

**La identidad cultural de los jóvenes
cancunenses.
Una aproximación exploratoria***

Ana Elena Martín Rangel

* Trabajo de ingreso a la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística y a la Sociedad Andrés Quintana Roo, presentado en la Biblioteca Nacional de la Crónica, el 25 de marzo de 2021, en Cancún, Quintana Roo.

INTRODUCCIÓN

Sociedad, comunidad y prácticas culturales

Uno de los temas recurrentes en la agenda cultural de Quintana Roo, específicamente en Cancún, es el cuestionamiento de la existencia de una identidad *cancunense*. Es ahora, con la celebración de los 50 años de la creación de nuestro municipio, que la pregunta recupera vigencia.

Desde su fundación hasta la fecha, Cancún ha estado marcado por migraciones constantes y un ritmo de crecimiento muy por arriba de la media nacional, generando una diversidad poblacional en donde existe un mosaico cultural poco definido y hace casi imposible imaginar una identidad que unifique a la sociedad. Yucatecos, veracruzanos, oaxaqueños, guerrerenses, tabasqueños, chiapanecos, defeños, mexiquenses, argentinos, cubanos, entre muchos otros orígenes, dificultan la integración de grupos sociales en una sola unidad que distinga y armonice las prácticas sociales y culturales.

Es importante entender que la cultura proviene de experiencias comunes y compartidas, mediatizadas por prácticas culturales objetivas que ayudan a formar los espacios culturales en los que los individuos interactúan. El poder unificar todas las prácticas sociales en una cultura y en una sola idea de identidad cultural se vuelve complejo entre mayor diversidad exista (Giménez, 2003, pág. 4).

Lo anterior, aunado al multiculturalismo, conlleva a la necesidad de reconocer diferentes identidades culturales que se integran a una nueva sociedad; es decir, nos lleva a buscar un marco integrador que una y haga una sola comunidad con principios y valores éticos universales que hagan compatibles las diferencias y que —a su vez— garanticen la cohesión social (Giménez, 2003, pág. 22).

Este último concepto —la cohesión social— cobra importancia cuando se requiere explicar la relación individuo-sociedad.

dad y, para lograrlo, es imprescindible separar dos conceptos elementales para el desarrollo de este trabajo: la diferencia entre sociedad y comunidad. Una sociedad es mecánica, artificial e ideal, tiene como voluntad lo racional, está orientada al progreso y al futuro con una actitud individualista enfocada en la ganancia y el poder; por el contrario, una comunidad es un organismo natural, real, con una voluntad orgánica¹ donde los individuos reconocen sus relaciones reguladas mediante las costumbres, tradiciones, afecto, comprensión, gratitud, fidelidad y el bien común (Schluchter, 2011). En este sentido, las Instituciones que se encuentran dentro de una sociedad deben generar comunidades en donde sus individuos actúen bajo estas premisas.

Para que las comunidades se integren es indispensable generar vínculos sociales que permitan a los individuos experimentar sentido de pertenencia, reconocimiento, legitimidad y confianza, tanto en los demás como en las instituciones que la componen. Es por ello necesario identificar cuáles son los espacios o estructuras sociales que facilitan el desarrollo de una conciencia colectiva, en donde se promueva la percepción de semejanza entre los individuos y se compartan creencias y prácticas culturales comunes que los identifican. En este intercambio se tiene una interdependencia funcional entre los individuos diferentes pero complementarios e instituciones que

1 / Para propósitos de esta investigación tomaremos como referencia el concepto de “solidaridad orgánica”, propia de las sociedades modernas capitalistas como resultado de una gran especialización y sofisticada división social del trabajo. Definida por una conciencia individual, que representa la individualidad que existe en la mente de cada individuo para actuar, donde la cohesión social es producida por la necesidad que tienen los unos de los otros, ya que los individuos no producen para sus necesidades sino para cubrir las de alguien más. Y es precisamente esta falta de conciencia colectiva lo que produce, lo que Durkheim llama “anomia”, que no es más que una ruptura del sistema normativo colectivo y la incapacidad de nombrar o definir ciertas experiencias, normas y reglas que definen nuestra conducta social.

faciliten las condiciones que hacen posible la cooperación entre los actores (Barba Solano, 2011, pág. 73).

Cancún —como sociedad joven— no se ha escapado de los efectos de la modernización, globalización y homologación cultural; más aún por la exposición constante a un entorno laboral dedicado al turismo receptivo. Debido a la exposición a nuevos patrones y valores sociales y culturales, se hacen difícil de mantener aquellos que responden al lugar de origen de cada individuo; sobre todo cuando estos valores ya no responden más a las necesidades o los intereses de los grupos que configuran ese estado-municipio.

Estas nuevas formas de conducta y de organización social —propia de las sociedades modernas— traen consigo una serie de crisis provocadas por los conflictos de intereses, así como del debilitamiento de vínculos comunitarios. Basta recordar a Durkheim cuando describe la transición de una sociedad mecánica (tradicional) a una orgánica (moderna) en donde, si las instituciones no establecen vínculos sociales y comunitarios, solo llevan a un estado de anomia que no es más que “la pérdida de normas seguras y provistas de sentido que regulan las expectativas y conductas del grupo, y como consecuencia de una ausencia de regulación social y moral apropiada que lleva a la desorganización social o el aislamiento individual” (O’Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery, & Fiske, 1997, pág. 33).

Cuando se habla de las consecuencias de la modernización, globalización y migración en la esfera social y cultural, podemos pensar en una crisis general de identidades que nos puede llevar a una crisis social o —al menos— a un desinterés total por lo público. Por ello, la necesidad de incluir en la agenda social los mecanismos para construir o mantener una identidad que una y nos haga parte de ese grupo.

Es por ello que se hace urgente la atención de políticos y científicos sociales, así como de instituciones encargadas de ordenar la esfera simbólica de una sociedad para materializar

cuáles son esos valores, normas y patrones de conducta que moderan los conflictos y las contradicciones sociales propias de una sociedad emergente con el fin de ayudar a conocer, entender y/o explicar cuáles son esas formas de comportamiento que definen e identifican a los miembros de ese nuevo grupo o comunidad.

En su concepto más general, la identidad es definida por la Real Academia Española como “el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”; los antropólogos, en una aproximación más culturalista, la proponen como “los rasgos étnicos y culturales que describen a un individuo dentro de una familia y de una comunidad”. Ambas propuestas coinciden en que son los rasgos los que determinan a un individuo frente al otro; también suponen un ejercicio de autorreflexión y construcción tras el cual el individuo desarrolla sus habilidades y capacidades para reconocerse como miembro del grupo y —a su vez— para diferenciarse de los miembros de otros grupos.

Este proceso de integración o de pertenencia social puede tener dos dimensiones. La primera consiste en la mera adscripción o membresía al grupo; la segunda, en conocer y compartir los contenidos socialmente aceptados por el grupo en donde —a través de la introspección— el individuo se vuelve consciente de los contenidos que los identifican y los hacen “nosotros” (Mercado Madonado & Hernández Oliva, 2010, pág. 4).

La identidad surge como resultado de un ejercicio de reflexión dentro de una dimensión subjetiva de los actores sociales comprometidos con los procesos de comunicación. Dicho ejercicio consiste en un “reconocerse” como parte de un grupo y de la imagen que cada quien percibe de sí mismo. Con base a lo anterior, podemos decir que la identidad social se genera a través de un proceso de interacción en el cual el individuo se define a sí mismo a través de su pertenencia al grupo y del reconocimiento que los otros hacen de él² (Giménez, 2007, pág. 188).

Cuando se habla de identidad es imposible dejar a un lado el concepto de cultura y viceversa pues, como propone Gilberto Giménez, la identidad se construye a partir de materiales culturales que configuran nuestro contexto social. Por lo tanto, la cultura no es más que la manera en que los individuos viven sus relaciones con sus condiciones reales de existencia; es decir, a través de sus experiencias de vida. Lo que hace a las personas parte de un grupo radica en lo cotidiano, lo mundano, en aquello que hacen, piensan, comen, en cómo se divierten, se visten, etc. Es importante destacar que la identidad no puede ser inferida a partir de las diferencias observables entre los individuos de una comunidad; es por eso que debe ser estudiada a partir de cómo los actores sociales se autodefinen y se diferencian de los demás.

Es el pensamiento teórico del sociólogo norteamericano George Meade y su interaccionismo simbólico, el que nos ayuda a comprender cómo se construye la identidad. Mead nos explica que es a través de la acción y de la interacción que los individuos pueden intercambiar significados —los cuales pueden ser aceptados o rechazados— a través de un proceso de negociación entre las partes; como resultado de dicha negociación es que surgen los nuevos significados y, con ello, las pautas de conducta. Es en esta tradición teórica norteamericana que surge el concepto del “self” que se construye con la idea que tenemos de cómo nos vemos, cómo nos ven y cómo usamos esas reacciones para interpretarnos. Y es con la representación (subjetiva) que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás, como los individuos construyen su identidad.

2 / La interacción como la confrontación del “yo” individual y del “mí” social que emerge y se afirma solo en la medida en que se confronta con otras identidades en el proceso de la comunicación/interacción social. La interacción social como un proceso de significación, que no es más que la manera en que se organizan los signos y significados en un grupo y contexto histórico-social determinado.

Como resultado de este proceso de intersubjetividad³ la identidad emerge y se afirma solo en la medida en que se confronta con otras identidades dentro de un proceso continuo de interacción social, en donde se comparte la idea de afinidad con los “otros” a través de las semejanzas encontradas y se infiere que se comparte una misma identidad que nos distingue de los demás haciéndonos sentir parte del grupo (Giménez, 2007, pág. 188).

A partir de este punto, podemos decir que la identidad se construye a través de una red de símbolos y modelos culturales repletos de signos y significados⁴, que marcan pautas culturales de un grupo social. Prácticas objetivas y concretas (los usos y costumbres, las prácticas económicas, las prácticas sociales, los roles de género etc.) y las prácticas subjetivas y abstractas (los valores, las creencias, las ideas, las formas simbólicas que los unen).

Para fines de este trabajo entenderemos a los significados culturales como las prácticas sociales colectivas cuando estas se encuentran inmersas en relaciones de significación y procesos de comunicación, es decir la manera en que se organizan los signos y significados en un grupo y contexto histórico-social determinado. Esto significa que los valores y las prácticas individuales no compartidos, no necesariamente se transforman en valores y prácticas culturales que construyen la iden-

3 / Intersubjetividad. Las respuestas a la comunicación que ocurren en el individuo que no son individuales. Son respuestas que resultan de las experiencias compartidas por todos los miembros de una cultura. Operan en el campo subjetivo (dentro de un sistema de valores). Es uno de los medios más importantes a través de los cuales la cultura afecta a sus miembros y se afirma la identidad cultural. (O’ Sullivan , Hartley, Saunders, Montgomery, & Fiske, 1997, pág. 200).

4 / Como significado entenderemos el concepto mental que tiene el que emplea el signo de aquello a lo que se refiere. El signo (el objeto material) de aquello a lo que el individuo se refiere, inmerso de los valores culturales del que lo percibe. Término desarrollado por el lingüista suizo Ferdinand de Saussure. (O’ Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery, & Fiske, 1997, pág. 326).

tividad de un grupo social. Estas prácticas sociales y culturales no solo deben enunciarse sino deben de llevar a la acción. (Benassini, 2000).

Para explicar nuestro tema de estudio debemos encontrar cuáles son esas formas culturales y prácticas sociales que definen la identidad de los jóvenes *cancunenses*, cuál es el espacio donde se materializa su identidad y cuáles son los significados o temas que constituyen su realidad social. ¿Qué los une? ¿Qué los identifica? ¿Qué los hace actuar? ¿Cuáles son los espacios donde el individuo se estructura socialmente? ¿Dónde se conocen y se hacen conocer?

Cuando personas de un mismo espacio se reconocen como iguales y comparten las mismas reglas, el grupo funciona como una estructura social coherente en donde cuentan con un orden social que permite su permanencia. Por el contrario, cuando estos espacios no coinciden y el individuo se siente fuera del ambiente, no sabe cómo operar y desconoce a aquellos que no pertenecen a su espacio social, se hace difícil —si no imposible— la cohesión y la solidaridad del grupo. Ante estas condiciones la estructura social pierde poder y debilita su permanencia.

Los gustos, moda, comida, diversión y ocio, entre otras, son prácticas culturales específicas para cada grupo social. Estas se comparten y reproducen a través de la interacción entre los individuos que pertenecen al grupo pues solo ellos las entienden. Podemos concluir que la formación de los espacios para el intercambio es fundamental para lograr la integración del grupo y, por lo tanto, su cohesión social.

Diversidad cultural

La configuración particular del estado de Quintana Roo nos permite hablar de una gran diversidad de culturas que conllevan a diversas prácticas sociales y culturales. Cada grupo social, dependiendo de su origen, trae consigo una serie de

prácticas sociales y culturales que lo definen como grupo. El individuo, para lograr integrarse a esas nuevas formas de vida, tendrá que adoptar las nuevas prácticas; esto requerirá de la transformación o sustitución de aquellas que lo identificaban anteriormente por las nuevas que enfrenta en su nueva realidad social.

Para Pierre Bourdieu este proceso de cambio y transformación de normas y valores culturales, no son resultado de una sustitución mecánica de una práctica por otra; es decir, por la sustitución de las tradiciones y costumbres del lugar de origen por aquellas impuestas por el nuevo grupo o contexto social en el que se encuentra en la actualidad debido a la migración. Para el sociólogo francés, los cambios estructurales vienen por cambios en la forma y los nuevos modos de producción; para ello, el migrante se ve obligado a innovar e inventar prácticas que le permitan adaptarse y aceptar ese nuevo modo que se le impone a través de las nuevas relaciones —tanto sociales como de producción— que ha de construir. Adecuarse a su nuevo espacio social —trabajo, formas de convivencia, normas sociales y conductuales— le permitirá sobrevivir en la nueva estructura social en la que se está insertando (Giménez, 2018, pág. 12).

En función de nuestro tema de estudio, nos interesa plantear cómo los jóvenes —hijos de migrantes— aceptan y entienden las nuevas estructuras, así como conocer cómo conviven y combinan aquellas prácticas tradicionales que provienen de la educación y origen de los padres con las propias. Es parte del propósito de esta investigación el poder descubrir y entender cuáles son esas nuevas prácticas sociales que se transforman en cultura y cuáles son los espacios vitales que constituyen la identidad de los jóvenes *cancunenses*, en específico de aquellos que participan en esta investigación; lo anterior con el fin de poder acercarnos a la identidad del joven *cancunense*.

Gilberto Giménez propone que la identidad no es propia del sujeto, por el contrario, tiene un carácter intersubjetivo y relacional que se construye por la percepción que posee el sujeto de sí mismo y por la confrontación de sus percepciones con otras identidades que están marcadas por la interacción y el intercambio entre los actores del grupo. El resultado de este proceso (acción, interacción y negociación) da como resultado la confirmación de la acción o el surgimiento de una nueva, por esto resulta posible construir una nueva identidad (Giménez, 2007, págs. 186-187).

La tradición sociológica —el interaccionismo simbólico y la formación del “self”— nos dice que la identidad del individuo se define por la pluralidad de pertenencias sociales⁵, por ejemplo, el número de espacios en el que se desarrolla: la familia, la escuela, el trabajo, los amigos, la iglesia, el deporte etc. Es decir, entre más amplios y variados son los espacios sociales con los que se identifica y comparte, más se refuerza y se define la identidad personal. Bourdieu llama a estos espacios multidimensionales “campos” y son estos espacios multidimensionales los que nos permiten analizar e identificar cuál es el papel que el individuo o agente social tiene dentro de la estructura social a la que pertenece.

Es objetivo de esta investigación encontrar cuáles son los espacios sociales donde los jóvenes *cancunenses* interactúan, en donde se identifican y los hacen sentir únicos y en los cuales se sienten que pertenecen. El poder descubrir esos campos ayudará a las instituciones a crear los espacios sociales que permitan ejercer prácticas culturales que lograrán construir una identidad cultural.

5 / Para G. Giménez la pertenencia social “implica la inclusión de la personalidad individual en una colectividad hacia la cual se experimenta un sentimiento de lealtad. Esta se logra mediante la aceptación de un rol específico dentro de esa colectividad” (Giménez, 2018, pág. 13).

METODOLOGÍA

Una vez revisada la literatura —y debido a la escasez de investigaciones previas sobre el tema— se decidió hacer esta investigación de tipo exploratorio de corte cuantitativo cuya finalidad inicial es el poder familiarizarse con el tema y, en una segunda intención, identificar conceptos que ayuden a obtener los primeros datos que guíen a conocer y plantear cuáles son esos espacios sociales que identifican y unen a los jóvenes *cancunenses*.

La muestra

El alcance de esta investigación será exploratorio y se decidió seleccionar una muestra lo suficientemente representativa para nuestros objetivos. Los sujetos de estudio serán estudiantes de la Universidad Anáhuac Cancún, nacidos en Quintana Roo o que hayan comenzado su educación formal (nivel primario) en este estado.

En este primer acercamiento se aplicará el cuestionario a los alumnos inscritos en la Escuela Internacional de Comunicación y Entretenimiento de la Universidad Anáhuac Cancún; dicha población, por su nivel educativo y exposición a temas relacionados a la comunicación, puede responder con mayor facilidad a las preguntas planteadas.

El diseño de la investigación

Aplicación del cuestionario.

En esta primera etapa de la investigación, se aplicará un cuestionario piloto al grupo de estudiantes que se ha descrito en el apartado anterior con el propósito de evaluar nuestras preguntas y encontrar las respuestas que sean más explicativas para el tema de estudio; también, en esta etapa, se busca modificar o eliminar aquellas preguntas que no hayan tenido la pertinencia esperada.

La recolección de datos será a través de un cuestionario auto-administrado en línea a través de la plataforma de Google y que consistirá —en su mayoría— en preguntas cerradas (previamente delimitadas).

La intención de estructurar un cuestionario cuantitativo con preguntas cerradas nos permitirá acotar la información y encontrar los conceptos buscados en la investigación. Cabe mencionar que estas preguntas fueron obtenidas de investigaciones previas sobre identidad que fueron aplicadas a jóvenes de distintos países y que nos permitieron adaptar las preguntas a nuestro objetivo⁶.

El cuestionario

El instrumento se encuentra en el anexo 1 de este documento y las respuestas serán explicadas bajo diferentes categorías empíricas⁷. Consta de 79 preguntas.

Categorías de pertenencia (Bell, Alvarado, & Íñiguez Rueda, 2016)

- a. Demográficas y de origen
- b. Escolaridad
- c. Prácticas culturales, religiosas y deportivas
- d. Económico/social⁸
- e. Ocupación⁹
- f. Consumo material/tecnológicos¹⁰
- g. Consumo de medios¹¹
- h. Ocio¹²
- i. Relaciones sociales¹³

6 / (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)/ (Sacks, 1960)/ (Center for applied cross-cultural research)/ (Bell, Alvarado, & Íñiguez Rueda, 2016).

7 / Categorías empíricas: aquellas categorías que no necesitan de otra para ser demostrables o que son explicativas por sí mismas, no se excluyen unas de otras; su funcionalidad depende meramente del contexto social del entrevistado (Bell, Alvarado, & Íñiguez Rueda, 2016).

- j. Afinidad¹⁴
- k. Identidad cultural¹⁵

HALLAZGOS

Es importante recordar que, el propósito de esta investigación consiste en pilotear el cuestionario para —en primera instancia— descubrir cuáles son las prácticas sociales y culturales que contribuyen a los jóvenes para construir su identidad; en una segunda instancia, se busca descubrir cuáles son esos espacios donde los jóvenes interactúan y confrontan su “yo” con el de los “otros.

Para este primer reporte únicamente se utilizarán 43 preguntas que están relacionadas a nuestro tema de estudio, en especial las categorías de pertenencia e identidad.

8 / Esta categoría no irá dirigida hacia el conocimiento del ingreso familiar para conocer su estrato económico, estará dirigida hacia los consumos, y sus prácticas sociales de ocio y entretenimiento.

9 / Si sólo estudian y/o trabajan, con la intención de ver su exposición a otros grupos sociales y a otras prácticas económicas diferentes a la de los padres.

10 / En este apartado se aborda el consumo de productos y su relación con ellos: electrónicos, de vestir, de alimentación y la integración que le dan estos productos a su grupo y probablemente el valor social del producto; se realizan preguntas como: dónde compras tu ropa, cuál es el último dispositivo electrónico que compraste, por qué, etc.

11 / Acceso a la tecnología, medios masivos, programas, música, medios que se utilizan para este consumo, etc.

12 / A dónde vas cuando sales y con quién.

13 / Conocer el apego al círculo familiar, sus tradiciones, usos y costumbres, fiestas familiares, platillos culinarios de preferencia, etc.

14 / Qué les gusta hacer cuando salen con amigos, a dónde van, de dónde surge este círculo social.

15 / Cómo se sienten en su comunidad, cómo se perciben a sí mismos dentro de un contexto cívico y social, competencias sociales-culturales.

Grupo demográfico

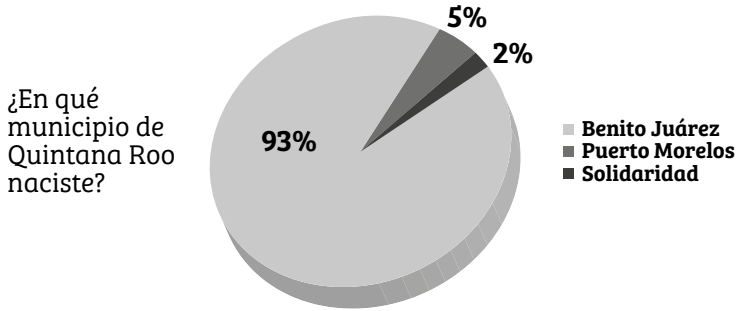
El primer dato que resalta es la desigual proporción entre hombres (21%) y mujeres (79%), lo que sugiere una infrarrepresentación de los hombres sobre los temas tratados. Cabe mencionar que el universo total de estudiantes de las licenciaturas en Comunicación y Entretenimiento de la Universidad Anáhuac Cancún guarda una relación proporcional a nuestra muestra (36% hombres y 64% mujeres). Aunque sabemos de la conveniencia de la muestra y del carácter exploratorio de los datos debemos de considerar este punto para futuras investigaciones.

La edad de la población entrevistada fluctúa entre los 19 y 25 años de edad, todos nacidos en Quintana Roo —recorremos que era uno de los requisitos de la muestra— y un 92% nacidos en Cancún.

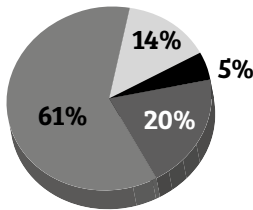
El 89% de la muestra ha realizado todos sus estudios en Cancún, lo que nos hace pensar que su formación cívica es de quintanarroense; sin embargo, cuando se les pregunta la fecha de la fundación de Quintana Roo solo el 61% conoce la fecha de su fundación y un 59% sabe quién fue el primer gobernador. El 95% supo el nombre de la capital del estado y el 96% el de su actual presidenta municipal. (Ver: Gráfica 01).

El multiculturalismo del que se hablaba en el marco teórico queda confirmado al conocer el origen del padre, donde sólo un 2% son de Quintana Roo y el resto proviene de 14 estados diferentes de la República Mexicana: ocupando la CDMX el primer lugar con un 41%, le sigue Yucatán con 13% y Veracruz con un 11%. Por lo que concierne al origen geográfico de la madre de un total de 13 estados, un 11% son de Quintana Roo, un 41% de la CDMX y un 9% de Yucatán. Sólo un 2% de la muestra nombraron a su padre como extranjero. (Ver: Gráfica 02).

GRÁFICA 01: FORMACIÓN COMO QUINTANARROENSE

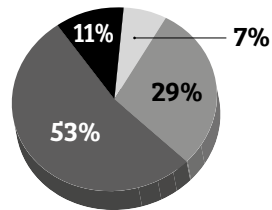


¿Cuál es la fecha de la fundación del Estado de Quintana Roo?



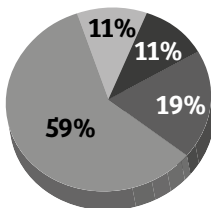
- 8 de octubre de 1964
- 8 de octubre de 1968
- 8 de octubre de 1970
- 8 de octubre de 1974

¿Cuál es la medalla al mérito ciudadano que se otorga cada año en Cancún?



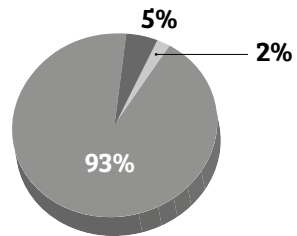
- Sigfrido Paz Paredes
- Andrés Quintana Roo
- Leona Vicario
- Francisco May

¿Quién fue el primer Gobernador del Estado de Quintana Roo?



- Pedro Joaquín Coldwel
- David Gustavo Gutiérrez Ruiz
- Jesús Martínez Ross
- Roberto Borge Angulo

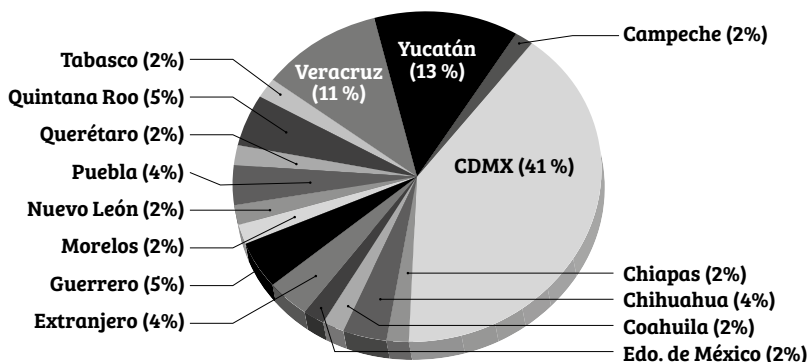
¿Cuál es la capital del Estado de Quintana Roo?



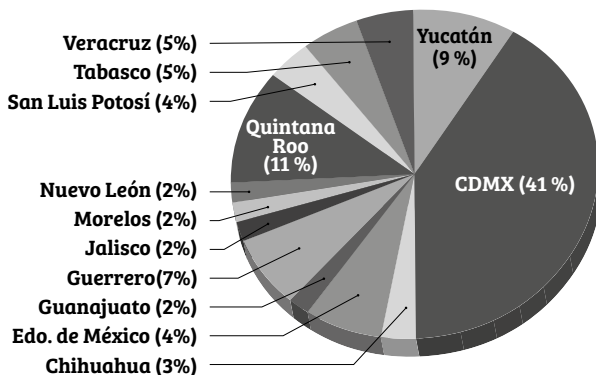
- Chetumal
- Cancún
- Playa del Carmen
- Felipe Carrillo Puerto

GRÁFICA 02: MULTICULTURALISMO

¿En dónde nació tu padre?



¿En dónde nació tu madre?

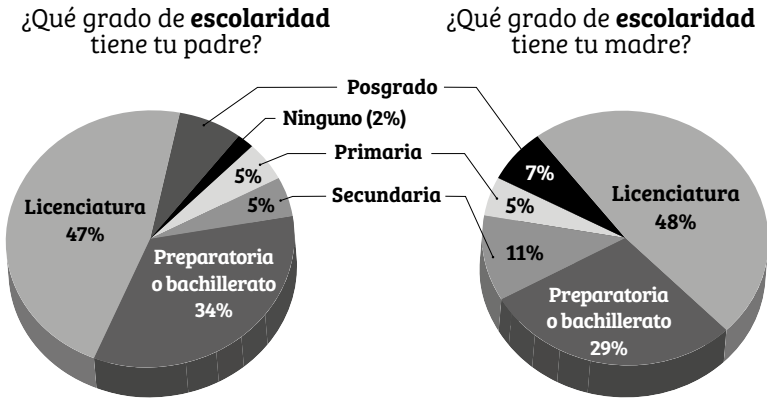


Escolaridad

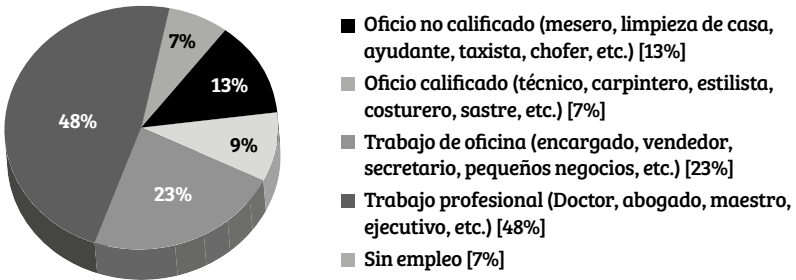
Recordemos que toda nuestra muestra cursa una licenciatura. En cuanto a la escolaridad de los padres, ambos en un 54%, tienen estudios de licenciatura o posgrado. En cuanto al bachillerato, un 34% del padre y un 29% de la madre lo mencionan como cursado. La ocupación que domina para el padre es profesional con un 48% mientras que, para la madre, guardan-

do el mismo nivel profesional del padre, solo un 29% ejercen profesionalmente y un 45% se dedican a las labores del hogar. (Ver: Gráfica 03)

GRÁFICA 03: ESCOLARIDAD-OCUPACIÓN



¿Cuál es la principal **ocupación** de tu padre?



¿Cuál es la principal **ocupación** de tu madre?

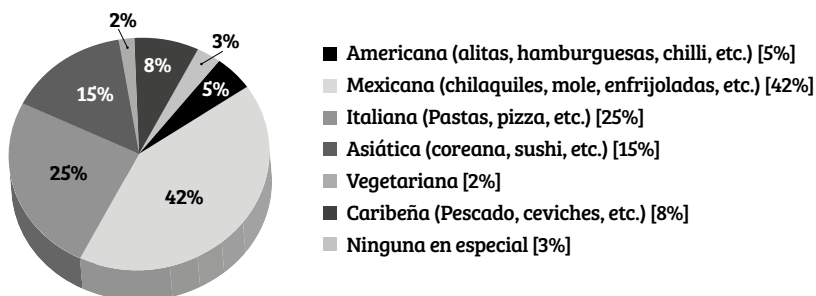


Alimentación

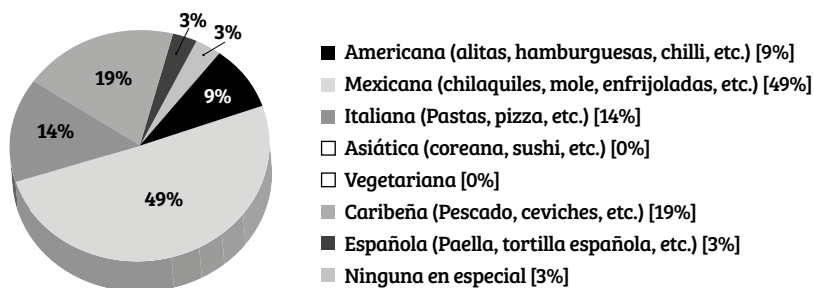
La comida mexicana resultó la favorita tanto en el gusto familiar como el personal, siguiéndole para ambas preguntas la italiana. Podemos concluir que es la familia la que influye en los gustos alimentarios. (Ver: Gráfica 04).

GRÁFICA 04: ALIMENTACIÓN

¿Cuál es tu comida favorita?



¿Cuál es la comida favorita de tu familia?

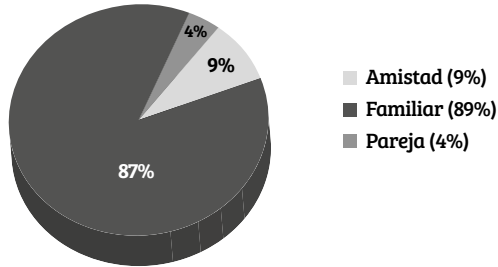


Ocio y entretenimiento

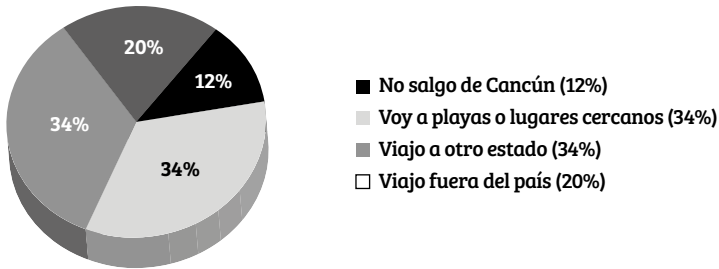
Podemos ver también que es con la familia con quienes pasan más tiempo el fin de semana, con un 79%, y es también la familia la responsable de las vacaciones al responder un 87% que estas son en familia, visitando en un 34% otro estado, un 34% un lugar cercano o la playa y sólo un 20% fuera del país. (Ver: Gráfica 05).

GRÁFICA 05: VACACIONES

Cuando sales de vacaciones, ¿mayormente con quién sales?



Cuando sales de vacaciones, ¿a dónde vas?

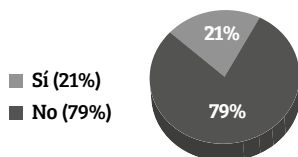


Cuando se les pregunta cuál es la actividad familiar los fines de semana un 53% dice que salen a pasear y un 38% que se quedan en casa. Las plazas comerciales son los sitios más frecuentados, tanto con los amigos como con la familia, con un 53%. Si entendemos que la identidad es un proceso de intersubjetividad, es decir, un proceso de comunicación subjetiva entre individuos que opera en el campo de la connotación —bajo la interpretación de acuerdo a los valores culturales entre sus actores sociales— un centro comercial parece un ambiente muy artificial para poder construir esos valores y referentes culturales que los individuos logren adoptar para formarse como grupo dentro de una comunidad.

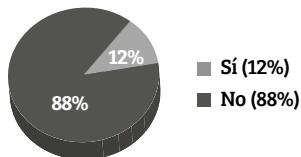
Podemos afirmar que, para nuestro grupo de estudio, no existe un asociación o espacio social donde puedan adquirir esos valores o referentes culturales que los identifique ya que, un 88%, dicen no pertenecer a ningún tipo de asociación civil, cultural o deportiva; esto nos da una idea de lo difícil que es encontrar un espacio donde el individuo pudiese identificarse e interactuar con “otros”. (Ver: Gráfica 06).

GRÁFICA 06: ACTIVIDAD FAMILIAR Y ASOCIACIONES

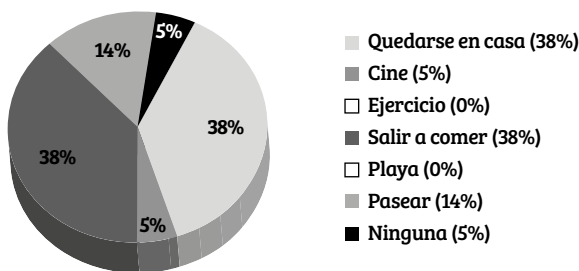
¿Realizas alguna actividad de fin de semana con tu familia?



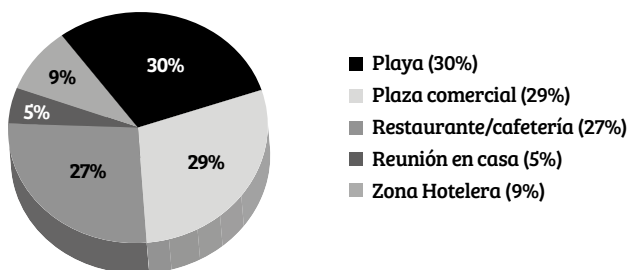
¿Pertenece a alguna asociación civil, deportiva o cultural?



¿Qué tipo de actividad de fin de semana realizas con tu familia con mayor frecuencia?



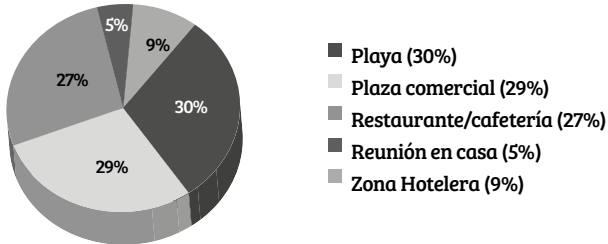
Cuando sales a pasear, ¿a dónde te gusta ir con más frecuencia?



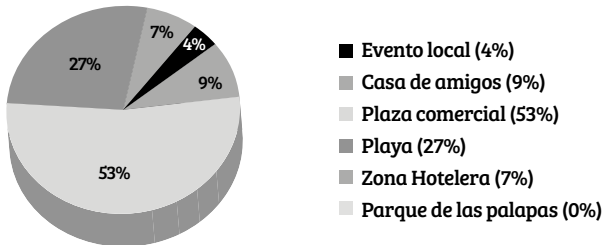
Cuando se les pregunta a dónde les gusta ir a pasear el 30% menciona la playa como actividad; con los amigos frecuentan este espacio en un 27% (siendo duplicado en preferencia por plazas comerciales) y con la familia únicamente optan por este espacio en un 5%. Esto es importante de mencionar pues asumimos que Cancún está definido como un destino de mar y playa. (Ver: Gráfica 07).

GRÁFICA 07: ACTIVIDADES EN LA PLAYA

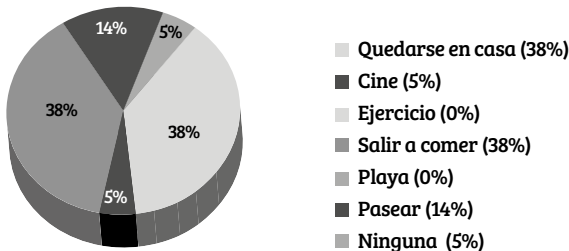
Cuando sales a pasear, ¿a dónde te gusta ir con más frecuencia?



Cuando sales con amigos, ¿a dónde van?



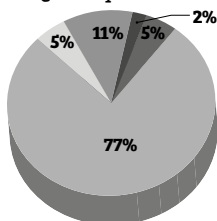
¿Qué tipo de actividad de fin de semana realizas con tu familia con mayor frecuencia?



A sus amigos los conocen en la escuela con un 77% y un 11% en la Colonia, también la gran mayoría (73%) conocieron a su pareja en la escuela, y la generalidad de las veces sus reuniones con amigos las hacen en casas. Podemos entonces afirmar que la escuela puede ser ese espacio donde los individuos interactúan y definen sus acciones y construye una identidad colectiva como participantes de ese ambiente específico, lo que también puede significar una identidad muy limitada y fácil de quebrantar. Recordemos que la pluralidad de pertenencias, lejos de eclipsar la identidad personal, es precisamente la que la define y constituye (Giménez, 2018, pág. 13). (Ver: Gráfica 08).

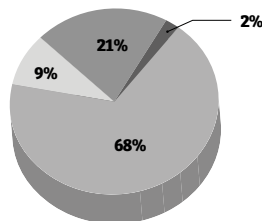
GRÁFICA 08: ESPACIOS DE ENCUENTRO

Quando sales de fiesta, ¿con quién vas?



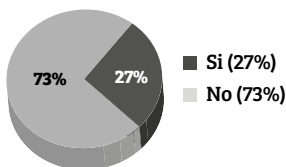
- Amigos de la escuela (77%)
- Pareja (5%)
- Amigos de mi colonia (11%)
- Familiares (2%)
- No salgo de fiesta (5%)

¿A dónde te gusta salir de fiesta mayormente?



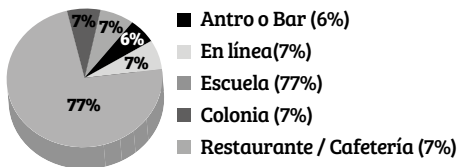
- Reunión en casa (68%)
- Bares (9%)
- Antros (21%)
- No salgo (2%)

¿Tienes pareja?



- Si (27%)
- No (73%)

Si tienes pareja, ¿Dónde la conociste?

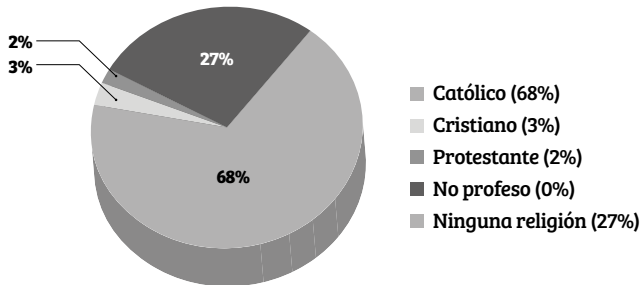


- Antro o Bar (6%)
- En línea (7%)
- Escuela (77%)
- Colonia (7%)
- Restaurante / Cafetería (7%)

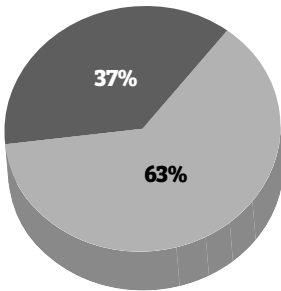
Es importante mencionar que del 73% que profesan alguna religión de la mayoría de los encuestados (63%) asisten a los servicios religiosos con su familia (77%) y un 11% con amigos. Lo que nos confirman que la familia prevalece como el principal grupo primario donde se realizan las interacciones sociales necesarias para crear una identidad. (Ver: Gráfica 09).

GRÁFICA 09: ACTIVIDADES RELIGIOSAS

¿Cuál es tu religión?

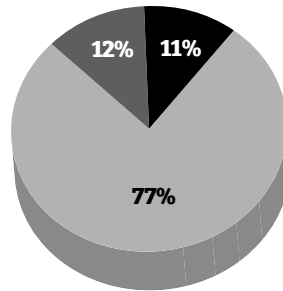


De tu religión,
¿Asistes a alguna
actividad religiosa?



■ Si (63%)
■ No (37%)

Si asistes a alguna
actividad religiosa,
¿con quién vas mayormente?



■ Amistad (77%)
■ Familiar (12%)
■ Solo (11%)

Identidad nacional-regional

Cuando se miden los colectivos de pertenencia como la nacionalidad¹⁶ un 78% se piensa como mexicano, 60% como quintanarroense y 74% como *cancunense*. Cuando en una pregunta posterior se le aumenta la palabra “orgullosamente” la identidad mexicana y quintanarroense sube a un 82% y 69%, respectivamente, movimiento contrario a la identidad *cancunense* que baja a 69%.

Sorprende que un 40% no se reconoce totalmente como quintanarroense, cuando sabemos que todos nacieron en Quintana Roo. Esta ausencia de identidad regional requiere la atención de los aparatos institucionales para crear esos elementos simbólico-culturales que los identifique como una “colectividad”. Fomentar una serie de valores sociales ligados a una serie de roles sociales que los construyan como una comunidad participativa y constructiva que les permita a su vez, identificar esos patrones de referencia tan importantes para lograr acciones colectivas que los lleven a un esquema de solidaridad grupal y finalmente a construir una conciencia colectiva. (Ver: Gráfica 10).

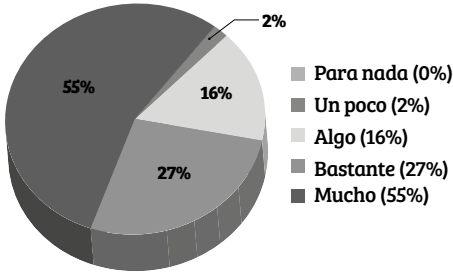
Identidad cultural

En cuanto a la medición de la identidad cultural, a los encuestados en un 73% no les preocupa o son indiferentes en cuanto a perder su identidad; inclusive, cuando se les pregunta si están dispuestos a mantener sus tradiciones, un 46% se muestra indiferente frente a un 34% que no les preocupa. Sin embargo, cuando se les pregunta si estarían dispuestos a adaptarse a una nueva cultura y olvidarse de la propia un 75% afirman estar to-

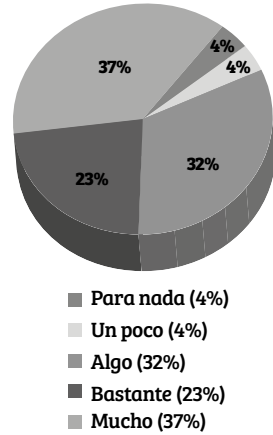
16 / Robert Merton entiende por colectividad a un conjunto de individuos que, aún en ausencia de toda interacción o contacto próximo, experimentan cierto sentimiento de solidaridad porque comparten ciertos valores y porque existe un sentimiento de obligación moral que los precisa a responder, en este caso como mexicanos, quintanarroenses o cancunenses (Giménez, 2018, pág. 14).

GRÁFICA 10: IDENTIDAD NACIONAL-REGIONAL

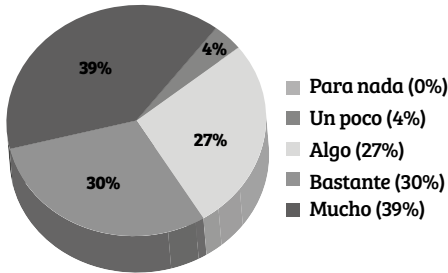
Me siento muy mexicano.



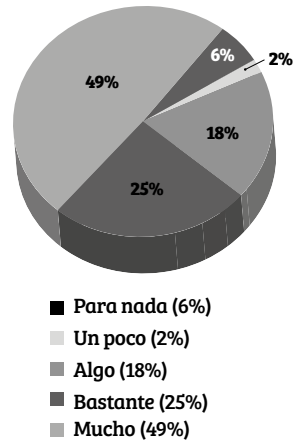
Pienso en mí mismo como quintanarroense.



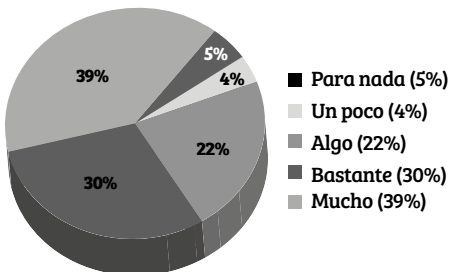
Me siento orgulloso de ser quintanarroense.



Pienso en mí como cancenense.



Me siento orgulloso de ser cancenense.



talmente en desacuerdo, prácticamente el mismo porcentaje que dice estar muy seguro de sus tradiciones y cultura.

Esto nos indica que simbólicamente se muestran seguros de su cultura y tradiciones, sin embargo, cuando se les pregunta cuáles son esas fiestas y tradiciones que celebran con sus familias, sorprende que prácticamente las fiestas y tradiciones celebradas son las convencionales: Navidad 33%, año nuevo 25% y cumpleaños 21%. Lo que nos demuestra que la comunidad de Cancún carece de fiestas patronales o carnavales que los identifiquen regionalmente como *cancunenses*.

Valores

Cuando se les pregunta si consideran que la sociedad en Cancún se está degenerando y es probable que colapse, no existe una respuesta indicativa ni a favor ni en contra y sucede lo mismo cuando se les pregunta si consideran que las noticias de personas inmorales en Cancún son exageradas. Las respuestas guardan el mismo patrón y un 30% prefiere no opinar; el resto se encuentra dividido a favor y en contra de esa opinión. (Ver: Gráfica 12).

Diversidad cultural

Las preguntas sobre el tema de diversidad cultural nos indican que nuestra población se encuentra muy abierta a tener amigos de diferentes grupos (93%). Un 62% está a favor de la diversidad cultural y un 89% en desacuerdo con solo relacionarse con personas de su comunidad.

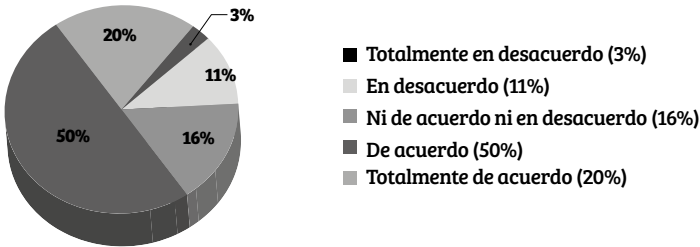
Cuando se les pregunta si estarían de acuerdo en olvidar sus tradiciones el 93% se declara en contra, y un 78% opina que nos debemos de esforzar por conocer otras culturas diferentes a las nuestras, estos datos nos permiten afirmar que nuestros jóvenes, como resultado del multiculturalismo propio de Cancún, se encuentran muy abiertos y familiarizados a la diversidad cultural.

GRÁFICA 11: IDENTIDAD CULTURAL Y TRADICIONES

Me preocupa perder mi identidad cultural.



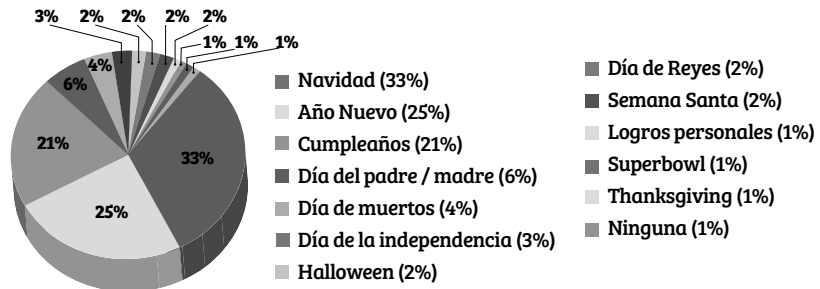
Me siento culturalmente muy seguro de mis tradiciones.



Siento que debería mantener mis propias tradiciones culturales y no adaptarme a las de mis vecinos y amigos.

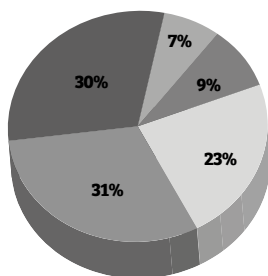


¿Cuáles son las fiestas o días que más celebras con tu familia?
Enlista los tres principales en orden de importancia.



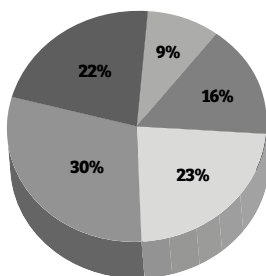
GRÁFICA 12: VALORES

Nuestra sociedad se está degenerando y es probable que colapse en el caos



- Totalmente en desacuerdo (9%)
- En desacuerdo (23%)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (31%)
- De acuerdo (30%)
- Totalmente de acuerdo (7%)

Las noticias de personas inmorales y degeneradas en Cancún son extremadamente exageradas



- Totalmente en desacuerdo (16%)
- En desacuerdo (23%)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (30%)
- De acuerdo (22%)
- Totalmente de acuerdo (9%)

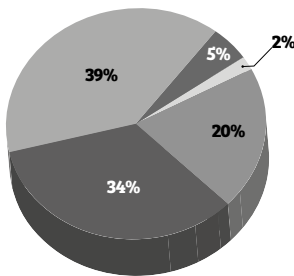
Otro dato importante es conocer que en un 41% consideran que la diversidad cultural ayuda a abordar y solucionar nuevos problemas y en un 75%, están en contra de la idea que diferentes culturas y formas de pensamiento dificultan a la sociedad para organizarse. Esto lo confirman, cuando se les pregunta que si creen que Cancún se debilita por personas con diferentes antecedentes culturales y en un 54% están en desacuerdo. (Ver: Gráfica 13)

CONSIDERACIONES

Pocas conclusiones se pueden sacar de una investigación con una muestra reducida, es por eso importante recalcar que el único propósito de esta primera fase de la investigación es probar un instrumento que evalúe nuestras preguntas y los

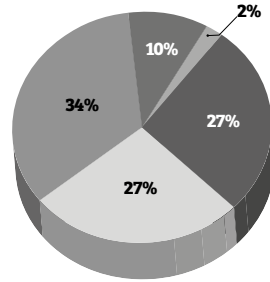
GRÁFICA 13: DIVERSIDAD CULTURAL

Una sociedad que tiene una variedad de grupos étnicos y culturales es más capaz de abordar nuevos problemas a medida que ocurren.



- Totalmente en desacuerdo (5%)
- En desacuerdo (2%)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (20%)
- De acuerdo (34%)
- Totalmente de acuerdo (39%)

La ciudad de Cancún se ve debilitada por personas de diferentes antecedentes étnicos y culturales, apegados a sus viejas costumbres.



- Totalmente en desacuerdo (27%)
- En desacuerdo (27%)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (34%)
- De acuerdo (10%)
- Totalmente de acuerdo (2%)

significados obtenidos de ellas para —más adelante— utilizar el mismo cuestionario, pero en una muestra mayor.

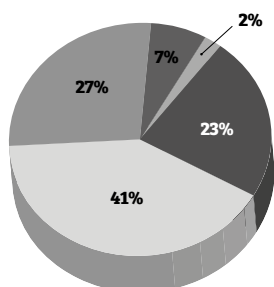
Una consideración importante para una futura investigación sería replantear y profundizar las preguntas relativas a las actividades culturales y étnicas ya que se pudo comprobar que un 64% están interesados a asistir a este tipo de eventos en su comunidad, sin embargo, cuando se les pregunta si pertenecen a una sociedad cultural o deportiva, el 86% dicen que no. Podemos asumir que los espacios o las actividades de este tipo no son fáciles de encontrar en su localidad.

Otra pregunta que debería ser replanteada es la de las actividades deportivas, donde un 64% afirma que sí lo practica, pero al solicitar una precisión en este punto, no pudo en un 34% saber cuál era esa actividad ya que la respuesta de ma-

yor porcentaje fue “otro”. Entendemos que en un lugar como Cancún debido a sus condiciones económicas, geográficas y demográficas es un lugar donde las actividades deportivas cada día cobran más importancia y podemos considerar que el deporte es un espacio donde se crea comunidad y las comunidades favorecen no solo a una identidad personal o individual sino a una identidad colectiva. (Ver: Gráfica 14)

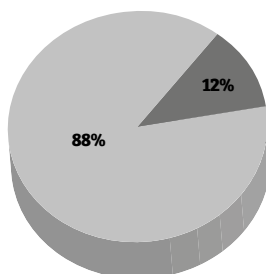
GRÁFICA 14: ACTIVIDADES CULTURALES Y ÉTNICAS

No estoy interesado en atender actividades culturales o étnicas de mi ciudad.



- Totalmente en desacuerdo (23%)
- En desacuerdo (41%)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (27%)
- De acuerdo (7%)
- Totalmente de acuerdo (2%)

¿Pertenece a alguna asociación civil, deportiva o cultural?



- Si (12%)
- No (88%)

COMENTARISTA, MTRA. MILDRED MAFUD

Cuando Ana me invitó a comentar esta investigación, además de ser un gusto y un honor —como siempre— poder colaborar con ella, me pareció un tema muy pertinente para estos tiempos de reflexión, reajustes y cambios.

La identidad cancenense o la falta de esta es un tema que he escuchado abordar como una constante desde que llegué a vivir a Cancún hace 28 años. Inclusive, este tema se ha convertido en la percepción generalizada de quienes somos; nuestros mitos han sido contruidos alrededor de un término, ya obsoleto, que nos limita pero que aún utilizamos constantemente para definirnos: “población flotante”.

En su fase inicial, esta investigación aborda el tema de identidad cultural a través de un cuestionario compuesto por 79 preguntas. Los datos utilizados para esta entrega son tan solo la relación de la mitad de los obtenidos; el resto nos brinda un espectro amplio sobre los tipos de consumo y afinidad que podrán ser útiles para futuras conclusiones.

Varios *insights* han surgido a partir de estas primeras relaciones y nos sirven ahora como ejes importantes para comenzar a idear un proyecto de identidad cultural. Dentro de los actores imprescindibles para que esto suceda ya se mencionaron algunas instituciones que deberán prestar atención y acción.

Quiero resaltar la importancia al apoyo de investigaciones como la presentada: estructurada, metodológica y perfectamente fundamentada. Es aquí en donde radica la diferencia de una propuesta por “corazonada” que carece de validez y estrategia, a una propuesta sólida, con continuidad y en espera de resultados.

La investigación que aquí se expuso es una oportunidad que abre grandes posibilidades pues, a pesar de presentar la falta de identidad como un problema para el desarrollo de

nuestra sociedad, nos da también una hoja que está casi en blanco en donde, naturalmente, ya existe un punto de coincidencia: la disposición a la diversidad.

Esta investigación arroja que los jóvenes cancuenses, a pesar de no encontrar con claridad los elementos que conforman su identidad cultural, reconocen dos cosas: primero, que Cancún es un espacio de convergencia de procedencias, ideologías y estilos de vida; segunda, que en la diversidad se encuentra la riqueza para poder crecer.

Si el proyecto de identidad cultural se centra en generar espacios para construir las prácticas y, además, se fomenta el respeto, la apertura y la comunicación como parte de los valores de nuestra sociedad, estaremos preparando un terreno fértil en donde la diversidad pueda surgir positivamente y aportar —en vez de confundir— a un sano sincretismo cultural.

BIBLIOGRAFÍA Y TRABAJOS CITADOS

- Barba Solano, C. (2011). Perspectivas críticas sobre la cohesión social: desigualdad y tentativas fallidas de integración social en América Latina. En C. Barba Solano, *Perspectivas críticas sobre la cohesión social: desigualdad y tentativas fallidas de integración social en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.
- Barraza, S. (2002). El concepto de habitus de Pierre Bourdieu y el estudio de las culturas populares en México. *Revista Universidad de Guadalajara*.
- Bell, S., Alvarado, J. G., & Íñiguez Rueda, L. (2016). Dos aproximaciones distintas a la identidad con el análisis de pertenencia categorial. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*.
- Benassini, C. (2000). Interaccionismo simbólico. *Apuntes*. México: Universidad Iberoamericana.
- Bourdieu, P. (1994). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción. Espacio social y espacio simbólico*. Anagrama.

- Center for applied cross-cultural research. (s.f.). MIRIPS questionnaires and presentations. *MIRIPS questionnaires and presentations*. UK: Victoria University of Wellington.
- Echeverría Victoria, M., & Garay Hernández, M. (2019). Rechazo sin evidencia: prejuicio político entre jóvenes meridianos. *XVI Anuario de investigación de la comunicación CONEIC*, 59.
- Giménez, G. (2003). La cultura como identidad y la identidad como cultura. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Giménez, G. (2005). La concepción simbólica de la cultura. *Estudios sobre las culturas y las identidades sociales*. México: Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) UNAM, 67-87.
- Giménez, G. (2007). La identidad social o el retorno del sujeto en sociología. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*.
- Giménez, G. (18 de Septiembre de 2018). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*. Obtenido de Google Académico: <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2229/1/Materiales%20para%20una%20teor%C3%ADa%20de%20las%20identidades%20sociales.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Mercado Madonado, A., & Hernández Oliva, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1997). Conceptos clave en comunicación y estudios culturales. En T. O'Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery, & J. Fiske, *Durkheim y el concepto de anomia: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Sacks, H. (1960). *Membership categorization device analysis*. USA: Encyclopedia of qualitative research methods.
- Schluchter, W. (2011). Ferdinand Tönnies: Comunidad y sociedad. *Signos Filosóficos*.

ANEXO 1 - CUESTIONARIO

Demográficos

- Sexo
- ¿En qué año naciste?
- ¿En qué municipio de Quintana Roo naciste?
- ¿En qué colonia, SM o región vives?
- ¿En dónde nació tu padre?
- ¿En dónde nació tu madre?
- ¿Hablas alguna lengua indígena?
- Si contestaste que sí a la pregunta anterior, ¿cuál lengua indígena hablas?
- ¿Cuál es la principal ocupación de tu padre?
- ¿Cuál es la principal ocupación de tu madre?

Escolaridad

- ¿Qué grado de escolaridad tiene tu padre?
- ¿Qué grado de escolaridad tiene tu madre?

Prácticas culturales

- ¿Cuáles son las fiestas o días que más celebras con tu familia? Enlista los tres principales en orden de importancia.
- ¿Cuál es tu comida favorita?
- ¿Cuál es la comida favorita de tu familia?

Prácticas religiosas

- ¿Cuál es tu religión?
- De tu religión, ¿asistes a alguna actividad religiosa?
- Si asistes a alguna actividad religiosa, ¿con quién vas mayormente?

Prácticas deportivas

- ¿Practicas algún deporte?
- ¿Qué deporte practicas principalmente?
- Cuando haces deporte, ¿con quién lo practicas principalmente?

Ocupación

- ¿Trabajas?
- ¿En dónde trabajas?

Consumo

- ¿Qué tipo de celular tienes?
- ¿Utilizas computadora?
- La computadora que utilizas es...
- ¿Dónde compras tu ropa mayormente?

Medios

- ¿Tienes acceso a internet?
- ¿Desde dónde te conectas principalmente?
- Cuando estás navegando en internet, ¿qué actividades realizas?
- ¿Ves películas, series y/o programas?
- ¿Qué utilizas para ver películas, series y/o programas?

- ¿Qué género de películas, series y/o programas ves?
- ¿Escuchas música?
- ¿Qué medio utilizas mayormente cuando escuchas música?
- ¿Cuáles son los tres géneros musicales que escuchas con mayor frecuencia?

Ocio

- Cuando sales de vacaciones, ¿a dónde vas?
- Cuando sales de vacaciones, ¿mayormente con quién sales?
- ¿Cuál es tu actividad principal durante la semana?
- ¿Cuál es tu actividad principal los fines de semana?
- Cuando sales a pasear, ¿a dónde te gusta ir con más frecuencia?
- Cuando sales con tus amigos, ¿a dónde van?
- Cuando sales de fiesta, ¿con quién vas?
- ¿A dónde te gusta salir de fiesta mayormente?
- ¿Realizas alguna actividad de fin de semana con tu familia?
- ¿Qué tipo de actividad de fin de semana realizas con tu familia con mayor frecuencia?

Sociales

- ¿Pertenece a alguna asociación civil, deportiva o cultural?
- Si contestaste que sí a la anterior pregunta, ¿cuál?
- ¿Tienes pareja?
- Si tienes pareja, ¿en dónde la conociste?

Identidad

- Pienso en mí mismo como mexicano
- Pienso en mí mismo como (de donde es mi padre)
- Pienso en mí mismo como (de donde es mi madre)
- Pienso en mí mismo como quintanarroense
- Pienso en mí mismo como cancenense
- Me siento muy mexicano
- Me siento orgulloso de ser quintanarroense
- Me siento orgulloso de ser cancenense
- Hay lugar para variedad de idiomas y culturas en Quintana Roo

Conocimiento cívico

- ¿Cuál es la fecha de la fundación del Estado de Quintana Roo?
- ¿Quién fue el primer Gobernador del Estado de Quintana Roo?
- ¿Cuál es el nombre de la medalla al mérito ciudadano que se otorga cada año en Cancún?
- ¿Cuál es la capital del Estado de Quintana Roo?
- ¿Cuál es el nombre del presidente municipal de Cancún?

Seguridad

- Tenemos que tomar acciones para defender nuestras tradiciones y nuestra cultura
- Aprender otras lenguas nos hace olvidar nuestras propias tradiciones
- Me preocupa perder mi identidad cultural
- Me siento culturalmente muy seguro de mis tradiciones

LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS JÓVENES CANCUNENSES

- Nuestra sociedad se está degenerando y es probable que colapse en el caos
- Las noticias de personas inmorales y degeneradas en Cancún son extremadamente exageradas

Actitudes y expectativas

- Siento que debería mantener mis propias tradiciones culturales y no adaptarme a las de mis vecinos y amigos
- No estoy interesado en atender actividades culturales o étnicas de mi ciudad
- Prefiero las actividades sociales que involucran solo a miembros de mi propio grupo de amigos o familia
- Es muy importante para mí aprender una lengua diferente a la mía
- Creo que mi comunidad debería mantener nuestras propias tradiciones culturales, pero también adoptar las de otros países
- Creo que mi comunidad debería de adaptarse a las nuevas tradiciones y olvidarse de las anteriores
- Solo me gusta tener amigos que nacieron en Quintana Roo
- Cada comunidad debería de relacionarse solo con personas de su propia comunidad
- Creo que es importante tener amigos de otros grupos sociales

Ideología multicultural

- Tenemos que reconocer que la diversidad cultural y racial es una característica fundamental en cualquier sociedad
- Lo mejor para Cancún es que todas las personas olviden sus tradiciones y se adapten a las nuevas
- Una sociedad que tiene una variedad de grupos étnicos y culturales es más capaz de abordar nuevos problemas a medida que ocurren
- La ciudad de Cancún se ve debilitada por personas de diferentes antecedentes étnicos y culturales, apegados a sus viejas costumbres
- Si las personas de diferentes grupos culturales quieren conservar sus tradiciones deben guardárselas para ellos mismos
- Una sociedad con diversidad cultural tiene más problemas para organizarse, que una que solo incluye una o dos
- Deberíamos esforzarnos en conocer otras culturas y sus costumbres
- Los padres migrantes deben esforzarse en conservar para sus hijos sus tradiciones y costumbres

Sociocultural

- Hacer amigos
- Encontrar comida que realmente me guste
- Que mis compañeros de escuela me entiendan
- Entender el sentido del humor local
- La vida social
- Ir a fiestas
- Relacionarme con personas del sexo opuesto
- Hablar de mí con otros
- Relacionarme con mis maestros
- El clima