



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y BIENESTAR

CARRERA DE COMUNICACIÓN

MODALIDAD:

ENSAYO ACADÉMICO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**“INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE
IDENTIDAD CULTURAL”**

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Comunicación, cultural e identidad

AUTORA

María Jamileth Pilay Quiroz

TUTOR(A):

Lic. Edgar Emiliano Burau Grain

2025-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, María Jamileth Pilay Quiroz, portador de la cédula de ciudadanía No. 131699833-3, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: **“Influencia de los medios de comunicación en la construcción de identidad cultural”**, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



María Jamileth Pilay Quiroz
C.I. 131699833-3

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Edgar Emiliano Burau Grain de 0914203294 de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación bajo la autoría de la estudiante Pilay Quiroz María Jamileth legalmente matriculado/a en la carrera de Comunicación período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de ensayo académico cuyo tema del proyecto “Influencia de los medios de comunicación en la construcción de identidad cultural”

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 16 de Enero de 2026

Lo certifico,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Edgar Burau', is written over a faint, circular official stamp.

Lic. Edgar Burau Emiliano Grain, Mg.

Docente Tutor(a)

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para superar cada obstáculo en este camino.

A mi familia, especialmente a mis seres queridos, gracias por su apoyo incondicional y amor constante. Su motivación y palabras de aliento han sido fundamentales para mí.

A mi tutor, Edgar Bureau Grain, gracias por su guía experta y compromiso con mi formación. Su apoyo ha sido invaluable en este proceso.

A todos los que han estado a mi lado, gracias por ser parte de este logro. Es un triunfo que compartimos juntos.

Gracias de corazón.

DEDICATORIA

Le dedico este logro principalmente a Dios por haberme dado sabiduría entendimiento para lograr mi objetivo, sin él nada hubiera sido posible.

A mi papá y a mi mamá por haber sido los principales en apoyarme y quienes han sido un pilar fundamental en este camino. Por esforzarse cada día en ayudarme para yo cumplir mis sueños.

A mi esposo, por continuar conmigo este proceso, gracias por estar siempre pendiente de cada detalle, por tus preocupaciones y por impulsarme a no rendirme. Tu amor y apoyo incondicional han sido mi mayor motivación. Tu esfuerzo y sacrificio han sido fundamentales para mí.

A mi hermana y mis sobrinas por siempre creer en mí y llenarme de ánimos y motivación para continuar este proceso

Y especialmente a mi hijo, quien por su llegada me impulsó a no rendirme nunca, quien fue mi mayor inspiración para lograr cada uno de mis objetivos, su amor fue mi motor en este largo y maravilloso proceso.

Este logro es gracias a todos ustedes, que han creído en mí y me han apoyado en cada paso del camino. Gracias por ser mi familia y por hacer que este momento sea posible.

Con todo mi amor y agradecimiento.

Contenido

Resumen	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
Desarrollo Temático	11
1. Identidad Cultural	11
1.1 Definición De Identidad Cultural	11
1.2 Dimensión de la cultura.....	11
2. Medios De Comunicación Y Su Rol En La Sociedad.	13
2.1 Teoría de los medios y su impacto social.....	13
2.2 Medios tradicionales vs Medios digitales.....	16
3. Medios De Comunicación Y Globalización	17
3.1 Globalización y homogeneización cultural	17
3.2 Hibridación cultural.....	18
4. Representación Mediática Y Estereotipos Culturales.....	19
4.1 La construcción de estereotipos.....	19
4.2 Diversidad cultural en los medios	20
5. Medios De Comunicación Y El Reforzamiento En La Identidad Cultural	21
5.1 Medios como herramienta de resistencia cultural	21
5.2 Ejemplos de resistencia cultural	22
Conclusiones.....	24
Referencia.....	25

TEMA

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE
IDENTIDAD CULTURAL

Resumen

En Ecuador y a nivel mundial los medios de comunicación están jugando un papel sumamente importante en la elaboración de la identidad cultural en la época actual. Debido a la distribución variada de contenidos, influyendo en la manera que los individuos perciben su cultura y se reconocen como parte de una comunidad. Este ensayo estudia cómo los medios se comportan tanto como herramientas de homogeneización cultural, impulsadas por la interconexión que existe hoy en día, como espacios de resistencia y reafirmación de la identidad. Mediante el uso de teorías de la comunicación y enfoques socioculturales, se analiza el gran poder de los medios en la formación de identidades culturales, la reproducción de estereotipos y la representación o invisibilización de la diversidad cultural.

Palabras claves: comunicación, internet, identidad, cultura

Abstract

In Ecuador and worldwide, the media are playing an extremely important role in shaping cultural identity in the current era. Due to the varied distribution of content, they influence the way individuals perceive their culture and recognize themselves as part of a community. This essay examines how the media acts both as a tool for cultural homogenization, driven by today's interconnectedness, and as a space for resistance and reaffirmation of identity. Using communication theories and sociocultural approaches, it analyzes the great power of the media in the formation of cultural identities, the reproduction of stereotypes, and the representation or invisibility of cultural diversity.

Keywords: communication, internet, identity, culture

Introducción

En el contexto Latinoamericano, la construcción de la identidad cultural ya no depende exclusivamente de espacios tradicionales como la que acoges dentro del hogar, la escuela, compañeros o la comunidad.

Los medios de comunicación han adquirido un papel cada vez más relevante en este proceso, al convertirse en un transporte constante de difusión de valores, estilos de vida, costumbres y formas de interpretar la realidad. A través de la televisión, la radio, el cine, y especialmente las redes sociales. Las personas no solo tiene el libre acceso a la información, sino que también elaboran perspectivas sobre sí mismas, sobre los grupos a los que corresponden y sobre su relación con los demás.

Existen teorías que sostienen que los medios no determinan al cien por ciento el pensamiento de las personas, pero sí influyen en los asuntos que consideran relevantes

En este marco, se busca discutir si la globalización mediática contribuye al debilitamiento de las identidades culturales o si, por el contrario, abre nuevas puertas de expresión y reafirmación cultural en distintos contextos sociales.

Desarrollo Temático

1. Identidad cultural

1.1 definición de identidad cultural

Para explorar cómo los medios de comunicación influyen en la construcción de la identidad cultural, es necesario definir este concepto. La identidad cultural abarca los valores, creencias, tradiciones y comportamientos que permiten a los miembros de una comunidad sentirse parte de un grupo. Este conjunto de características no es estático; al contrario, evoluciona constantemente debido a influencias tanto internas como externas, entre las cuales los medios de comunicación tienen un rol destacado.

Gamarnik (2009), sostiene que los medios de comunicación tienen la capacidad de perpetuar prejuicios y reforzar estereotipos culturales, aunque también pueden fomentar la diversidad cultural y la inclusión.

Sin embargo pese a estas alertas que no podemos pasar por alto, que los medios pueden llegar a convertirse en puentes de valiosas oportunidades para la diversidad cultural. Esta sumersión mediática permite el intercambio y la exposición a muchas culturas, lo que en gran parte favorece el respeto por la diversidad y promover culturas más inclusivas. “Los medios de comunicación componen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los jóvenes actúan recíprocamente en la elaboración de la propia identidad.” (Pindado, 2006)

1.2 dimensión de la cultura

La identidad cultural engloba pilares fundamentales. Estas piezas del rompecabezas son cruciales para fundar un sentido de pertenencia dentro de una comunidad. A continuación, se analizan las dimensiones más relevantes de la identidad cultural dentro del contexto de “La influencia de los medios de comunicación en la construcción de la identidad cultural”.

- Idioma

En primer lugar el idioma es el corazón de la identidad cultural, ya que sin él las personas no comunicarían sus conocimientos, creencias y valores. No cabe duda que los medios masivos,

como la televisión, la radio y, más recientemente, las redes sociales, han tenido resultado impactante en el uso del idioma al poner en tendencia ciertas maneras de expresarnos y formas de comunicarnos que nos permite ser más abiertos ante otras traducciones. Por lo contrario, idiomas dominantes como el inglés a través de los medios puede desplazar lenguas locales, amenazando la diversidad lingüística.

- Tradiciones

En segundo plano las tradiciones abordan prácticas culturales que reciben las personas desde sus inicios en este plano terrenal, por ende, forman parte del diario vivir de una comunidad, tales como festividades, rituales y costumbres. Habitualmente en Ecuador existe una variedad de festejos en cada provincia, mostrando la importancia y el respeto que tienen por costumbres que vienen arrastrando desde sus antepasados. No obstante, los medios de comunicación son cruciales en la preservación y transformar de estas tradiciones, ya que su divulgación abre un extenso camino que facilita que estas prácticas lleguen a un público más amplio, incentivando el diálogo intercultural.

Ahora bien, los medios pueden posicionar ciertas tradiciones en un producto de consumo global y alterando su origen. La representación superficial de las tradiciones estratégicamente simples para consumo del público objetivo, conlleva a una homogeneización cultural que pone en riesgo la autenticidad de las cosas.

- Religión

Por otra parte sabemos que la religión es punto clave en la identidad cultural, debido a que, poner nuestra fe a ciertas cosas no solo ahorman tu propio pensar, sino también el pensamiento de una sociedad. Las redes sociales y canales de televisión son una puerta abierta que permiten a las comunidades religiosas compartir sus doctrinas y rituales, fortaleciendo su identidad grupal.

Sin embargo, la globalización mediática se encuentra con distintos pensamientos generando debates sobre tolerancia y respeto hacia la pluralidad religiosa. En este sentido, los medios tienen su pro y su contra, ya que pueden fomentar el diálogo entre religiones, y también crear controversia cuando presentan contenidos inclinados hacia otra postura.

- Expresiones Artísticas

El arte y sus diversas formas de llegar a las personas es una manifestación fundamental de la creación de identidad. Al mismo tiempo, la música en sus diferentes ritmos, la danza en sus diversos estilos, la literatura o el cine en sus distintas tramas, reflejan los valores y facetas de una comunidad. Se puede señalar, las plataformas como YouTube, Spotify o Netflix, han ampliado su contenido y le han dado cabida a distintas expresiones artísticas de todo el mundo.

Si bien, los medios contribuyen en la difusión de diversas culturas, existe una brecha fina de que las grandes industrias globales minoren las expresiones locales e impongan tendencias actuales.

2. Medios de comunicación y su rol en la sociedad.

2.1 Teoría de los medios y su impacto social

Por otra parte, se pueden analizar teorías relevantes que expresan cómo los medios influyen en los pensamientos y opiniones del público. Teorías como la “Agenda Setting” de McCombs y Shaw y la “Teoría de la espiral del silencio” de Elisabeth Noelle-Neumann resaltan el papel crucial de los medios en formar el pensamiento colectivo y por extensión, la identidad cultural.

A continuación, se presenta la Tabla 1, la cual sintetiza las principales formas de influencia mediática.

Tabla 1

Tipo de medio	Influencia en la identidad cultural
Televisión	Difusión de valores y modelos culturales
Redes sociales	Construcción de identidades híbridas
Medios locales	Protección de tradiciones culturales

Nota: Elaboración propia a partir del marco teórico

2.1.1 Teoría de la Agenda Setting

La teoría de la Agenda Setting, conocida en español como teoría de la fijación de agenda, fue propuesta en los años 70 por Maxwell McCombs y Donald Shaw. Esta teoría plantea que los medios de comunicación tienen una influencia profunda en la manera en que las personas perciben la realidad, ya que no solo comunican los eventos, sino que también determinan qué temas son importantes al resaltar ciertos asuntos sobre otros. Según McCombs y Shaw, los medios actúan como “agentes de selección” que no nos dicen qué pensar, pero sí sobre qué pensar, guiando la atención del público hacia temas específicos y, por ende, influyendo en la percepción de la realidad social (McCombs & Shaw, 1972).

La influencia de los medios sobre la identidad cultural también se ve reflejada en cómo presentan y representan a distintos grupos sociales y culturales. En muchos casos, los medios pueden reforzar estereotipos o ideas preestablecidas, que se asimilan como verdades colectivas debido a la constante exposición mediática. Este proceso refuerza ciertos valores y normas, que se integran en la identidad cultural general de una comunidad. Los medios configuran nuestras prioridades y nos llevan a ver el mundo desde sus propios marcos de referencia (McCombs 2006), lo que implica que aquellos temas que reciben una mayor cobertura mediática pueden llegar a formar parte de la identidad cultural compartida de una sociedad.

En el contexto moderno, donde la Mass Media tiene el poder de rapidez de la información, esta teoría ha generado una complejidad ya que los canales de difusión en línea contribuyen a establecer agendas más amplias y a desarrollar espacios en el que distintas posturas culturales pueden tener, o un alcance positivo o perder visibilidad rápidamente. En tal caso, el pluralismo intercultural, permite que ciertos grupos ignorados tengan voz e impulsar una identidad cultural más abarcadora.

2.1.2 Teoría de la Espiral del Silencio

Con respecto a La Teoría de la Espiral del Silencio analizada por la politóloga alemana Elisabeth Neumann en los 70, abarca cómo funciona la presión social y el miedo de ser u opinar diferente a los demás, de hecho el temor a ser apartados por la sociedad conlleva a una ciudadanía silenciada si consideran que sus opiniones no tienen similitud alguna con la mayoría o con lo que los medios masivos posicionan como “opinión pública” predominante. Ahora bien esta teoría se centra en una realidad que suele llamar la atención de que al mundo se le hace más fácil adaptarse a ideas sociales en vez de luchar por la libertad de expresión para así librarse de ser marginados, lo cual forma un silencio lleno de puntos de vista minoritarios.

La poca variedad en los canales de información genera una perspectiva no diferente de las culturas, inclusive, se marginan a aquellas identidades que no se asemejan con el modelo cultural posicionado en la mente de las personas. Esto genera que comunidades con culturas diferentes sientan intimidación para no mostrarse abiertamente. Si apelamos a un ejemplo de este hecho es cuando muchos jóvenes indígenas dejan atrás su forma de vestir por estereotipos de moda que abundan en las redes sociales.

Un análisis crítico de los procesos comunicativos mediáticos ha señalado que, bajo la lógica globalizante y occidentalizante de los medios, ciertas identidades culturales reciben mayor visibilidad mientras otras expresiones culturales menos dominantes pueden quedar relegadas o invisibilizadas, afectando así la construcción social de identidades y la percepción pública de la diferencia cultural (Inzunza Moraga & Browne, 2016).

Esta teoría no solo perjudica el ser libres al expresarnos sino que también influyen en la diversidad cultural reforzando el imagen de que los medios no solo comunican aspectos importantes, sino que también tienen el poder de ser creadores de lo que es “normal” dentro de una cultura. En estos estudios se señala que ciertas representaciones mediáticas privilegian características culturales percibidas como “típicas” o “exóticas”, mientras que otras expresiones culturales quedan menos contextualizadas o son omitidas, generando una forma de folklorización que puede reforzar identidades culturalmente dominantes y disminuir el reconocimiento de otras manifestaciones culturales (Verdú Delgado & Bonilla Urbina, 2024).

2.1.3 Combinación de Teorías

La mezcla de las dos teorías permite comprender más al fondo cómo los medios tienen una influencia muy grande en la vida de las personas porque no solo le dan importancia a lo que quieren vender, sino que también limitan expresiones multiculturales.

Hall (1997) señala que los medios no solo reflejan una verdad cultural que existe, sino que también son propietarios de la construcción de las identidades globales. En este sentido, los medios comienzan a comportarse como espacios de producción simbólica donde se seleccionan, representan y legitiman determinados valores, prácticas y significados culturales, influyendo en la manera en que los individuos y los grupos se reconocen a sí mismos y a los demás.

2.2 Medios tradicionales vs Medios digitales

En la actualidad, los medios de comunicación han experimentado un cambio drástico en su forma de captar audiencias, adaptándose a las necesidades y preferencias de las nuevas generaciones. Estas generaciones, frecuentemente llamadas “ciudadanos del mundo”, destacan por su apertura a la diversidad y a las culturas, dejando de lado los estereotipos o modelos de vida que anteriormente marcaban los parámetros de éxito o aceptación social (Ávalos Torres, Culqui Medina & Erazo, 2020). Este cambio de paradigma también ha generado un impacto significativo en la forma en que se consume y produce información.

Según López y Zambrano (2023), “las personas mayores se criaron inmersos en los medios de comunicación ahora conocidos como “tradicionales”, tales como la televisión, la radio y el periódico”. Para ellos, estos medios eran un espacio donde se construían rutinas informativas y de entretenimiento. Incluso hoy en día, es común observar que este grupo poblacional dedica tiempo exclusivamente a mirar la televisión o escuchar la radio, mientras que las generaciones más jóvenes muestran una mayor inclinación hacia plataformas digitales, lo que ha generado una brecha generacional en los hábitos de consumo mediático.

Tanto los medios tradicionales como digitales, han tenido que acoplarse a esta globalización. De todas formas los canales tradicionales aún mantienen consumidores leales, especialmente las personas mayores, así que no han dejado de ser una fuente de información pero si tienen la necesidad de innovar para competir en este nuevo panorama (Ávalos Torres, Culqui Medina & Erazo, 2020).

En este contexto, se observa cómo los medios de comunicación han evolucionado para responder a las expectativas de un público más diversificado. Las nuevas generaciones valoran la accesibilidad y la instantaneidad que ofrecen los medios digitales, mientras que los adultos mayores mantienen su conexión con los formatos tradicionales. Este contraste refleja no solo un cambio en las tecnologías, sino también en las prioridades y hábitos culturales de cada grupo generacional.

3. Medios de comunicación y globalización

Figura 1

Para sintetizar la relación entre los medios de comunicación y la construcción de la identidad cultural en el contexto de la globalización, se presenta la Figura 1.



Figura 1. Influencia de los medios de comunicación en la identidad cultural

3.1 Globalización y homogeneización cultural

La globalización cultural fomentada en su mayoría por los medios de comunicación, ha mantenido una influencia gradual de culturas manipulantes sobre las locales, manifestándose a menudo en una tendencia hacia la homogeneización cultural o la adopción de elementos de la cultura del primer mundo. Contenidos multimedia son difundidos a través de diversas plataformas, moldeando percepciones y estilos de vida en todo el mundo.

Según Castells (1996 citado por Quintana Bernal et al., 2024), “Las tecnologías digitales y las redes sociales han permitido a individuos y comunidades conectarse de manera instantánea superando barreras geográficas y culturales. Este flujo constante de información ha creado nuevas formas de interacción cultural, pero también ha planteado preguntas sobre la autenticidad cultural

y la homogeneización cultural en un mundo cada vez más interconectado.” No obstante, esta oleada continua de información plantea desafíos sobre la preservación de la autenticidad cultural y los riesgos de un mundo uniforme donde la interacción cultural es constante y omnipresente.

Según Ianni (1999 citado por Baeza, 2006), “la idea de la modernización paso a ser el emblema del desarrollo, del crecimiento, de la evolución o del progreso. Las diversas formas de sociedad, comprendiendo tribus y naciones, culturas y civilizaciones, pasaron a ser influidas o desafiadas por los patrones y valores socioculturales”. En este contexto, la televisión actúa como un vehículo de transmisión de estos valores, moldeando las mentes jóvenes bajo la guía de intereses comerciales que priorizan la captación de grandes audiencias.

En la actualidad, la televisión ha asumido un rol predominante en la formación de las mentes jóvenes, convirtiéndose en una especie de “tutora” que influencia profundamente sus valores y percepciones del mundo. Esta influencia está guiada principalmente por la búsqueda de altos índices de audiencia, lo que lleva a que los contenidos presentados estén más orientados hacia el entretenimiento que hacia la educación o la promoción de valores constructivos. (Aparicio, 2005, p. 03).

3.2 Hibridación cultural

La integración de lo digital al mundo ha creado un flujo persistente de noticias y culturas que traspasa fronteras, eliminando las barreras que antes delimitaban las identidades culturales. No obstante, lejos de llevar a una homogeneización cultural absoluta, este hecho ha respaldado un proceso conocido como hibridación cultural, haciendo referencia a la manera en que las comunidades adaptan influencias de los exteriores y las amoldan a sus propias culturas, generando así diversas formas de identidad que son a la vez locales y globales.

Según Quintana Bernal et al. (2024), la globalización no solo impulsa procesos de homogeneización cultural, sino que también fomenta la mezcla y significación de diversas expresiones culturales. De esta forma, las comunidades locales adaptan los elementos globales a sus realidades específicas, construyendo identidades híbridas, dinámicas y en constante transformación. Este proceso no implica la desaparición de las culturas locales, sino, por el contrario, su fortalecimiento mediante la incorporación de influencias externas.

Uno de los primeros autores en la extensión de cultura mixta son los canales de información quienes mediante su proyección digital, han impulsado una abierta gama de experiencias culturales. Como señala García Canclini (1997, p. 124), "Las estrategias de las grandes empresas comunicacionales impulsan, mediante su propagación mundial, que todos nos relacionemos con conocimientos multiculturales". Este acceso a diversas perspectivas culturales no solo enriquece el discurso global, sino que también permite a las comunidades pequeñas reformular sus propias identidades a estas nuevas influencias sin generar un cambio drástico.

En definitiva, la hibridación cultural es una manera positiva de la sumersión tecnología porque pone a flote la capacidad de las culturas para acostumbrarse y buscar nuevas formas de sobrevivir frente a la presión de la globalización. Asegurando así que las identidades culturales siguen siendo fuertes en este siglo que siempre está constante cambio.

4. Representación mediática y estereotipos culturales

4.1 La construcción de estereotipos

Los medios de comunicación manipulan la construcción de estereotipos culturales, los cuales influyen significativamente en la manera que las personas perciben su propia cultura y las externas. Estas construcciones sociales al ser difundidas ampliamente, refuerzan y desafían las percepciones culturales predominantes, moldeando así la visión de la realidad social.

Selena Gerardo (2020) explica que:

Cada cultura desenvuelve un grupo de convencimientos que conforman creencias de las personas, implantando límites sobre lo que se cree adecuado para ambos géneros, creando estereotipos que se aprecian como correctos. Los medios desarrollan una función clave en el repartimiento de estas ideologías de género, contribuyendo significativamente en el mundo al mostrar lo "real". (Gerardo, 2020).

Garnik (2009) "Los medios son los mediadores absolutos y las fuentes esenciales de información para el conocimiento de los otros o de lo otro" (p. 2). Esta confirmación destaca la función principal que los medios desempeñan en la elaboración de las ideologías culturales.

Es importante agregar que Pierre Bourdieu, en su crítico *Sobre la Televisión*, hace énfasis en que el ecosistema de los medios, en particular la tv, no es benigno para el desarrollo del pensamiento crítico. Bourdieu destaca que “hay un vínculo negativo entre urgencia y pensamiento”, determinando que el formato televisivo, con su inclinación en la inmediatez, es un problemático para la expresión de ideas complicadas y combinadas. “Un pensamiento crítico, articulado, argumentativo, demostrativo, analítico necesita un tiempo de exposición que no existe en TV”, afirma Bourdieu, quien agrego el término *fast thinkers* para nombrar a los intelectuales que pueden acoplarse a estas complicaciones mediáticas.

Por otra parte la rapidez y la inmediatez de la información moderna no solo perjudican un análisis a fondo, sino que también, aportan a la propagación inmediata de estereotipos simplificados. Inclusive, estos estereotipos al ser indagados constantemente, pueden ser realmente vistos como verdades universales, tanto así, que influyen las actitudes y aptitudes de la sociedad hacia diversos grupos sociales.

Figura 2

La Figura 2 muestra cómo los medios contribuyen a la construcción de estereotipos culturales.



Figura 2. Construcción de estereotipos culturales en los medios

4.2 Diversidad cultural en los medios

La diversidad cultural en los medios es un tema bastante amplio actualmente por cómo influyen en la creación de actitudes de una sociedad, ya que interfieren en la libertad de expresión y diversidad especialmente de grupos minoritarios o marginados.

Como indica Hartley (2012 como se citó en Ramos y Gonzales, 2022), “Los grupos minoritarios señalan las dificultades de acceso a los medios de comunicación y que, como resultado, son incapaces de establecer su punto de vista en la opinión pública”. Quiere decir que

la poca importancia puede terminar de hacer invisible a estos grupos pequeños y fortalecer las suposiciones influyentes que están muy lejos de sus realidades, lo que debilita su fortaleza para persuadir en la construcción de una cultura global.

Por lo contrario, si el internet es aprovechado positivamente también tiene la virtud de ser una plataforma que le da cabida a nuevas voces potenciando la identidad cultural. Según Mendoza Sepúlveda (2023) los medios y la tecnología son elementos poderosos que agilitan la difusión de ideas y valores culturales, permitiendo que las culturas locales se expongan a influencias externas. Este intercambio puede generar un enriquecimiento de la identidad cultural dominante, al incorporar nuevas perspectivas y prácticas que amplían el horizonte de la sociedad en general. Este proceso de intercambio cultural puede, por lo tanto, desafiar las narrativas rígidas y fomentar una identidad más inclusiva y plural.

En síntesis, las plataformas digitales cumplen dos funciones en la creación diversidad cultural, por un lado, protegen jerarquías culturales existentes y excluyen a los grupos marginados y por el otro, tienen la capacidad de ser ágiles al cambio y enriquecimiento cultural, promoviendo la inclusión de diversas voces y perspectivas. El trabajo está en prestarle la misma atención a lo mediático y a lo tradicional para que no se extingan culturas sino que exista diversidad cultural.

5. Medios de comunicación y el reforzamiento en la identidad cultural

5.1 Medios como herramienta de resistencia cultural

Los medios de comunicación tradicionales actualmente en esta era globalizada, tienen el poder de la construcción de una identidad homogénea. Lo han hecho por décadas y lo siguen haciendo en contextos variados, adaptando a los individuos hacer sobrevivientes de un entorno mediático que está moldeando constantemente sus costumbres y culturas. (Lamas, 2025).

En la historia del mundo la identidad cultural se ha desarrollado progresivamente dentro de la comunicación, está inevitablemente mediada por la omnipresencia de los sistemas de comunicación masiva. Desde los medios tradicionales hasta las redes sociales tienen un impacto transformador en la forma en que las personas perciben y negocian su pertenencia a un grupo.

Por lo tanto los medios propios, como las radios comunitarias o la televisión indígena, son herramientas cruciales para la reafirmación de la identidad y la lucha contra la aculturación esto

quiere decir que su validez y renombre dependen de algo más que su resistencia externa y tienen mantener la esencia interna. Así que se entendería como una contradicción que un medio fundado para ser voz de un grupo poco visible termine ocultando los aspectos diversos que crean precisamente a esa comunidad. Por lo tanto el valor real de esta resistencia interconectada se ubica en su capacidad de defender lo propio en lugar de imponer una única visión. Si fallan en esto, corren el riesgo de convertirse en un nuevo tipo de control. (Morales Urueta, 2011, p.158).

Figura 3

En este contexto, la Figura 3 ilustra cómo los medios locales pueden funcionar como espacios de resistencia cultural frente a la influencia de los medios globales.



Figura 3. Resistencia cultural a través de medios locales

5.2 Ejemplos de resistencia cultural

La auténtica resistencia cultural a través de los medios no debe ser vista únicamente como la difusión de elementos folclóricos, sino como un acto político de autonomía comunicativa es decir ser los dueños de su propia narrativa.

Sin embargo a menudo vemos como la red está acabando con la cultura local porque impone la cultura extensa (géneros musicales, inglés, consumo). Pero viéndolo desde el lado positivo la tecnología es un punto a favor de que la sociedad no se olvide de sus raíces. Ejemplo:

1. **Identidad Radio Cultural (ecuador):** En la parte sierra del ecuador existe una radio que brinda a la ciudadanía contenidos que promueven el aprendizaje en la sociedad sobre temas culturales y artísticos, utilizando también las diferentes plataformas digitales para conectar con el público joven.
2. **Caso Zhigoneshi (Colombia):** Los grupos indígenas Arhuaco, Kogui y Wiwa, agrupadas en la Organización Gonawindua Tayrona, decidieron no depender de medios

externos e iniciaron su propio centro multimedia. Recurriendo al uso de la fotografía, videos y la revista *Zhigoneshi*, estas comunidades ejercen su propia contenido comunicativo, documentando su conexión con la naturaleza y defendiendo a puño y espada su territorio sagrado frente a la mirada del mundo exterior. (Morales Urueta, 2011, p.153).

3. **Santos Tuz:** Un muchacho indígena que recurre a la plataforma de **TikTok** para enseñar y promocionar la lengua Maya. Este es un claro ejemplo de estar a un paso al frente la modernidad porque transporta la resistencia a la superficie de la identidad cultural, enfrentando el paradigma social dándole un mayor valor al maya yucateco en espacios donde antes era invisibilizado. No obstante, este éxito también plantea un reto: la dificultad de replicar estos alcances en comunidades lingüísticas menos densas o con menor acceso tecnológico. (Cru et al., 2025)

Conclusiones

A lo largo de este ensayo se ha evidenciado que los medios de comunicación cumplen un rol central en la construcción de la identidad cultural, ya que no solo transmiten información, sino que influyen activamente en la forma en que las personas interpretan la realidad y se identifican culturalmente. A través de la selección de contenidos, discursos y representaciones, los medios contribuyen a legitimar ciertos valores y prácticas culturales, mientras otros pueden quedar relegados o totalmente ignorados.

Por lo consiguiente las teorías analizadas en ese proceso permiten entender cómo los medios si influyen en la opinión pública y en la percepción social de lo que han vendido al mundo lo aceptable dentro de una cultura así que, la idea tachada por la globalización digitales genera que la identidad cultural se vuelve más diversa, dando lugar tanto a procesos de homogeneización como a formas de hibridación cultural, especialmente entre las nuevas generaciones.

Por otra parte el esquema mediático suele ser punto fijo en la elaboración de identidades colectivas ya que puede refuerzan estereotipos o para decirlo que una manera más entendible promueven la diversidad cultural. En este caso los medios también tienen acceso al poder de ser parques de resistencia para culturas locales y grupos marginados desde siglos.

Para dar por finalizado este ensayo los medios de comunicación influyen de manera significativa en la construcción de la identidad cultural, por lo que resulta necesario centrarse en la creación de una comunicación más inclusiva y responsable que reconozca y valore la diversidad cultural presente en la sociedad contemporánea.

Referencias

- Aparicio, F. (2005). *Globalización, homogenización cultural y cultura nacional*. Cuadernos Nacionales, (5). Instituto de Estudios Nacionales, Universidad de Panamá. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/panama/iden/aparicio.rtf>
- Ávalos Torres, M. B., Culqui Medina, A. M., & Erazo Rodríguez, M. E. (2020). Medios tradicionales vs. Medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), 716-729. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/218>
- Baeza, M. A. (2006). Globalización y homogeneización cultural. *Sociedad Hoy*, 10, 9-24. Universidad de Concepción. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90201002>
- Cru, J., Ferrerós Pagès, C., Cícres Bosh, J., Roca Urgell, F., & Iglesias Franch, N. (2025). Activismo digital en lenguas indígenas: Posibilidades y retos para la revitalización lingüística en la península de Yucatán. *Lenguas Vivas*. <https://openpublishing.library.umass.edu/livinglanguages/article/2002/galley/1961/view/>
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Question/Cuestión*, 1(23). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/826/727>
- García Canclini, N. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 3(5), 109-128. Universidad de Colima. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600507.pdf>
- Gerardo, S. (2020). Estereotipos en los medios de comunicación, creadores de desigualdad. *Memorias Del Concurso Lasallista De Investigación, Desarrollo E innovación*, 6(1), 29–34. <https://doi.org/10.26457/mclidi.v6i1.2037>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.

Inzunza Moraga, A., & Browne, R. (2016). Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (133), 229–245. <https://www.redalyc.org/journal/160/16057383016/html/>

Lamas, E. (Ed.). (2025). *Lo ancestral funciona: Pasado, presente y futuro de la radio comunitaria*. Friedrich Ebert Stiftung para América Latina. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/22399.pdf>

López, A., & Zambrano, F. (2023). *Consumo de medios tradicionales en el Recinto La Victoria*. Trabajo de titulación, Universidad Laica Vicente Rocafructe. <https://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/6801/1/T-ULVR-5371.pdf>

Marcos Ramos, M., & González de Garay, B. (2022). La importancia de lo representado. *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 15(1). <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511569019005/html/index.html>

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>

Mendoza Sepúlveda, C. (2023, Julio 21). La conversación entre culturas. *Humanidades Digitales*. https://humanidadesdigitales.net/la-conversacion-entre-culturas/?utm_source=chatgpt.com

Morales Urueta, G. A. (2011). Los medios de comunicación vinculados a las estrategias de resistencia y afirmación cultural de los pueblos indígenas. Caso Kankuama TV (PDF). Universidad Autónoma de México. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México].

Pindado, J. (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *Zer*, (21), 11-22. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/40920/3712-13002-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quintana Bernal, M. R., Sancan Rivera, M. J., Núñez Edhuaniz Castillo, M., Cobo Echérers, D. G., & Pita Rivas, M. E. (2024). Globalización y cultura: Impacto de la integración económica y tecnológica en identidades sociales y tradiciones locales globales y locales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(4). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2364>

Verdú Delgado, A., & Bonilla Urbina, P. L. (2024). La folklorización de la diversidad cultural a través de los medios de comunicación: El caso de la prensa escrita en Ecuador. *Arxius de Ciències Socials*, (50), 91–107. <https://doi.org/10.7203/acs.50.29567>

