



El Creer y el Hacer: una propuesta para el análisis de las identidades sociales

Believing and Doing: A Proposal for the Analysis of Social Identities

Diana Lucía Álvarez Macías^(*)
México

Resumen

¿Cómo se ven a sí mismos y a los otros los habitantes de una región de México? ¿Cómo se articulan las percepciones sobre las creencias del grupo y sus acciones? En este artículo se presenta un modelo para conceptualizar cómo está estructurada la identidad social. A partir de un estudio de caso, la investigación toma como centro los elementos de la identidad, a los que se definen como unidades de significación contenidas en una creencia o enunciado. Posteriormente se detalla el proceso de análisis a través del cual es posible entender su articulación y organización. A través de dos Mundos y dos Dimensiones que conforman la identidad social así como tres ejes que la configuran, el Espacio, el Tiempo y la Relación, este documento analiza el caso de los habitantes de Los Altos, Jalisco, México, con la encomienda de dotar de una pri-

Abstract

How do the individuals from a particular Mexican region see themselves and the rest of the inhabitants of the area? How are the perceptions about the group's beliefs and their actions articulated? This article presents a model aimed at conceptualizing how social identity is structured. Based on a case study, the research focuses on the elements of identity, defined as units of signification within a belief or statement. The paper also details the process of analysis through which it is possible to understand its articulation and organization. We do it by means of two Worlds and two Dimensions that conform the social identity, as well as three axes that shape it: Space, Time and the Relationship, this document analyzes the case of inhabitants of Los Altos, Jalisco, Mexico, in order to provide a first tool that helps

mera herramienta para entender quiénes y cómo son, a decir de sí mismos, los habitantes de esta región.

understand who the inhabitants of this region are, and what they are like, according to themselves.

Palabras clave: *análisis de la identidad, creencias, México, autoimagen, acción.*

Keywords: *identity analysis, beliefs, Mexico, self-image, action.*

Analizar desde cualquier punto de vista el complejo fenómeno de lo que se denomina “Identidad social” es interminable. No sólo por la gran variedad de textos, diversidad de posturas y disciplinas que abordan el tema, sino también por el esfuerzo de orden que implica no perderse en el mar de representaciones, símbolos, rituales, conceptos, ideas, sentimientos, conflictos y discusiones que se generan en la vida cotidiana y en la académica al respecto.

Para evitar caer en esa inagotable disertación, es pertinente aclarar que se presentará una propuesta¹ para el análisis de la identidad social basada en una investigación realizada en una zona conocida como Los Altos, en el estado de Jalisco, situado al Occidente del País, que sirvió como base para una tesis doctoral. La zona en la que se realizó el estudio se encuentra en la parte norte del estado y es una región de 17 mil 038 kilómetros cuadrados, que abarca 23 municipios. Durante la realización del trabajo de campo (1995-1998) había una población de 695 mil 484 habitantes.

El objetivo de este artículo es exponer el modelo general que se obtuvo del primer análisis de los resultados, sin ahondar en las implicaciones específicas para la comunidad de estudio, las cuales se presentarán en la lectura de la tesis antes citada.

La identidad, vista como un proceso de construcción simbólica de identificación-diferenciación que se da dentro de un marco de referencia - en este caso una región y una cultura-, es un sistema de relaciones y representaciones que generan significación al explicar lo que acontece (Álvarez Macías, 2007). En este sentido, se descarta que sea una entidad inalterable, definición que describe Maya Lorena Pérez Ruiz (1992) como postura de los esencialistas, quienes consideran a la identidad como algo que permanece en un grupo a pesar de los cambios económicos, políticos y sociales.

Es importante anotar que, para esta investigadora, durante la reelaboración simbólica se omiten diferencias, se acrecientan o disminuyen (procesos de selección y adecuación) para marcar los límites entre nosotros y los otros, el dentro y el fuera, regular las interacciones. De esta manera,

¹ Esta propuesta es la primera parte de un análisis que está desarrollado en la tesis *Los mitos vivos de México: el caso de los Altos de Jalisco*, que se presentará para ser defendida en 2008 en la Universidad Complutense de Madrid, dirigida por Manuel Martín Serrano.

afirma que los procesos de identidad son históricos: al cambiar las condiciones económicas y sociales se modifica el mundo de representaciones ideológicas que los acompaña.

Retomando la postura anterior, Álvarez Macías define como la base de su estudio a los elementos de la identidad, a los que define como unidades de significación contenidas en una creencia o enunciado, y los cuales fueron sometidos a un proceso de análisis para entender la estructura en la cual están articulados y cómo están organizados. Dicho estudio no se inició con un modelo acabado de cómo se construye la identidad social, pero sí con diversas aproximaciones y conceptos, como los analizados por Manuel Martín Serrano (1972, 1978), Manuel Castell (2000), Joan Josep Puigadas (1993), Luis Villoro (1998), Paul Giroy, Pérez Ruiz (1992), Gilberto Jiménez (1996) y Aquiles Chihu Amparán (2002) (ver Álvarez Macías, 2007: capítulo 1).

La investigación apuntó una hipótesis global inicial: existía un proceso de mestizaje tardío, cuyas repercusiones sociales y culturales estaban modificando la identidad alteña; pero en el camino de probar esta hipótesis se obtuvieron elementos y datos que permitieron construir un modelo propio para analizar éste proceso identitario.

1. LOS ELEMENTOS

Al revisar los relatos contenidos en las entrevistas que conforman el corpus de datos de la investigación², se aislaron unidades de significación a las que se les denominó **elementos de identidad**, los cuales expresan o refieren las representaciones que el alteño, gentilicio que reciben los habitantes de Los Altos, tiene sobre lo que él y su sociedad son, creen, piensan y hacen; sobre lo qué significa ser alteño, el alcance de las costumbres y la historia de su región y sus paisanos. Son ideas que expresan el cómo se ven a sí mismos los alteños, en qué creen y cuáles son sus tradiciones. También cuentan lo que hacen, cómo viven y los problemas que enfrentan.

² Se realizaron 52 entrevistas en profundidad a personas de diversas edades, estratos socioeconómicos y culturales de San Miguel El Alto, Jalisco, México, seleccionados con la técnica de bola de nieve.

Al analizar las operaciones mentales generales con las que se manejan las experiencias, se encontró (Álvarez Macías, 2007) que para explicar lo que sucede en el mundo, el alteño organiza su cosmovisión con base en tres ejes fundamentales que le permiten reconstruir la realidad con sentido y significado propio: el espacio, el tiempo y la relación (con el Otro).

Siguiendo la propuesta, el ámbito *espacial* está referido al sitio o lugar en donde la persona sitúa los hechos o donde percibe que están las cosas. En términos generales hay una ubicación con respecto a un punto de referencia, el cual es la persona misma. Todo lo que suceda en su contexto más inmediato ocurre en un entorno **local**. No se refiere a localidad en términos de pueblo o colonia más cercana, sino a territorio sentido como más propio, en este caso es la región y el estado³.

Cada persona vive, directamente, un ámbito *temporal* con dos fases: el antes y el ahora. Pero también hay cosas que están fuera de lo cotidiano: el mundo de muertos se mueve, generalmente, en otra realidad, son *atemporales*. Por otro lado, en ocasiones algunas personas tienen ciertas experiencias que, aunque deberían tener un tiempo, lo desconocen, entonces son percibidas como **intemporales**. Lo mismo sucede cuando la persona vincula un momento personal, temporal, con el mundo de los muertos, con esa realidad desconocida.

El ámbito de *relación* está construido en tres niveles: íntimo, referido a los vínculos más cercanos, de la persona consigo misma o de persona a persona pero en un plano de cercanía extrema, de vínculo profundo como puede ser con la pareja, y el cual no está disponible al escrutinio de los demás, ni de la familia, pues sólo le concierne a los involucrados; el privado se construye cuando la relación es con la familia, primero la cercana, como los hijos, y luego cuando está en juego el nexo del parentesco y el intercambio es en un espacio reducido, también fuera de la mirada generalizada; y el público, relativo al trato con la familia y el resto de la comunidad pero en espacios abiertos, generales, comunes.

³ En México, jurídicamente el territorio está dividido en estados, que son entidades federativas que aglutinan a los municipios. Las regiones no tienen identidad jurídica, aunque sí social. San Miguel el Alto pertenece al estado de Jalisco, pero está considerado dentro de la región de Los Altos. Se utiliza estado en minúscula, para diferenciarlo de Estado, relativo al país.

Los elementos que se fueron identificando nos permitieron establecer que el alteño organiza su visión de la realidad, de lo que le rodea, en primera instancia en dos cosmos fundamentales: el **mundo de los vivos** y el **mundo de los muertos**. Más adelante se explicará cómo se revisó y qué peso relativo tiene cada uno de estos mundos en la vida cotidiana, en la identidad del alteño.

La segunda fase consistió en analizar nuevamente cada entrevista para identificar cómo estaban relacionados los elementos o unidades relevantes, para agruparlas por temas hasta formar núcleos de identidad. Por ejemplo, varios entrevistados al hablar de Los Altos y su gente hicieron referencia, de distintas formas, a que los antepasados eran españoles, lo que llevó a aglutinar esa información en el tema de la herencia hispana. Alrededor de esta temática surgieron varios elementos de identidad: **la belleza**, por ejemplo, aglutinó diversos enunciados que describían las características físicas de los habitantes de esta región, tanto hombres como mujeres.

En este segundo nivel se establecieron cuáles eran los lazos que unían o agrupaban a estas unidades para formar los núcleos. ¿Qué otras unidades de significación estaban ligadas o referidas a la persona directamente, a describirla no sólo en su aspecto físico sino también en el carácter, en la forma de ser? Siguiendo el ejemplo antes referido se encontraron varios como **la hidalguía**, **la nobleza** (de origen nobiliario), **el empuje**, **la rebeldía**, **la incultura**, por citar algunas. De esta forma, se determinó que estaban ligadas a un aspecto particular, el cual formaba un núcleo de identidad (Álvarez Macías, 2007): la esencia del alteño, la definición que sobre sí mismos hacen, a lo cual se le denominó “El Ser”.

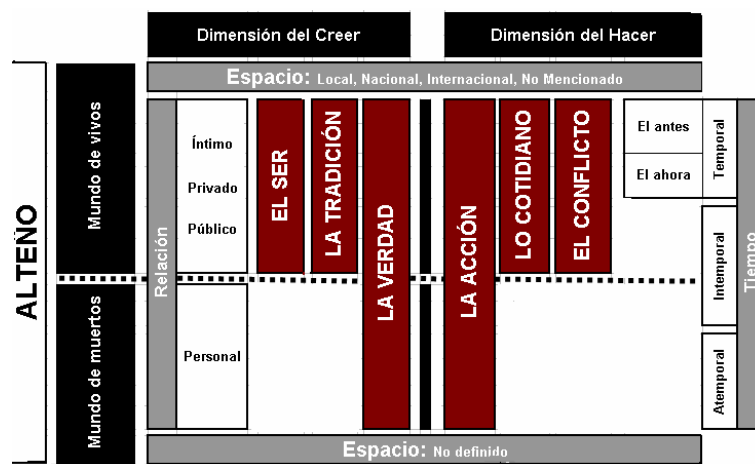
Al revisar todos los elementos de identidad se encontró que el alteño se define a sí mismo desde seis grandes núcleos de identidad: El Ser, La Tradición, La Verdad, La Acción, Lo Cotidiano y El Conflicto, que se detallarán más adelante.

Un análisis posterior permitió establecer que algunos de estos núcleos estaban íntimamente ligados entre sí, lo que permitió integrarlos en dos dimensiones globales, EL CREER y EL HACER.

De esta forma, se encontró que podemos tener un modelo que permite conceptualizar cómo está estructurada la identidad social, confor-

mada por dos Mundos y dos Dimensiones, y configurada por los ejes del Espacio, Tiempo y Relación (Figura 1).

Figura 1. Modelo de estructura de la identidad social



2. LA EVALUACIÓN

Finalmente se revisó que, aunque se tomaron en cuenta todas las referencias que sobre un tema había en las entrevistas, no todas tenían el mismo peso o relevancia dentro del discurso de cada entrevistado. Por ello, en la última parte de este análisis se revisó de nuevo cada elemento y cada núcleo de la identidad para evaluarlos en función de un proceso que se estableció en tres fases: a) **la postura** que sobre cada unidad de significación adopta el entrevistado, tomando en cuenta que podía aceptar que existe -sea porque la asuma como propia, se oponga a ella o sea indiferente-, podía negar su existencia, tomar una posición ambigua o no situarse al respecto; b) **la valoración** que de ella hace, sea positiva, negativa o neutral; y c) **el motivo**, entendido como el argumento ya sea razón, causa o consecuencia que ofrecen para explicar la existencia del elemento de significación, o su propia valoración y postura sobre él.

Tabla 1. Evaluación de los elementos de identidad

LA POSTURA						
Predomina						
ACEPTA que existe				La niega	Es ambigua	No menciona
Asume	Opone	Indiferente				

LA VALORACIÓN		
Predomina		
++	--	oo

EL MOTIVO		
Ofrecen		
Razón	Causa	Consecuencia

Todas las entrevistas se analizaron de nuevo y se evaluó cada elemento de identidad con el parámetro descrito anteriormente. Las tablas que resultaron permitieron entender cómo está construida la identidad alteña, cuáles son sus elementos centrales, cuáles estaban cambiando o perdían peso/validez y, con base en ellas, pasar a un tercer análisis: el proceso de transformación y reestructuración de la identidad social, tema central de la investigación y que se desarrolla en la tesis “Los mitos vivos de México: El caso de los Altos de Jalisco”⁴.

En este punto, es pertinente retomar la explicación de cada elemento del modelo, en función de la identidad alteña.

3. LOS MUNDOS

3.1. Los vivos

El mundo de vivos es el ámbito del alteño, en donde se desarrolla su vida, sus experiencias y su cotidianidad. Es su tiempo, su espacio, su gente.

⁴ Manuscrito en preparación.

3.1.1. *El creer*

Esta dimensión está referida a las ideas y pensamientos que conforman las premisas que permiten al alteño organizar y explicar el mundo, su propia existencia y la relación con el entorno. Esta conformada por los apartados El Ser, La Verdad y La Tradición.

a. El Ser

Aquí se consignan todos los elementos que identifican al alteño en su esencia y naturaleza: sus cualidades y características físicas, emocionales, sociales y sus valores. Por ejemplo, describen al típico alteño como alto, delgado y blanco. Son las características más frecuentes y en las que los entrevistados hacen un mayor hincapié. Además, las facciones de su rostro son largas, afiladas, y sus ojos son grandes. Los alteños, según afirman, se pueden reconocer con sólo mirarlos. De ésta se desprende una de las primeras certezas que se visualizan en las creencias de los entrevistados: la belleza de los alteños. No sólo los que se denominan como tales, sino también aquellos que reconocen no ser del lugar pero estar afincados ahí, aseguran que el hombre y la mujer de esta región son bellos, guapos, agraciados, hermosos.

b. La Verdad

La dimensión de La Verdad está conformada con las premisas que los alteños asumen como propias y que conforman un entramado de creencias que no son cuestionadas por la mayoría.

Estas creencias pueden o no estar basadas en datos históricos comprobados, tener o no una certeza científica, porque realmente eso no importa para que sean aceptadas. Son relevantes porque describen la manera de ser y pensar del alteño, son la imagen del espejo donde se ven a sí mismos. Explican porqué las cosas son así en su mundo y, cíclicamente, el entendimiento del mismo está construido con base en ellas.

Son verdades en sí mismas, porque las aprendieron de pequeños, en el seno familiar, y luego las verificaron en las relaciones intragrupalas: la escuela, los vecinos, la Iglesia local.

Para ejemplificar el ámbito de Relación, se tiene que en lo íntimo existen dos premisas: el alteño es religioso por naturaleza y es diferente del resto de los mexicanos.

En cambio, en lo privado, referido al núcleo familiar, es donde se desarrollan los valores fundamentales de la comunidad: el respeto, la defensa de lo propio y el sacrificio. En este sentido, al alteño lo consideran leal y con alto sentido del honor y el deber.

A nivel de lo público, el alteño cree en el refrán como fuente de sabiduría, está llamado a triunfar si cumple las normas sociales, identifica a la Cristiada⁵ como el momento histórico realmente propio y tiene a su propio héroe en la figura de un combatiente alteño que murió al ser traicionado durante este conflicto religioso: Victoriano Ramírez, El Catorce.

c. La Tradición

Dentro de la dimensión del Creer, la tradición engloba aquellas prácticas de carácter colectivo que los alteños valoran y les reconocen raíces en el origen de la comunidad.

Precisamente por su carácter colectivo, su ámbito de relación está circunscrito al público. No es que en lo íntimo y lo privado no existan tradiciones, pero éstas están más relacionadas a preferencias individuales o familiares, que pueden ser infinitas y muy variables, no pertinentes para la definición de la identidad colectiva.

Dentro de lo público, se distinguen tres apartados: el rito, la fiesta y el símbolo. El primero está claramente vinculado a la religión católica, sus ceremonias y sacramentos. El segundo a las festividades colectivas, algunas de carácter religioso, pero sobre todo a celebraciones lúdicas, a la diversión y el regocijo. El último a las representaciones de sí mismos materializadas en productos culturales como la vestimenta, las canciones, la comida, y reproducidas en el cine.

3.1.2. *El Hacer*

⁵ Se le llama Cristiada a la Guerra interna que se efectuó entre 1926 y 1929, en donde miles de fieles católicos se levantaron contra el Gobierno federal, al grito de “Viva Cristo Rey”. Jean Meyer realizó un excelente estudio sobre este conflicto publicado por Siglo XXI.

En los relatos no sólo hay ideas sobre cómo se ven a sí mismos los alteños, en qué creen y cuáles son sus tradiciones. También cuentan lo que hacen, cómo viven y los conflictos que enfrentan.

A esta parte de los relatos, que se refiere a los hechos, a los movimientos, a la práctica, se le denomina la dimensión del Hacer, la cual se ha dividido en tres grandes apartados: La Acción, Lo Cotidiano y El Conflicto.

a. La Acción

En este apartado se anota todo acto ejecutado, realizado por quien relata o que éste asume que se ha llevado a cabo, y en el cual participa, por lo menos, una persona que actúa en relación a otras y que se constituye como fenómeno recurrente. No se toman en cuenta aquí los actos relacionados con lo que se denomina vida cotidiana.

Por ejemplificar, las acciones más significativas son el machismo en el ámbito de lo íntimo, de la relación de pareja. En lo privado, se anota el matrimonio, con variantes significativas, ya sea porque se realiza con los pares, miembros de la misma familia (endogamia), o porque se lleva a cabo entre dos personas diferentes, ya sea por posición social-económica, por religión o por raza.

En el ámbito de lo público, se anota dos acciones: discriminar y agredir. La primera va más relacionada a las actitudes de rechazo y la segunda al uso de la fuerza o a violentar a otra persona. En ambas se anotó como referencia la clase social, la religión o la raza como motivo o justificación de la acción.

b. Lo Cotidiano

Las actividades, los espacios de relación, las instituciones que en el día a día forman y modelan la vida del alteño, son las que se describen dentro de Lo Cotidiano, dimensión que está compuesta, dentro del ámbito íntimo, por el noviazgo y el matrimonio, es decir, las formas en cómo se da y se gestionan las relaciones de pareja.

El ámbito privado está claramente dirigido a describir a la familia como institución social. El ámbito público se integra con las relaciones sociales, con la escuela, el trabajo, la economía, los medios de comunicación, la autoridad (federal, estatal, local), la política, la religión y la Iglesia.

En el análisis se consigna la función principal que juega cada una de estas instituciones o instancias a través de una premisa central, sin que se pretenda que sólo asume esa actividad, pero sí que ella describe con claridad la importancia que tiene en la vida ordinaria del alteño.

c. El Conflicto

Dentro del ámbito de la vida cotidiana, algunas acciones o relaciones sociales son descritas por los entrevistados como problemas, ya sea porque generan conflicto o porque afectan directa o indirectamente la forma en cómo viven y se ven a sí mismos.

Precisamente la valoración negativa que se hace de la situación es lo que les da la definición de conflictiva, aunque en algunos casos no prevalece la postura negativa hacia ellos, como se verá más adelante.

La separación de parejas, la pereza, la inmoralidad y la drogadicción, son los problemas que los entrevistados ubican dentro del ámbito de lo íntimo, es decir la zona más reservada de la persona, lo interno, en donde la relación es con la pareja o consigo mismo.

En lo privado, ámbito de lo familiar, la emigración (a Estados Unidos), la pobreza, la muerte y, en un caso especial, la exclusión de un hijo del ámbito familiar son los hechos que entran en esta categoría.

En cambio, en el ámbito de lo público es donde aparecen más problemas: la deshonestidad, la delincuencia, los jóvenes organizados en bandas de barrio, la inmigración (de tipo nacional), el narcotráfico, el cambio en sí mismo y cómo se han ido transformando la posición social en la vida comunitaria.

La percepción de cada problema, dónde lo ubican, sus causas y consecuencias varía, pero hay que anotar aquellos que son considerados más graves o más recurrentes entre los entrevistados: la emigración a Estados Unidos, la drogadicción y la inmoralidad.

Es importante aclarar que tanto la relación como la jerarquización de los problemas no obedecen a datos estadísticos ni sociológicos sobre la existencia en sí misma de los fenómenos, sus causas o consecuencias. Es la percepción que tienen los entrevistados sobre los mismos. Son ellos los que los mencionan, los definen, los valoran y los tratan de explicar - cuando lo intentan-. Pero sobre todo, son relevantes para ellos en la medida en que tienen una dimensión colectiva y atacan su forma, su estilo de vida y/o la definición que tienen de su identidad y creencias.

Se anotan y desarrollan todos los problemas que se mencionaron en las entrevistas, aunque se englobaron situaciones parecidas. En algunos casos, la mayor parte de los entrevistados coincidieron, en otras, sólo unos cuantos visualizaron el hecho como generador de conflicto.

3.2. Los muertos

Los alteños hacen referencia a ciertos seres que no son humanos o que están muertos. A todas estas unidades de significación que están en una dimensión temporal y espacial diferente a la del alteño, se les ubicó en una categoría denominada Mundo de Muertos.

3.2.1. La Verdad y la Acción

En este mundo que escapa a la comprensión “normal” de quienes lo describen, las unidades de sentido sólo están referidas a creencias sobre estos seres, las cuales se ubican en el ámbito de La Verdad; y a ciertas acciones que realizan ellos o a las interacciones entre ellos y los alteños, las cuales son referidas como de tú a tú, por ellos se les clasificó como Personal en el ámbito de relación. No hay referencia a que la relación pueda contemplarse como íntima, privada o pública. Siempre es entre la persona y “eso”, lo otro, lo que está fuera de mi vida, mi familia y mi comunidad, aunque en esos ámbitos pueda hablar sobre ello.

4. CONCLUSIÓN

En resumen, el análisis de la identidad alteña ha permitido la elaboración de este modelo que ayuda, como se describió, a explicar cuáles

son los elementos que conforman esa identidad, cómo están relacionados y, en términos generales, cómo se estructuran.

Como se mencionó desde el inicio, el modelo expuesto no agota la hipótesis general de la investigación, ni remite a las conclusiones de la tesis doctoral; tampoco es un modelo acabado pero permite ser tomado como instrumento de análisis, como aportación específica, para revisar otros fenómenos identitarios que, a su vez, permitirán probar los alcances del mismo. En este sentido, las limitaciones del modelo son claras: por el momento se circunscriben a una región y sus pobladores, pero se considera que tienen una riqueza suficiente para ser testados en otros lugares, con otras personas y en diversas circunstancias porque las identidades sociales representan un campo científico con muchas vertientes y posibilidades, además de ser un fenómeno de innegables repercusiones sociales.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ MACÍAS, Diana Lucía (2007): *Los mitos vivos de México: el caso de los Altos de Jalisco*. Tesis doctoral dirigida por Manuel Martín Serrano. Madrid: Mimeo, Universidad Complutense de Madrid.

CASTELL, Manuel (1997): *La Era de la información. El Poder de la Identidad*. Madrid: Alianza.

CHIHU AMPARÁN, Aquiles (2002): *Sociología de la Identidad*. México: UAM-Miguel Porrúa.

GIMÉNEZ, Gilberto (1996): "La identidad social o el retorno del sujeto en sociología", en *Identidad*. III Coloquio Paul Kirchhoff. México: UNAM-DGAPA.

GIROY, Paul (1998): "Los estudios culturales británicos", *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Paidós.

MAALOUF, Amin (1999): *Identidades asesinas*. Madrid: Alianza.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1972): *Sociología del milagro: las caras de Belmez*. Barcelona: Barral.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1978): *La mediación social*. Madrid: Akal (2ª edición).

MÉNDEZ Y MERCADO, Leticia (coord.) (1992): *I Seminario sobre identidad*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Antropológicas.

MÉNDEZ Y MERCADO, Leticia (1996): “Identidad: análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad”, en *Identidad*. III Coloquio Paul Kirchhoff. México: UNAM.

PÉREZ RUIZ, Maya Lorena (1992) “La identidad como objeto de estudio”, en *I Seminario sobre identidad*. México: UNAM.

PUJADAS, Joan Joseph (1993): *Etnicidad. Identidad cultural de los pueblos*. Madrid: Eudema.

VILLORO, Luis (1998): *Estado plural, pluralidad de culturas*. México: UNAM-Paidós.

PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

ÁLVAREZ MACÍAS, Diana Lucía (2008): “El Creer y el Hacer: una propuesta para el análisis de las identidades sociales”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 3, segundo semestre de 2008, pp. 3-17. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

(*) La autora

Diana Lucía Álvarez Macías es candidata al grado de Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, Maestra en Comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía y licenciada en Periodismo por la UNAM. Desde 1993 ha combinado su práctica profesional como periodista en el diario *Reforma* con el trabajo académico. Sus líneas de investigación son, principalmente, temas de cultura e identidad regional y estudios de identidad social dentro de las organizaciones, además del uso de métodos cualitativos y su aplicación en el ámbito periodístico, especialmente de la entrevista en profundidad.