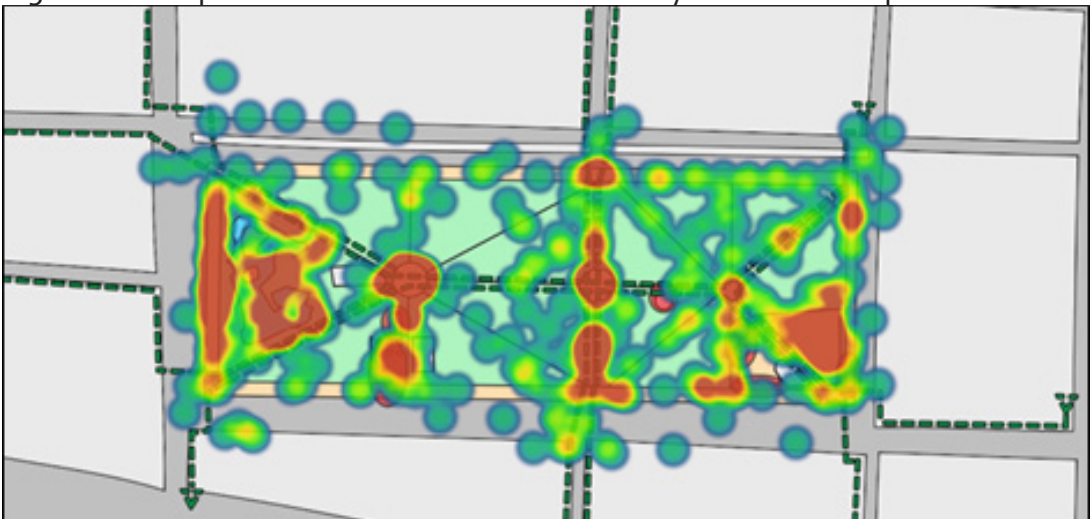
al mejoramiento de la experiencia de la vida cotidiana en las ciudades contemporáneas.

Figura 5. Mapa de calor de publicaciones en el parque.



Fuente: elaboración propia

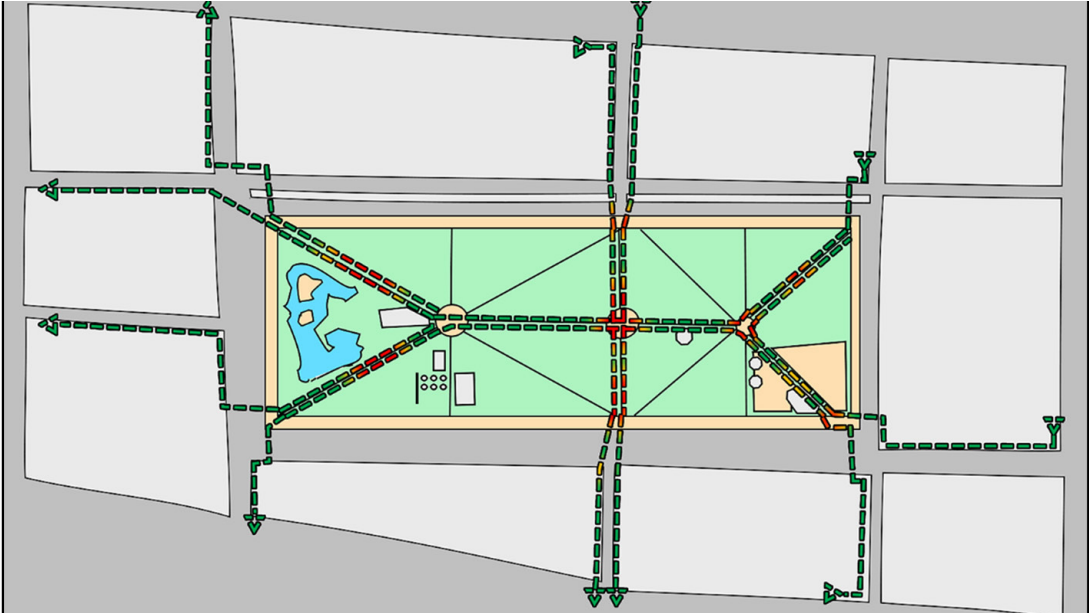
Figura 6. Comparación: recorridos de conexión y traslado / mapa de calor.



Fuente: elaboración propia

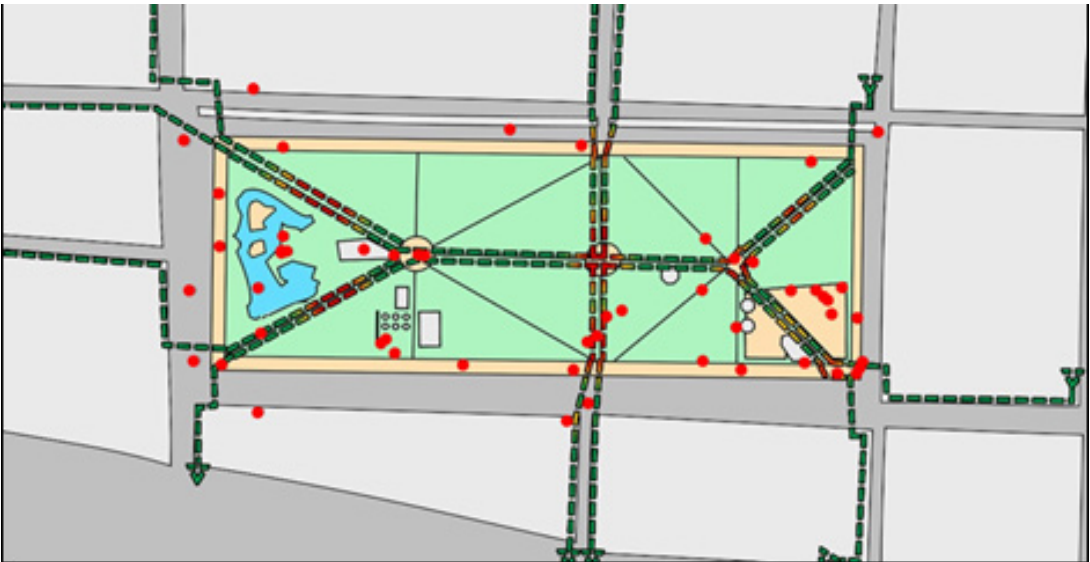


Figura 7. Incorporación de volumen de ocupación al trazo de recorridos.



Fuente: elaboración propia

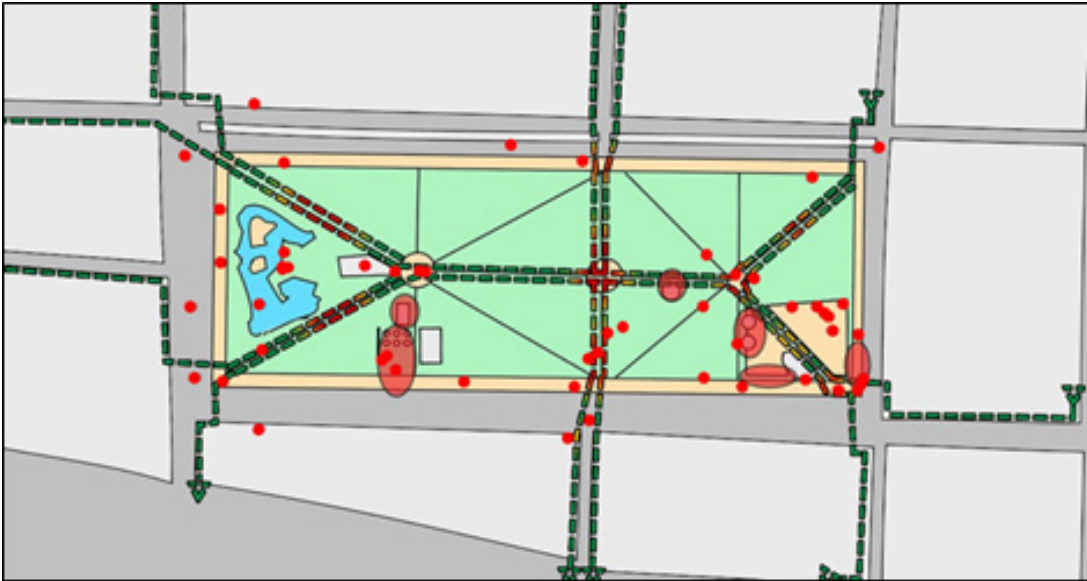
Figura 8. Distribución de publicaciones negativas (denuncia, queja, advertencia).



Fuente: elaboración propia



Figura 9. Mapa final de ayuda al traslado seguro.



Fuente: elaboración propia

6. Conclusiones

En este reporte se ha detallado una forma mediante la cual la información disponible en plataformas digitales puede ser utilizada para complementar y profundizar los conocimientos que adquirimos mediante métodos tradicionales de observación en espacios públicos. Como ya se mencionó, la incorporación de datos digitales de libre acceso a este tipo de estudios puede significar para los académicos que nos ocupamos de ellos un mayor alcance con una menor inversión económica y de recursos humanos, además de abrir nuevas avenidas de estudio. En primera instancia, se espera que la información obtenida en este estudio contribuya a mejorar la experiencia de las mujeres que se trasladan a través de la Alameda Zaragoza. Cabe mencionar, sin embargo, que la finalidad principal de los mapas de ayuda al traslado seguro no es que las transeúntes de la Alameda los utilicen directamente para informar sus desplazamientos, sino que las autoridades los tomen en cuenta para asegurar el libre y seguro tránsito en el parque. Después de todo,



no es responsabilidad de las transeúntes sino de las autoridades asegurar la seguridad de todos los visitantes implementando medidas precautorias y un diseño responsable de lugares y recorridos.

Más allá de las aplicaciones directas del presente caso, los resultados de este tipo de métodos pueden ayudar, desde el punto de vista de la gobernanza, a la exploración del uso ciudadano de parques públicos y a la toma de decisiones para garantizar el bienestar de los visitantes. También puede ayudar a diseñar recorridos y puntos de encuentro, y todas las mejoras al uso práctico del espacio que puedan surgir del agregado de datos de uso. Pero más allá de la interpretación de datos y del uso pragmático, hay una visión filosófica detrás de la intención de facilitar el uso de parques públicos: de acuerdo con Low (2000) la relevancia que tienen las plazas en las ciudades latinoamericanas radica en que tradicionalmente funcionan como centro cultural de la ciudad, y esto las convierte en símbolo del poder cívico. Partiendo del trabajo de Lefebvre (1991) y De Certeau (2000), podemos establecer que la significación del espacio a partir de la práctica espacial (al igual que otro tipo de lecturas culturales) es producto de una tensión vertical entre los significados preferentes asignados por el diseñador (y/o regente) del espacio y los significados construidos por la agencia de los usuarios (Corona, 2015). En este sentido, es imperativo esforzarnos por fortalecer la percepción de los pobladores de su propia agencia para transitar y hacer uso del espacio público, lo que llamamos el “derecho a la ciudad” (Harvey, 2008; Lefebvre, 1996). Reducir el miedo y el riesgo en los trayectos de los grupos más vulnerables es un paso crucial en estos esfuerzos, y absolutamente necesario si deseamos que los espacios públicos urbanos se conviertan en lugares realmente democráticos.

Es preciso también hacer hincapié en el trasfondo democrático que debe subyacer a este tipo de investigaciones. Si bien -como les complace reiterarnos a los heraldos de la era de la información- los datos no tienen ideología, lo que hacemos con ellos ciertamente está empapado de ideología. Es menester que, si vamos a usar datos generados por la población, lo hagamos siempre velando por el interés de dicha población y buscando en todo momento mejorar su agencia y su bienestar. La recolección masiva de



datos tiene el potencial para convertirse en la mayor amenaza a la democracia contemporánea (Couldry, 2017; Helbing et al, 2017; O’Neil, 2019), pero también puede convertirse en un arma para que los investigadores y académicos busquemos generar conocimiento en pro de la gente, de su poder de cambio, de su seguridad y de su lugar en la esfera pública.

7. Referencias

- Arancibia, J., Billi, M., Bustamante, C., Guerrero, M., Meniconi, L., y Molina, M. (2015). *Acoso Sexual Callejero: Contexto y Dimensiones*. Chile: Observatorio contra el acoso callejero. https://www.academia.edu/27051049/Acoso_Sexual_Callejero_Contexto_y_dimensiones
- Cedeño, M. (2013). El cuerpo femenino en el espacio público urbano. *Zainak*, 36, pp. 325-341.
- Corona, A. (2015). *GTA México: Análisis unitario de la configuración espacial en tres versiones de GTA: San Andreas modificadas por jugadores mexicanos* (Disertación doctoral). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Monterrey, México.
- Couldry, N. (2017). Surveillance-democracy. *Journal of Information Technology & Politics*, 14(2), 182-188.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano 1. El arte de hacer*. UIA.
- De la Peña, G. (2015). Espacios públicos en la ciudad: delimitación conceptual y campo social. En C. Recio y A. González (compiladores). *Dimensiones del espacio* (pp. 151-166). Saltillo, Coahuila: Universidad Autónoma de Coahuila.
- Farrall, S., Bannister, J., Ditton, J., y Gilchrist, E. (2000). Social psychology and the fear of crime. *British journal of criminology*, 40(3), 399-413. DOI: <https://doi.org/10.1093/bjc/40.3.399>
- Flores Miranda, P. y Monterrubio M. (2018). Mujeres y espacio público: propuestas colectivas para un entorno seguro. En O. López Pérez, M. L. Martínez Sánchez y E. Tuñón Pablos (Coords). *Las Ciencias Sociales y la Agenda Nacional*. Reflexiones y propuestas desde las Ciencias Sociales, 10. <https://www.comecso.com/ciencias-sociales-agenda-nacional/cs/article/view/2084/785>
- Hamstead, Z. A., Fisher, D., Ilieva, R. T., Wood, S. A., McPhearson, T., y Kremer, P. (2018). Geolocated social media as a rapid indicator of park visitation and equitable park access. *Computers, Environment and Urban Systems*, 72, 38-50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2018.01.007>

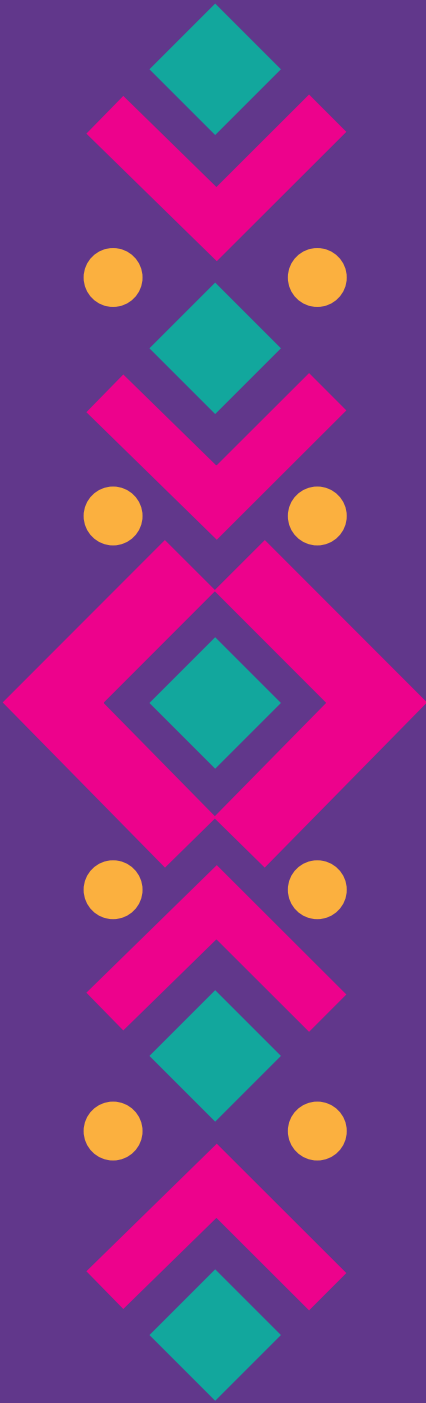
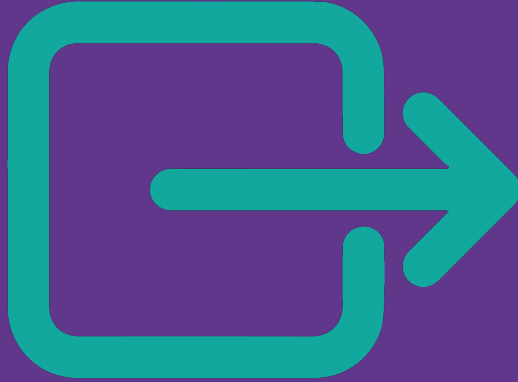


- Harvey, D. (2008). The right to the city. En R. LeGates y F. Stout (eds.) *The City Reader* (pp. 23-40). Londres: Routledge
- Helbing, D., Frey, B. S., Gigerenzer, G., Hafen, E., Hagner, M., Hofstetter, Y., ... y Zwitter, A. (2019). Will democracy survive big data and artificial intelligence?. En D. Helbing (ed.) *Towards Digital Enlightenment* (pp. 73-98). Nueva York: Springer.
- Herzog, T. R., y Kutzli, G. E. (2002). Preference and perceived danger in field/ forest settings. *Environment and behavior*, 34(6), 819-835. DOI: <https://doi.org/10.1177/001391602237250>
- Jansson, M., Fors, H., Lindgren, T., y Wiström, B. (2013). Perceived personal safety in relation to urban woodland vegetation—A review. *Urban forestry & urban greening*, 12(2), 127-133. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2013.01.005>
- Jorgensen, A., y Anthopoulou, A. (2007). Enjoyment and fear in urban woodlands— Does age make a difference?. *Urban Forestry & Urban Greening*, 6(4), 267-278. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2007.05.004>
- Jorgensen, A., Hitchmough, J., y Calvert, T. (2002). Woodland spaces and edges: their impact on perception of safety and preference. *Landscape and urban planning*, 60(3), 135-150. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0169-2046\(02\)00052-X](https://doi.org/10.1016/S0169-2046(02)00052-X)
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (Vol. 30). Oxford: Blackwell.
- Low, S. M. (2000). *On the plaza. The politics of public space and culture*. Austin, Texas: The University of Texas Press.
- Madge, C. (1997). Public parks and the geography of fear. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 88(3), 237-250. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.1997.tb01601.x>
- Moreno Sánchez, E. C. (2019). Prácticas sociales en el espacio público como mecanismo de creación de patrimonio: el parque José Borunda en Ciudad Juárez, Chihuahua, México. *Revista de Diseño Urbano & Paisaje*, 36. http://dup.ucentral.cl/dup_36/practica_social.pdf
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Portland: Broadway Books.
- Pérez Salaverria, M. T. (2011). *Inseguridad de las mujeres en los espacios públicos de las ciudades de América Latina*. Madrid: Instituto de Investigaciones feministas, Universidad Complutense de Madrid. http://eprints.ucm.es/13904/2/TFM_Maria_Teresa_Perez_Salaverria.pdf
- Ramírez, B. (2015). Acoso sexual callejero: una nueva norma para cotidianas violencias. *Gaceta Constitucional y Procesal Constitucional*, 89, pp. 209-219.
- Ramírez Kuri, P. (2007). La ciudad, espacio de construcción de ciudadanía. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, 7. <https://www.redalyc.org/pdf/960/96000704.pdf>



- Ramírez Kuri, P. (2010). Espacios públicos y ciudadanía en la ciudad de México: percepciones, apropiaciones y prácticas sociales en Coyoacán y su Centro Histórico. UNAM. Instituto de Investigaciones Sociales. http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/ce/scpd/LXI/esp_publici.pdf
- Riquelme Brevis, H. (2015). La construcción de ciudadanía en espacios públicos. Apuntes sobre el 15-M y la cotidianidad pamplonesa. *Revista de Tecnología y Sociedad*. <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499051500006.pdf>
- Roque, B. F., Nogueira Mendes, R., Magalhaes, M. F., y Pereira da Silva, C. (2018). Monitoring Walkers and Hikers of Madeira Island through web-share services. En *Proceedings of The 9th International Conference on Monitoring and Management of Visitors in Recreational and Protected Areas: Recreation, place and local development*. Bordeaux (pp. 77-79).
- Sessions, C., Wood, S. A., Rabotyagov, S., y Fisher, D. M. (2016). Measuring recreational visitation at US National Parks with crowd-sourced photographs. *Journal of environmental management*, 183, 703-711. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.09.018>
- Shahbaz, A. y Funk, A. (2019). The Crisis of Social Media. En *Freedom on the Net 2019* (pp. 1 – 29). Washington D.C.: Freedom House.
- Wang, D., Brown, G., y Liu, Y. (2015). The physical and non-physical factors that influence perceived access to urban parks. *Landscape and urban planning*, 133, 53-66. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.09.007>
- Wolf, I. D., Stricker, H. K., y Hagenloh, G. (2013). Interpretive media that attract park visitors and enhance their experiences: A comparison of modern and traditional tools using GPS tracking and GIS technology. *Tourism Management Perspectives*, 7, 59-72. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.04.002>
- Wolf, I. D., Wohlfart, T., Brown, G., y Lasa, A. B. (2015). The use of public participation GIS (PPGIS) for park visitor management: A case study of mountain biking. *Tourism Management*, 51, 112-130. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.003>
- Zhang, S. y Zhou, W. (2018). Recreational visits to urban parks and factors affecting park visits: Evidence from geotagged social media data. *Landscape and Urban Planning*, 180, 27-35. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2018.08.004>
- Zúñiga Elizalde, M. (2014). Las mujeres en los espacios públicos: entre la violencia y la búsqueda de libertad. *Región y sociedad*, 26, pp. 78-100. <http://www.redalyc.org/pdf/102/10230108004.pdf>

CONCLUSIÓN





Conclusión

Este libro integra diversas reflexiones referentes a aspectos de la región norte de México, particularmente en el noreste, desde los puntos de vista del uso del espacio, las prácticas religiosas, el giro semántico de términos en particular y el amor. En conjunto se abordan temas que tienen como hilo conductor aspectos de identidad y de procesos culturales.

Así, el primer capítulo se enfoca al análisis lexical. Se trata de un texto escrito por Gabriel Pérez y Carlos Recio en el que se estudia cómo la palabra raza es utilizada en el habla coloquial del norte de México. El concepto se analiza con una significación distante de la definición clásica de la nobleza, de casta, de la actuación virtuosa como una herencia de los ancestros; y lejano también del sentido relacionado con las características étnicas. El concepto es, en cambio, utilizado como un término integrador, que implica compartir características como las ocupaciones, intereses y afectos, que se mantienen en grupos de situaciones económicas y sociales semejantes, en una atmósfera de camaradería. En esta región, la raza es una expresión que denota una identidad colectiva, la pertenencia a un grupo primario de referencia. Se es raza en función de lo compartido, ya sea grupo de edad, compañeros de escuela o trabajo o incluso en términos territoriales. En esta región transfronteriza este sentido semántico de la raza cobra importancia a partir de la década de 1960 con la lucha de los chicanos por legitimar su identidad y es impulsado por el cine y canciones de la época y décadas posteriores, teniendo como figura emblemática el actor y cantante Piporro. Entre la raza no existe una obligatoriedad en los roles, sino relaciones amistosas y afables, no hay



más compromiso que el de participar en actividades lúdicas o de apoyo, en atmosferas de la broma, la camaradería, de la fraternidad e incluso de complicidad, el apoyo, la solidaridad.

Por su parte Francesco Gervasi, en el segundo capítulo, se enfoca al estudio de las expresiones de religiosidad cotidiana en la devoción hacia el Santo Cristo de la Capilla en Saltillo, desde una perspectiva socio-antropológica. Al estudiar la expresión cotidiana de las devociones populares, en las cuales los sujetos realizan prácticas determinadas como manifestación de sus creencias concluye que el santo se vuelve familiar para el devoto. Por medio de entrevistas a profundidad el autor observa que, dentro de la religión cotidiana, el santo es un destinatario de peticiones para resolver problemas prácticos en un marco religioso. La investigación hizo ver que, durante la pandemia del COVID 2019, los niveles de domesticación de las prácticas religiosas fueron más altos, al pedir favores al Santo Cristo en buena medida desde los espacios habitacionales. En el estudio se encontró que, si bien el primer encuentro de los fieles con el Santo Cristo de la Capilla es inculcado por los padres de los sujetos, con el tiempo su cercanía hacia él es asumida de manera personal, particularmente debido a sus propiedades milagrosas. Los milagros no sólo resuelven grandes problemas o eventos excepcionales, sino también logran satisfacer necesidades prácticas del día a día. Las peticiones principales se orientan principalmente a aspectos de salud, bienestar económico, relaciones sentimentales, problemas laborales o del ámbito educativo, es decir, de la vida cotidiana. De igual manera, la materialidad de los objetos sagrados, como altares, las imágenes, cruces y medallas, llevan a tener una interacción con el santo de manera más íntima.

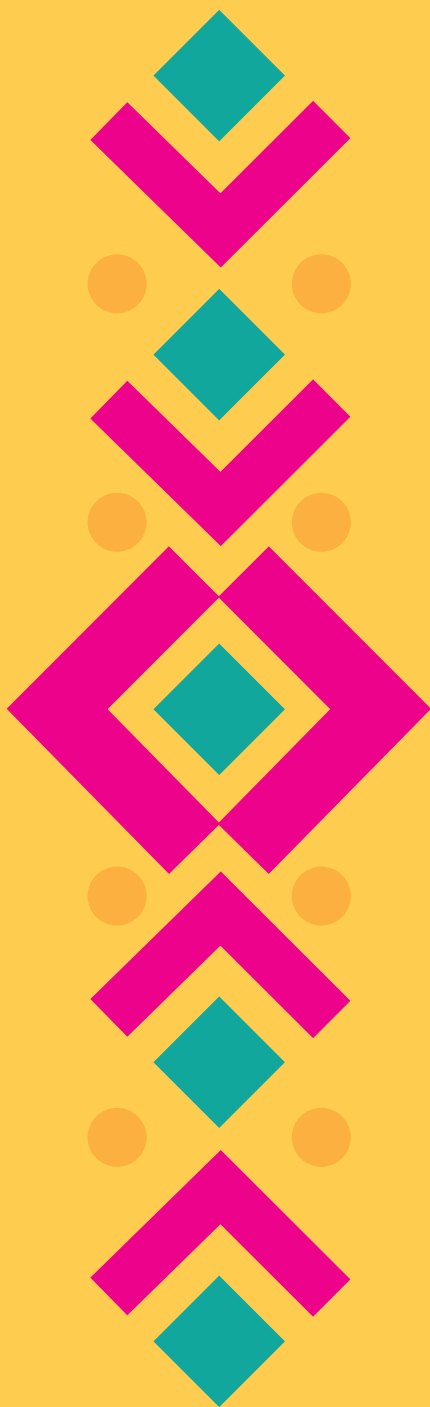
En el tercer capítulo, Jesús Cervantes, a partir de una definición de la identidad desde el construccionismo social y la comunicación, y con base en las categorías del amor y las relaciones amorosas, plantea al amor y este tipo de relaciones como una forma de identidad individual y colectiva. Bajo esa perspectiva, el amor de pareja es un espacio de negociación constante, que implica una reconfiguración permanente de la identidad. Observa que en la actualidad las relaciones amorosas de las juventudes saltilenses parecen tener características propias de la posmodernidad, como la inmediatez, la ubicuidad



y la liquidez. Si bien el amor es un sentimiento que nace de una atracción, se va fortaleciendo con el tiempo de convivencia; en él se establecen significados y prácticas situadas en un contexto cultural, social, político, económico y tecnológico particular. También el amor puede entenderse como una forma de identidad constantemente reconfigurada en las interacciones del individuo. La identidad colectiva de la pareja, así como las individuales de cada uno de los sujetos, se encuentran en constante cambio. Una relación amorosa puede mantenerse en el tiempo, a partir del hecho de que las personas involucradas estén dispuestas a negociar y reconfigurar constantemente sus significados de amor, pareja, lealtad, fidelidad, proyecto de vida, actividades, rituales, gustos e intereses; en fin, su identidad colectiva.

El estudio realizado por Antonio Corona y Beatriz Coss, complementa y profundiza análisis previamente realizados a partir de la observación en la Alameda Zaragoza, de Saltillo. Así, a partir de las evidencias digitales en las plataformas como Facebook, Twitter e Instragram, se muestra que las mujeres constituyen el grupo que experimenta mayor inseguridad en el uso de la alameda, principalmente en su trayecto de conexión entre las rutas de transporte público. A partir de una serie de mapas diseñados por los autores, se detectan las áreas de mayor sensación de inseguridad considerando la información publicada por los usuarios en las redes sociodigitales. En una observación inicial se considera como un área potencialmente problemática la esquina de las calles Aldama y Purcel. En una segunda observación se determina que esa situación ocurre en el Lago de la República, en la parte sur del jardín público y sus alrededores. El texto propone que, al investigar sobre espacios públicos, la información en las plataformas digitales es posible llevar a un conocimiento más amplio y profundo que el adquirido por los métodos tradicionales de observación. Los mapas de traslado ofrecen información a las autoridades para establecer estrategias que con el fin de reducir el miedo y el riesgo en los trayectos de los grupos más vulnerables y que aseguren el tránsito libre y seguro por el lugar.

En suma, los cuatro capítulos se proponen como puntos de partida para investigaciones posteriores sobre los temas que abordan.



SEMBLANZAS



Jesús Gerardo Cervantes Flores
Sergio Antonio Corona Reyes
Beatriz Coss Coronado
Francesco Gervasi
Gabriel Pérez Salazar
Carlos Recio Dávila





Semblanzas

Jesús Gerardo Cervantes Flores es doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Comunicación Social por la Universidad Autónoma de Coahuila, UAdeC. Estudió la Maestría en Promoción y Desarrollo Cultural por la UAdeC. Actualmente es profesor investigador en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAdeC. Es catedrático en la Especialización en Educación Integral de la Sexualidad en la Universidad Pedagógica Nacional, UPN Saltillo. Dirige el Club de lectura “Amor, Género y Erotismo” en la Facultad de Ciencias de la Comunicación FCC de la UAdeC. Además, es actor y director de teatro independiente y conductor y productor de radio. Sus líneas de investigación son: La construcción social del amor y las relaciones erótico-amorosas y Comunicación alternativa para el amor y la sexualidad. (j.cervantes@uadec.edu.mx).

Antonio Corona es doctor en Estudios Humanísticos con especialidad en Comunicación y Estudios Culturales, por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey ITESM. Miembro del Sistema nacional de Investigadores (SNI), nivel 1. Miembro del cuerpo académico “Cultura e Identidad”, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila; miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y de CORPUS Grupo Internacional de Estudios Culturales sobre el Cuerpo. Autor del libro Identidad-Agencia-Espacio: El videojuego





desde los Estudios Culturales, así como de artículos científicos y capítulos de libro. Su trabajo de investigación se centra en la representación de identidades y diversidades en redes sociales, videojuegos y otros espacios virtuales, con enfoque en los procesos de otrificación y constructos mentales de Diferencia. Sus proyectos actuales de investigación se enfocan en el análisis cuantitativo y cualitativo de discursos en internet mediante procesamiento de lenguaje natural. (antonio corona@uadec.edu.mx)

Beatriz Coss Coronado es maestra en Comunicación por la Universidad Autónoma de Coahuila. Profesora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, UAdeC. Integrante del cuerpo académico “Cultura e Identidad” y socia activa de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Autora y coautora de capítulos de libros, entre ellos: Tecnologías de la Información y la Comunicación: Una visión multidisciplinaria. Desde la sociedad hacia la Educación (2018) y Cultura e identidad. Prácticas y discursos identitarios en el noreste de México (2022). Su línea de investigación es Comunicación, jóvenes e identidad. Actualmente desarrolla la tesis doctoral “Jóvenes e Identidad. Prácticas sociales colectivas entre los jóvenes saltillenses”. (beatriz_coss@uadec.edu.mx)

Francesco Gervasi es doctor en “Politica, Società e Cultura” por la Università della Calabria (Italia). Es profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila. Forma parte del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) con el nivel 1. Es miembro del Comité Científico de la revista “Religioni e Società”. Es co-director científico de la revista “Comparative Cultural Studies - European and Latin American Perspectives” Es responsable, por la Universidad Autónoma de Coahuila, de la “Red Latinoamericana para el cambio social y el aprendizaje emancipatorio”. Ha publicado libros, capítulos y artículos en revistas internacionales arbitradas e indexadas. Sus principales líneas de investigación son: diversidad y pluralismo religiosos; identidades religiosas y modernidad; religión y medios masivos de comunicación; religiosidad popular; religión cotidiana, discriminación religiosa. (francescogervasi@uadec.edu.mx)



Gabriel Pérez Salazar es doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México y cuenta con el Nivel II del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Es autor de más de 60 productos académicos publicados a nivel nacional e internacional, incluyendo tres libros como autor único. Ha sido profesor en la UNAM, en la UACM y desde 2010 es catedrático de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Coahuila, donde es líder del Cuerpo Académico “Cultura e Identidad”. Dentro de su línea de investigación destacan los abordajes que ha hecho en torno a los procesos identitarios en los espacios virtuales y la cibercultura. (gabriel.perez.salazar@uadec.edu.mx)

Carlos Jesús Recio Dávila es doctor en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Universidad Lumière Lyon 2, Francia. Es profesor-investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), nivel I. Sus líneas de investigación son la historia de México en los siglos 19 y 20, así como la semiótica visual y urbana, y la cultura del noreste de México. Autor de siete libros sobre historia y cultura regional, entre ellos Saltillo, imagen y memoria. Tarjetas postales de la Época de Oro 1900-1914, (2022) y El habla del norte de México. Voces y expresiones (2022), además de artículos y capítulos de libro en publicaciones nacionales e internacionales. Ha sido profesor invitado en universidades de México, Italia y Corea del Sur. (carlos_recio@uadec.edu.mx)



Este libro en formato electrónico fue editado
por la Universidad Autónoma de Coahuila.
Saltillo, Coahuila, el 8 de diciembre de 2023.

Esta obra integra cuatro estudios sobre prácticas sociales y espacios culturales en el noreste de México que tienen como eje común lo identitario. Inicia con un capítulo consagrado al uso de expresiones idiomáticas comunes, en especial la palabra raza, en su acepción particular en esta región del país, elaborado por Gabriel Pérez Salazar y Carlos Recio Dávila. El siguiente texto aborda las manifestaciones de religiosidad cotidiana en la devoción hacia el Santo Cristo de la Capilla, en Saltillo, cuya autoría corresponde a Francesco Gervasi. En un capítulo más, realizado por Jesús Gerardo Cervantes Flores, se analiza e interpreta el concepto del amor y las relaciones amorosas como una forma de identidad individual y colectiva. Finalmente, se presenta un texto sobre las evidencias digitales que permiten la elaboración de mapas de ayuda al traslado seguro en la Alameda Zaragoza de la capital de Coahuila, elaborado por Sergio Antonio Corona Reyes y Aurora Beatriz Coss Coronado.

Los diversos temas, plataformas teóricas y visiones sobre estos fenómenos sociales coinciden en proponer reflexiones sobre las dinámicas de una sociedad compleja, en la cual, a partir de una historia compartida, se desarrollan sólidas y dinámicas interacciones las cuales construyen el presente y anclan el porvenir de las comunidades en la región.



PRÁCTICAS SOCIALES Y ESPACIOS CULTURALES EN EL NORESTE DE MÉXICO
LIBRO COLECTIVO DEL CUERPO ACADÉMICO CULTURA E IDENTIDAD
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA

ISBN: 978-607-506-500-7



**Universidad
Autónoma
de Coahuila**



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Cuerpo Académico

**Cultura e
Identidad**