



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**IMPACTO PSICOSOCIAL, TRANSFERENCIA Y PERMANENCIA
DE LAS LEYENDAS EN LAS COMUNIDADES URBANAS
DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN**

POR

JORGE ESCOBAR FERNÁNDEZ

**COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

MAYO, 2012

ÍNDICE

RESUMEN	i
ABSTRACT	ii
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSION DEL ESTUDIO	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Objetivos de la investigación	2
1.3 Preguntas de investigación	3
1.4 Justificación del estudio	4
1.5 Limitaciones y delimitaciones	5
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Estructura de la leyenda	
2.1.1 Etimología y características	8
2.1.2 Descripción de la leyenda	9
2.2 Diferencia entre cuentos, mitos, rumores y leyendas urbanas	
2.2.1 Cuento	9
2.2.2 Mito	10
2.2.3 Rumor	10
2.2.4 Leyenda urbana	11
2.3 Génesis de las leyendas	12
2.4 La fecha relativa del origen de las leyendas	12
2.5 Temas populares en la literatura	13
2.6 Valor utilitario de cuentos y leyendas	13
2.7 Valor del testimonio y la memoria colectiva	15
2.8 Agentes de transmisión y comunicación de las leyendas	
2.8.1 Los géneros literarios	16
2.9 Comunicación interpersonal	19
2.10 Tecnologías de la información y comunicación	21

2.11 Influencia y función de los blogs como agentes de transmisión de relatos legendarios, rurales y urbanos	23
2.12 El periódico electrónico	27
2.13 Las redes sociales	29
2.13.1 Facebook	30
2.14 Teorías psicopedagógicas del aprendizaje	
2.14.1 Teoría de aprendizaje social o teoría social cognitiva (Albert Bandura)	32
2.14.2 Teoría estímulo-respuesta	32
2.14.2.1 Condicionamiento operante o instrumental	35
2.15 La memoria	36
2.15.1 Tipos de memoria	36
2.16 La comunicación y sus procesos	37
2.17 La comunicación oral	41
2.18 El efecto <i>priming</i>	43
CAPÍTULO 3. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS	45
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	49
CONCLUSIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	87
BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA	88
ANEXOS	91

RESUMEN

El presente estudio sobre el impacto psicosocial que las leyendas producen y su principio de transmisión y permanencia en la cultura popular, es de índole exploratorio, dado el escaso material que de los temas relativos se encuentra. Los objetivos que se pretenden lograr son: determinar el impacto psicosocial, la importancia, los contenidos y la difusión y comunicación de las leyendas en la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León; definir el nivel de modificación en la conducta de los miembros de la comunidad en base al conocimiento de leyendas y el grado de permanencia en la memoria de los sujetos. También se busca precisar el rango de interés y credibilidad. Se manejan como instrumentos de medición la entrevista de profundidad y la encuesta. El Estado de Nuevo León funge como el universo. En cuanto a la muestra la zona metropolitana de la capital del Estado es donde se hará la investigación de campo. Las leyendas rurales y urbanas narradas entre personas y a través de diversos medios del Estado de Nuevo León son la unidad de análisis.

ABSTRACT

The present study on the psycho-social impact that the legend produces and their principle of transmission and permanence in the popular culture, is of exploratory nature, due the little material of the relative subjects that we found. The objectives that are tried to obtain are: to determine the psycho-social impact, the importance, the contents and the diffusion and communication of the legend in the metropolitan zone of Monterrey, Nuevo Leon; to define the level of modification in the behavior of the members of the community on the basis of the legend knowledge and the degree of permanence in the memory of the subjects. Also this study looks for interest and credibility rank. The interview of depth and the survey are handled like measuring instruments. The State of Nuevo Leon acts like the universe. With respect to the sample the metropolitan zone of the State Capital is where the field investigation will be. The rural and urban legends narrated between people and through diverse media of the Nuevo Leon State acts like our unit of analysis.

INTRODUCCIÓN

En un principio el ser humano, dada su naturaleza comunicativa y social, comenzó por necesidad a transmitir su acontecer diario en forma de narraciones, aderezadas con notas de fantasía e imaginación. Probablemente los hombres primitivos, relataron a sus familias las experiencias sucedidas en la peligrosa cacería, necesaria para conseguir el alimento, exagerando la situación para prevenir a sus hijos sobre los peligros del oficio y así evitar que, envalentonados, lo llevaran a cabo por sí mismos. De este modo, esta clase de relatos adquieren una finalidad didáctica, con la que se espera sirvan de ejemplo de comportamiento en un medio social establecido y así dictar normas de conducta aceptadas. Lo anterior seguramente dio origen a las narraciones de cuentos, leyendas, mitos y fábulas; relatos breves, simples y cautivantes, que son encontrados en todos los pueblos del mundo desde sus primeras etapas y constituyen una parte muy importante de la identidad cultural de los mismos.

Las leyendas, inician describiendo el temor que el ser humano sentía con respecto a los fenómenos naturales, a todo aquello que presenciaba y no entendía. Para explicarse a sí mismo tales fenómenos, le ofreció una connotación mística, espiritual, de otras realidades, atribuyendo, por ejemplo, las lluvias y el crecimiento de las cosechas a entidades superiores, a deidades. Así surgen los mitos y con ellos los cultos religiosos primitivos (Gallegos, s/f).

En el presente trabajo de investigación se estudian los relatos legendarios de orden rural y urbano como fuente de influencia en aspectos psicológicos y sociales, así como comunicativos que fomentan su transmisión y permanencia.

Los objetivos que se busca lograr en este estudio son: determinar el nivel de modificación en la conducta de los miembros de las comunidades de la zona metropolitana de Monterrey en base al conocimiento de leyendas. Conocer el grado de permanencia que tienen las leyendas en la memoria de los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey; precisar el rango de interés y credibilidad que los relatos legendarios generan en los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León; conocer el contexto socio histórico, los personajes, los valores, las moralejas y enseñanzas transmitidas mediante la difusión de leyendas a través de diferentes canales.

Determinar la frecuencia de las leyendas publicadas en periódicos impresos “El Norte”, “Milenio” y “El Porvenir”, siendo estos los diarios de mayor desplazamiento e importancia en Monterrey y la zona metropolitana.

Todo trabajo de investigación inicia con la inquietud de obtener un conocimiento cuya base es cuestionar sobre algún fenómeno del que se desea tener mayor información. Para la realización del presente estudio surgen las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál es el impacto psicosocial e importancia que se producen, a partir de la difusión de las leyendas, en la zona metropolitana de Monterrey?, ¿Cuáles son los contenidos, temáticas, moralejas y enseñanzas implícitas en las leyendas?, ¿Hasta qué nivel es modificada la conducta de los miembros de la zona metropolitana de Monterrey, en base al conocimiento de leyendas?, ¿En qué medida son recordadas las leyendas por los habitantes de la zona

metropolitana de Monterrey, Nuevo León?, ¿A qué grado se ha trasladado el fenómeno de difusión a las tecnologías de información?.

El propósito central que justifica este estudio consiste en presentar la influencia que como fenómeno social poseen las leyendas sobre la cultura de un pueblo, encauzando factores como los patrones de conducta, la comunicación interpersonal, la sociología y la psicología, además del nivel de permanencia que las mismas tienen en la identidad de una comunidad.

Asimismo, la investigación tendrá como resultado definir la relevancia y el grado de atención que distintos segmentos de la sociedad regiomontana imponen a los relatos legendarios.

Existe una gran cantidad de títulos compilatorios y antologías que contienen una considerable suma de relatos legendarios y cuentos populares. No así cuando se trata de textos que contengan teoría sobre las leyendas, desde los puntos de vista históricos, culturales y artísticos, encontrándose en bibliotecas universitarias y públicas muy poca bibliografía al respecto. Un recurso que ha resultado importante en este trabajo es el empleo de Internet, pues cuenta con material apto, como: artículos, foros y sitios, con opiniones diversas sobre leyendas a nivel mundial. Lo anterior otorga a la presente investigación un carácter exploratorio, dados los escasos trabajos anteriores tratantes del tema o que fueron desarrollados superficialmente.

CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

1.1 Planteamiento del problema

Desde los inicios de la existencia del hombre, siendo este un ser social y comunicativo, ha buscado diversas maneras de expresarse; desde las pinturas rupestres como primeras manifestaciones artísticas y de comunicación visual, hasta las nuevas tecnologías de la información y comunicación, dentro de este rubro; la tradición oral y escrita forma parte esencial de habilidades o competencias propias del hombre y los relatos legendarios están implícitos en ellas.

Las leyendas han existido desde hace siglos, en todas partes del mundo y en muchos casos se han conservado casi intactas hasta nuestros días. Nuestra región, concretamente el Estado de Nuevo León y el área metropolitana de Monterrey no son la excepción, pues lejos de carecer de este fenómeno social, se trata de un lugar rico en tradiciones orales y escritas con gran trascendencia, ya que en nuestro repertorio cultural se cuenta con leyendas increíbles que presentan a menudo personajes y situaciones, cuya existencia no puede ser probada, pero que datan de la época de la Colonia y hasta de las tribus indígenas, asentadas en la zona. Historias que se han desarrollado en diferentes municipios del estado, como: Anáhuac, Allende, Bustamante, Hualahuises, Linares, Dr. Arroyo, Santiago, entre otros. El fenómeno no termina ahí. Se cuenta con versiones “urbanizadas” de relatos que han sido “importados” por pueblerinos que llegan a la ciudad de las diferentes áreas rurales del Estado y de algunos lugares del noreste de México en busca de una mejor calidad de

vida, teniendo una dotación de relatos que poseen gran relevancia social. Asimismo se cuenta con relatos surgidos y desarrollados en la urbe.

Como fenómeno social, las leyendas se valen de diferentes instrumentos de comunicación, los cuales van desde la comunicación interpersonal, como las conversaciones de sobremesa, narraciones de los abuelos, pláticas alrededor de fogatas; hasta la comunicación escrita como las ediciones compilatorias. Dando testimonio de un fenómeno cultural que presuntamente tiende a desaparecer con el surgimiento y difusión de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Existen casos donde algunos aspectos culturales como creencias, conductas, hábitos y costumbres de una comunidad se ven afectados o influenciados por relatos difundidos, que tienen como fin crear conciencia y transmitir una enseñanza.

1.2 Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar el impacto psicosocial, la importancia y los contenidos de la difusión y comunicación de las leyendas, en la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León.

Objetivos específicos

1. Determinar el nivel de modificación en la conducta de los miembros de la zona metropolitana de Monterrey, en base al conocimiento de leyendas.
2. Conocer el grado de permanencia que tienen las leyendas, en la memoria de los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León.
3. Precisar el rango de interés y credibilidad que los relatos legendarios generan en los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León.
4. Conocer los nombres, contexto sociohistórico, personajes, valores, moralejas y enseñanzas transmitidas mediante la difusión de leyendas.

1.3 Preguntas de investigación

¿Cuál es el impacto psicosocial e importancia que se producen, a partir de la difusión de las leyendas, por cualquier medio, en la zona metropolitana de Monterrey?

¿Cuáles son los contenidos, temáticas, moralejas y enseñanzas implícitas en las leyendas?

¿Hasta qué nivel es modificada la conducta de los miembros de las comunidades de la zona metropolitana de Monterrey en base al conocimiento de leyendas?

¿En qué medida son recordadas las leyendas por los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León?

¿En qué proporción interesan los relatos legendarios a los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León?

¿Qué grado de credibilidad existe en torno a las leyendas para los habitantes de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León?

1.4 Justificación del estudio

El propósito central de este estudio consiste en presentar la influencia que como fenómeno social poseen las leyendas sobre la cultura de un pueblo, tratando (abordando, encauzando) factores como los patrones de conducta y la psicología, además del nivel de permanencia que las mismas tienen en la identidad de una comunidad.

Asimismo, la investigación tendrá como resultado definir la relevancia y el grado de atención que distintos segmentos de la sociedad de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León, imponen a los relatos legendarios.

La antropología es una ciencia que estudia al hombre, en el marco de la sociedad y cultura a las que pertenece; y, al mismo tiempo, como producto de las mismas. Desde este punto de vista, esta investigación pretende determinar cómo los comportamientos, los hábitos y las costumbres de un pueblo, se ven influenciados por la existencia de leyendas dentro de la sabiduría popular, creando así una cultura distinta de la de otros pueblos.

Dentro de la investigación, el hecho de retomar elementos del folclor popular que se valen de la tradición oral y escrita, la prensa y otros medios como vehículos comunicativos, servirá para definir los orígenes que estos relatos tienen, conocer los factores que han ayudado a su permanencia y desplazamiento, y en base a ello, retomar este bagaje cultural para preservar esta riqueza propia de nuestra región y nación.

El resultado será un documento que oriente a futuras investigaciones de índole sociocultural, a investigadores antropológicos, comunicólogos y psicólogos, cuyo objetivo sea encontrar respuestas respectivas a la identidad cultural de la zona metropolitana de Monterrey.

1.5 Limitaciones y delimitaciones

Limitaciones

Dentro del desarrollo de esta investigación, uno de los obstáculos que se presentaron desde el inicio, es el relacionado al territorio, pues en algunos casos resultó difícil llegar al espacio de estudio debido a la lejanía.

Al momento de concertar citas para realizar entrevistas a expertos de diferentes áreas de conocimiento se presentaron algunos bloqueos en relación a su disponibilidad y disposición, sin embargo se llegó a acuerdos para subsanar esta cuestión.

En algunos casos se suscitaron limitaciones de comunicación interpersonal derivada de la poca disposición de los lugareños a ser entrevistados.

Durante la realización del trabajo de campo se presentaron circunstancias que no estaban contempladas en el proyecto; la idea original era visitar tres municipios de la región norte del Estado, tres en la región Sur y tres en la región citrícola. Sin embargo, el estudio se vio forzado a limitarse a ocho de los nueve municipios del área metropolitana de Monterrey, por cuestiones de seguridad.

Haciendo la revisión de literatura y documentación en búsqueda de la bibliografía del problema se visitaron diferentes bibliotecas y librerías de la zona metropolitana de Monterrey, encontrando sólo escasos títulos adecuados, lo cual representó una limitación para realizar el presente trabajo de investigación.

Delimitaciones

La parte central de este trabajo de investigación consiste en determinar el impacto psicosocial que se imprime en una comunidad a partir del conocimiento de leyendas y su desplazamiento, mediante las tradiciones orales y escritas, como medios para informar y comunicar, basados en factores como el

comportamiento, las costumbres, la cultura de un pueblo, considerando su permanencia en la memoria de los individuos. Lograr definir la importancia que a los relatos legendarios les es otorgada por los miembros de la sociedad, es decir, en qué medida se toma en cuenta lo percibido y lo convierten en parte de sus vidas, haciendo caso o no de los contenidos, a saber, valores, consejos, enseñanzas que de las leyendas adquieran.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estructura de la leyenda

2.1.1 Etimología y características

El vocablo leyenda viene del latín *legenda* cuyo significado es “lo que debe ser leído”, y es en origen una narración puesta por escrito para ser leída en voz alta y en público dentro de iglesias para la instrucción y educación religiosa. En las leyendas la precisión histórica pasa a un segundo plano en beneficio de la intención moral o espiritual.

El significado de la palabra se extiende a lecturas no solamente de índole religioso. Su significado posterior se define como lectura de algo no ajustado estrictamente a la historia y con valor poético. Durante la época del Romanticismo, la leyenda toma un sentido equivalente de lo que en el siglo XIX se conocía como tradición popular.

En literatura, la leyenda es considerada una narración ficticia para transmitirse de manera oral y que maneja situaciones fantásticas. Una leyenda, a diferencia de un cuento, está ligada siempre a un elemento preciso (lugar, objeto, personaje histórico, etc.) y se centra menos en ella misma que en la integración de este elemento en el mundo cotidiano o la historia de la comunidad a la cual pertenece. Contrariamente al cuento, que se sitúa dentro de un tiempo (“érase una vez...”) y un lugar (“el castillo de irás y no volverás”) convenidos e imaginarios, la leyenda se desarrolla habitualmente en un lugar y un tiempo

precisos y reales; comparte con el mito la tarea de dar fundamento y explicación a una determinada cultura, y presenta a menudo criaturas y personajes cuya existencia no ha podido ser probada (RAE, edición 22).

2.1.2 Descripción de leyenda

Una leyenda está generalmente relacionada con una persona, una comunidad, un lugar o un acontecimiento cuyo origen pretende explicar el aspecto etiológico, es decir, la razón de ser.

Las leyendas se conforman generalmente de un núcleo básicamente histórico, complementado con episodios imaginativos. La aparición de estos episodios puede depender de factores involuntarios, como errores, malas interpretaciones o exageraciones, o bien, de la acción consciente de una o más personas que, por razones interesadas o puramente estéticas, desarrollan el relato original agregando detalles de su propia cosecha, a lo que se le llama contaminación de la leyenda (RAE, edición 22).

2.2 Diferencia entre cuentos, mitos, rumores y leyendas urbanas

2.2.1 Cuento

Proviene de la palabra latina *contus* tomada del griego y en su primitiva significación se refería a la extremidad inferior de algún objeto (cuento de la lanza). Cuento, también significa “remo de barco” y de ahí viene el proverbio “andar a cuentos” que antaño significó estar en peligro y que hoy se dice del que

cuenta o dice mentiras para provocar conflictos entre personas. El cuento es además un caso, fábula o especie novelesca, una anécdota inventada.

Gennep (1943), sugiere que, “en términos generales el cuento es una narración breve de hechos imaginarios, protagonizada por un grupo reducido de personajes y con un argumento sencillo” (p. 28).

2.2.2 Mito

Los mitos forman parte del sistema religioso de una cultura, la cual los considera historias verdaderas. Tiene como finalidad ofrecer un respaldo narrativo a las creencias centrales de un pueblo o comunidad.

Eliade (1991) dice que el mito es una historia sagrada que narra un acontecimiento llevado a cabo en tiempos antiguos, inmemoriales, en el que el entorno difería mucho de su configuración actual. Utilizado para explicar eventos o situaciones de origen entonces desconocido. Los fenómenos de la naturaleza que se repiten periódica y espontáneamente, se explican como consecuencia de los sucesos narrados en mitos, por ejemplo, en la mitología griega el ciclo de las estaciones se explica a partir del rapto de Perséfone.

2.2.3 Rumor

Se trata de una variación o ramificación de la tradición oral en la que se transmite información, generalmente especulaciones no confirmadas que se pretende difundir como reales con una finalidad determinada y que condicionan

el comportamiento de los demás por encima de la información objetiva. Al tratarse de datos no verificables, escasas veces se difunde de forma abierta, aunque esto no impide que se extienda rápidamente. La manera tradicional de extender un rumor ha sido siempre el "boca a boca" y la persona fuente u origen del mensaje prefiere el anonimato. Con la aparición de Internet, este anonimato se potencia, de modo que es un medio utilizado actualmente para esparcir todo tipo de rumores.

Los rumores transmiten, muy eficazmente la información ya que tienen un gran potencial manipulador, pues las personas tendemos a ajustar nuestra propia visión del mundo en base en la percepción ajena (Vásquez, 2006).

2.2.4 Leyenda urbana

El término leyenda urbana proviene del inglés *urban legend*, mismo que se acuñó por el folclorista estadounidense Richard Dorson, quien la definía como una historia moderna "que nunca ha sucedido, contada como si fuera cierta".

Se trata de relatos del folclor contemporáneo que pese a contener elementos inverosímiles, se presentan como verídicos. Algunos tienen fundamentos más o menos reales, pero los datos inconsistentes o exagerados, que se agregan durante su difusión, terminan por contaminarlas.

Se difunden mediante el "boca a boca", correos electrónicos o medios de comunicación como prensa, radio, televisión e Internet. Suelen tener como trasfondo una moraleja o bien una advertencia intimidatoria.

Una misma leyenda urbana puede llegar a tener una cantidad considerable de versiones, situadas generalmente en el entorno de los narradores y los oyentes. Por su adaptación a la sociedad moderna, reciben el calificativo de "urbanas", término que las distingue de las leyendas rurales o de aquellas que han perdido su vigencia. Es frecuente que el narrador presente a los protagonistas de una leyenda urbana como conocidos o parientes de alguna persona cercana, por lo que se les conoce también como "historias que le pasó a un amigo" (Cortazar, 2004).

2.3 Génesis de las leyendas

Entre los factores de mayor importancia para la creación de leyendas, tenemos al patriotismo. Elemento que quizá en ciertos casos ha contribuido a la conservación de la verdad histórica, pero que mayormente ha sido causa de la alteración de esta verdad, por ejemplo: batallas perdidas que la tradición pretende ganadas, líderes cobardes descritos como valerosos, idealización de falsos héroes (Gennep, 1943, p. 191).

Los más comunes agentes de la variación y transmisión de las leyendas, desde tiempos antiguos son: las escuelas, libros, afiches, comerciantes, peregrinos y sabios.

2.4 La fecha relativa del origen de las leyendas

El asunto de los orígenes o inicios del cuento, la leyenda y el mito ha sido tema controversial y muy recurrente en discusiones del siglo XIX. Gennep (1943)

indica que “durante mucho tiempo se admitió que el mito era lo primitivo, la leyenda una deformación que continuó hasta convertirse en lo que conocemos como cuento” (p. 34).

2.5 Temas populares en la literatura

La migración de los temas populares al ámbito de la literatura data de épocas muy antiguas. Los primeros textos son los de Asirio-Babilonia; seguidos por los papiros egipcios. En ambas civilizaciones se plasmaron por escrito leyendas y cuentos populares que seguramente, representaban solo un poco de lo que en verdad se transmitía oralmente en la época. El contenido de dichos relatos estaba relacionado al acontecer cotidiano, los conocimientos y las preferencias de los pueblos. Eran del pueblo, para el pueblo.

En base a los datos arrojados por investigaciones de orden folclorista, se sabe que desde la antigüedad, circulan relatos que tienen sus versiones paralelas en varias regiones del mundo, pero, pese a esto, no se ha logrado definir un origen o punto de partida (Gennep, 1943, p. 159).

2.6 Valor utilitario de cuentos y leyendas

En todas las culturas, existe una tendencia a expresar la cotidianidad, mediante cantos, frases, crónicas, sin que se pueda clasificar ninguno de estos medios de expresión como independiente del resto. En un infante se ve esto, cuando salta, juega, canta, habla, inventa, relata al mismo tiempo, cuantas más expresiones simultáneas, más se manifiesta a sí mismo y a los demás su actividad cotidiana.

Esto mismo tiene valor en las sociedades, en cuanto a mantener unidas la actividad literaria con otras, como la política, la económica, la religiosa, para comprender su razón de ser (ibídem, p. 23).

Quien pretenda obtener un conocimiento legítimo de las reglas de la creación, transmisión, fijación y desaparición de los mitos, las leyendas y los cuentos, debe tener en cuenta otras manifestaciones intelectuales.

El acto de narrar fábulas, cuentos o leyendas no se realiza en cualquier momento del día. Bien puede servir para aminorar la fatiga cotidiana, para reunir a la familia, ofrecer una enseñanza o incitar a una acción, especialmente hablando de narraciones en rima, prosa, verso o convertidas en una canción rítmica (ibídem, p. 24).

Según Genep (1943), la incursión del folclor en el rubro de la literatura, comprueba que “la llamada producción literaria popular es una actividad útil, necesaria para la conservación y el funcionamiento de la organización social como consecuencia de su enlace con otras actividades” (p. 25).

Este valor utilitario también está fuertemente vinculado al cuento moral, por ejemplo, la leyenda de Adán y Eva, castigados por haber quebrantado las prohibiciones divinas; la leyenda del diluvio que termina con aquellos desobedientes de las órdenes de Dios, se proponen esencialmente hacer que los oyentes se inclinen, por medio de la advertencia, a la obediencia divina.

Cuando se enlistan en alguna narración, los pasos ejecutados por el protagonista, para una pesca o caza exitosa, y si desea el receptor tener éxito en las mismas disciplinas, debe seguir cuidadosamente las mismas prescripciones, pues de lo contrario fracasaría. La moral primitiva no se ocupa solo de las relaciones entre los hombres, sino de las relaciones de los hombres con los fenómenos naturales, el mundo animal y vegetal, antepasados míticos, reyes divinos, dioses, etc. (ibídem, p.26).

2.7 Valor del testimonio y la memoria colectiva

Podemos preguntarnos respecto a la veracidad de leyendas, mitos y cuentos. No obstante esta cuestión no está presente en cuentos propiamente dichos, ni en leyendas de personajes fantásticos. No aplica tampoco para las sociedades antiguas, puesto que, al ser creyentes de leyendas no se cuestionaría su veracidad. La veracidad de las leyendas no se podría encontrar en términos generales, pero en casos particulares sí se podría estudiar este factor, pues toda leyenda contiene elementos reales, partiendo de la observación de un hecho verídico y añadiéndole elementos de fantasía.

En algunos casos la concordancia entre lo fantástico y lo real es muy notable, por ejemplo, existen leyendas referidas a antiguas poblaciones de seres humanos pequeños o enanos; en efecto, se han encontrado pigmeos en el centro de África y en algunas regiones de las Indias, así, leyendas sobre duendes, hadas y gnomos, serían producto de la deformación de un hecho real (Gennep, 1943, p. 118).

2.8 Agentes de transmisión y comunicación de las leyendas

2.8.1 Los géneros literarios

Son las diversas categorías en que toda obra literaria puede ser clasificada tomando como base su contenido. Dentro de la retórica clásica se encuentran clasificados en los siguientes tres grupos:

El primero es el género lírico, donde se maneja el sentir del escritor de una manera netamente subjetiva. Se escriben tanto en verso como en prosa, pero predominando el primero.

El siguiente es el género épico, en este se relatan sucesos reales o imaginarios. Es de carácter sumamente objetivo. Se escribe únicamente en verso (s/a, s/f).

Finalmente está el género utilizado en el teatro o artes dramáticas, se trata del género dramático y en el que mediante el diálogo se crean conflictos o situaciones entre personajes. Puede escribirse tanto en verso como en prosa. Su finalidad esencial es la representación ante el público.

Gran parte de las obras literarias pueden clasificarse dentro de estos tres importantes géneros; no obstante, debido a la época de realización y las diferencias estructurales, pueden categorizarse en base a los géneros teóricos o subgéneros.

Primero tenemos a los subgéneros líricos, dentro de los cuales se encuentra la oda, una composición lírica en verso, de cierta extensión. Está también la elegía y la égloga, composiciones de los tipos lírico y poético respectivamente. Además dentro de esta categoría tenemos a la sátira, que se escribe en verso o prosa y hace una seria crítica a las sociedades. Finalmente está la canción, quizás el subgénero lírico mayormente conocido y que es un poema en verso que trata temas diversos.

Los subgéneros épicos, pueden ser escritos en verso o prosa y dentro de esta división encontramos a la epopeya, relato sobre una acción memorable y de gran importancia para un pueblo. Este subgénero es parecido al poema épico, donde se narran las hazañas heroicas con el propósito de glorificar a la patria (s/a, s/f).

En el romance, un conjunto de versos octosílabos con rima asonante en los pares, describe acciones guerreras y caballerescas.

Entre los subgéneros narrativos encontramos el cuento que se trata de un relato breve, de argumento sencillo y con una finalidad moral llamada apólogo. La novela es un relato de extensión considerable, aunque variable, con un argumento más rebuscado y desarrollado que el del cuento.

La tragedia forma parte de la categoría de subgéneros dramáticos y se trata de la representación de terribles conflictos entre personajes, los cuales son víctimas de eventos que no pueden dominar; suele culminar con la muerte del

protagonista. Está también la comedia, la cual es una representación alegre de un conflicto cotidiano y tiende a los finales felices. El drama, es la representación de problemas graves, donde en ocasiones se involucran elementos cómicos. Su final suele ser sombrío. Una composición dramática, en la que los personajes cantan íntegramente sus papeles, es la ópera. Se trata del poema dramático conformado por música.

Existen otros subgéneros literarios como lo son la oratoria y la didáctica. La primera pretende disuadir a un auditorio y la segunda tiene, como objetivo principal la enseñanza.

Dentro de la didáctica encontramos a la fábula, un relato en prosa o verso de cuya estructura puede obtenerse una moraleja, sus personajes suelen ser animales antropomorfos (s/a, s/f).

También existe la epístola, en verso o prosa, donde se expone algún problema de carácter general, desde un punto de vista de sátira. El ensayo es el subgénero didáctico, actualmente más importante, escrito siempre en prosa, consiste en el tratado de un tópico científico, filosófico, artístico, político, literario, religioso, y no es necesario que el lector posea conocimientos específicos para comprenderlo. En la crítica se somete a juicio, el trabajo ajeno, en caso de hacerse con trabajo propio, el escrito se denomina autocrítica.

Existe un género que trabaja en la línea de las expresiones literarias, el género narrativo y se caracteriza porque se relatan historias imaginarias o ficticias. Aunque se trate de narraciones de temas de ficción, los elementos base

son siempre del mundo real. Esta relación entre imaginación y vivencias, es lo que caracteriza este género. Maneja un narrador, quien es él hipotético encargado de dar a conocer el entorno, la imagen literaria, al lector.

“Pertenece al género narrativo obras tales como el cuento, la novela, la fábula, la leyenda y otras. Todas ellas tienen como característica fundamental el hecho de que existe un narrador que da a conocer los acontecimientos” (s/a, s/f).

2.9 Comunicación interpersonal

La comunicación interpersonal se da entre dos individuos que están físicamente próximos. Cada uno produce mensajes que son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por el otro o los otros individuos implicados en una conversación. Es la actividad humana mediante la cual un sujeto emisor manifiesta sus contenidos de conciencia mediante una forma perceptible por los sentidos, a un sujeto receptor, con el objeto de que éste tenga acceso a esos mismos contenidos de conciencia, de esta manera esos contenidos se convierten en comunes intencionalmente.

La comunicación interpersonal es la forma de comunicación más importante para el hombre. Desde muy pequeños comenzamos a formar parte de ella, ya que una de las primeras relaciones que establecemos es de tipo afectivo y aunque, al inicio de nuestras vidas no tenemos un lenguaje estructurado, la comunicación no verbal nos permite establecer estas primeras relaciones de tipo interpersonal, haciendo un recuento de nuestras vidas

podríamos encontrar que los momentos más importantes de nuestra existencia, las decisiones más trascendentales, giran alrededor de un diálogo, de alguna influencia personal (Verderber y Verderber, 2006).

Son muchos los sucesos que se presentan en el ámbito personal, familiar y laboral, que requieren del intercambio de información, transmisión e interpretación de mensajes, que es necesario buscar maneras efectivas de hacerlo. Del mismo modo funciona cuando se desea heredar una información potencialmente útil como enseñanzas y moralejas mediante cuentos y leyendas.

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, de aquí se deriva que el comunicador desee establecer una comunidad de información con un receptor. Se le considera como el proceso de crear o compartir significados en un intercambio de palabras casual, en una interacción grupal o al hablar públicamente. Existen diferentes conceptualizaciones del término comunicación, así que de forma sencilla diremos que la comunicación es la transmisión de información y entendimiento mediante el uso de símbolos comunes.

Uno de los tipos de comunicación más representativos es la comunicación interpersonal, aquella que se realiza generalmente cara a cara, entre dos individuos o un grupo reducido de personas y crea relaciones. El modo más recurrente de iniciar una relación es la conversación, pues en ella se intercambian ideas, hechos, opiniones y creencias. Asimismo se comparten conceptos y enseñanzas.

También existen diversos tipos de lenguaje que promueven la comunicación efectiva, misma que debe ser armónica, equilibrada en cuanto a los recursos o lenguajes que utilice, de allí que comunicacionalmente se hable de:

- Lenguaje escrito: manifiesto a través de la escritura.
- Lenguaje oral: comprendido en conversaciones, discursos y conferencias.
- Lenguaje corporal: consistente en movimientos del cuerpo y gesticulación.

La transmisión y efectividad de los mensajes tienen mucho que ver con el tipo de lenguaje utilizado. En el caso de presentaciones orales, la correspondencia entre la persona, el mensaje, el tono de voz y los gestos es indispensable, ya que los mensajes emitidos son percibidos por una especie de filtro que recibe información de forma global (Verderber y Verderber, 2006).

2.10 Tecnologías de la información y comunicación

La llamada sociedad de la información representa un concepto donde imperan nuevas formas de organización y estructuras sociales, afectando nichos como el económico, político, cultural y educativo; que resulta en nuevas maneras de desarrollarnos laboral, social y comunicacionalmente (Coll, 2005).

La información y la comunicación funcionan como cimientos de esta nueva sociedad dominada por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Los seres humanos, han buscado desde sus inicios, métodos para satisfacer sus necesidades y mejorar la calidad de sus vidas, el invento, diseño y producción de herramientas o artilugios promueve un dominio sobre el entorno,

modificándolo y superando “las limitaciones derivadas de sus características corporales y mentales”.

Desde ese punto de vista:

Entre todas las tecnologías creadas por los seres humanos, las relacionadas con la capacidad para representar y transmitir la información tienen especial importancia en la medida en que afectan directamente todos los ámbitos de la actividad de las personas, desde las formas y prácticas de organización social, hasta la manera de comprender el mundo, organizar esta comprensión y transmitirla a otras personas (Coll, 2005:2).

Las tecnologías de la información y comunicación, han cubierto la necesidad de fomentar el aprendizaje, la obtención de conocimiento, la transmisión del mismo a través de las generaciones.

Tecnologías utilizadas desde el tiempo en el que se producían pinturas rupestres en el paleolítico superior, hasta las que actualmente permiten la transmisión de datos en forma de imágenes y sonidos como lo son los teléfonos celulares o la red de redes, Internet, eliminando las limitantes espacio-temporales, todas ellas se fundamentan en el principio de “la posibilidad de utilizar sistemas de signos (lenguaje oral, lenguaje escrito, imágenes estáticas, imágenes en movimiento, símbolos matemáticos, notaciones musicales, sonidos, etcétera) para representar determinada información y transmitirla” (ibídem, p.2).

2.11 Influencia y función de los blogs como agentes de transmisión de relatos legendarios, rurales y urbanos

Con la emergencia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación se han abierto espacios que permiten al usuario común externar sus opiniones acerca de diferentes tópicos de la cotidianidad.

Del mismo modo que la literatura funge como agente análogo de transmisión de leyendas y, por consecuencia de valores, moralejas y contenidos potencialmente útiles para la vida, los llamados blogs, ofrecen un nuevo medio, con una gran influencia social y con un alcance, afortunadamente creciente.

Un blog es un diario personal en línea que puede contener comentarios, reseñas, opiniones o reflexiones sobre diversos temas, además de mantener enlaces con sitios de similares intenciones.

Su surgimiento y rápido éxito entre los usuarios, provocaron una expansión en poco tiempo, suponiendo una revolución en el ámbito del periodismo. Gran cantidad de usuarios tienen la oportunidad de externar sus opiniones públicamente, y así, ir construyendo una red de buen alcance (Echeverría, 1999).

Además, los internautas, pueden encontrar en ellos información originada y tratada al margen de los grandes medios de comunicación. De acuerdo a Foix (en Echeverría, 1999) “Son las redes de telecomunicaciones, que forman un

nuevo espacio cultural y social. También es un nuevo territorio para la comunicación y el periodismo” (párrafo 1).

Según Thompson (1998) el desarrollo de los medios de comunicación, crea nuevas formas de relaciones entre los individuos y una reordenación de las pautas de la interacción humana a lo largo del espacio y el tiempo.

Los blogs, como nuevo medio de difusión constituyen una forma alternativa de cumplir la función básica del ejercicio periodístico: informar. Este nuevo medio de comunicación está transformando dicho ejercicio.

No obstante la función del periodista, si bien ha cambiado, no ha desaparecido; la enorme cantidad de interpretaciones individuales, de temas diversos, que supone el blog, hace del periodista un intermediario que precisa de jerarquizar las diferentes opiniones y colabore para convertir la información en conocimiento (Arroyas, 2006).

Es de considerar entonces que se precisa de una reflexión sobre la influencia que ejercen los blogs como parte esencial de un espacio público evolucionado con bases en el periodismo.

Se argumenta que facilitar el acceso al espacio público crea un nicho de acercamiento al ideal de una opinión pública formada con la participación de todos los ciudadanos.

El blog ofrece al periodismo una conexión con ese mundo de la vida separada del poder gubernamental, siendo esto la esencia del espacio público.

La importancia de los blogs reside en la capacidad para enriquecer sobre los intereses de los usuarios desde perspectivas individuales y no elitistas. La conservación de una tradición oral y escrita, que llegue, mediante la evolución, a este nuevo medio, puede ser el valor del fenómeno blog aportado a la disciplina del periodismo como interpretación de la realidad y la tradición. Este tratamiento subjetivo de la información, permite a los investigadores profundizar en sus ámbitos de conocimiento gracias a la eliminación de los límites espaciales del soporte papel.

La influencia social que ejercen los blogs es heredada de los medios de comunicación masiva menos modernos, o bien, no digitales, mismos que tienen la capacidad de difundir discursos de forma masiva; con el surgimiento de Internet, se dejan atrás los factores espacio-temporales favoreciendo esta difusión de información, que promueve la voluntad individual, brinda enseñanzas, del modo en que lo hacen las leyendas mediante su transmisión interpersonal y por medio de literatura y los blogs.

Lo fundamental, para Habermas, (en Arroyas, 2006) consiste en que: los medios pueden utilizarse con intenciones diversas y variados objetivos morales, ejercen control social, pueden ser instrumentos de dominación pero también de liberación ya que dependen del entendimiento lingüístico, su objetivo siempre es alcanzar ciertas formas de entendimiento con la audiencia a través del lenguaje: el uso sistemático del lenguaje trasciende su estructura política y económica. Los medios (formas generalizadas de comunicación) buscan comunicación lingüística para el entendimiento en el mundo de la vida. No imponen pautas como el dinero y el poder (medios de control sistémico) sino que funcionan a partir del trasfondo de sentido que encuentran en el mundo de la vida. Tienen un potencial autoritario de control social pero su estructura comunicativa lleva

inherente un potencial de contrapeso de emancipación de ese control (párrafo 6).

Lo que se logra a través de los blogs, dentro del proceso comunicativo que fomenta, es un esquema en el que la sociedad piense sobre sí misma y vaya formando una identidad.

Internet reúne dos características que promueve un entorno público altamente dinámico: pluralidad y conexión con el entorno. Y si nos referimos concretamente a los blogs, su ventaja es que se desarrolla en la sociedad civil permaneciendo al alcance de toda persona, independientemente de sus conocimientos generales y capacidades tecnológicas, permitiendo una oportunidad para expiar sus inquietudes.

Por esto es de considerar a los blogs como importantes agentes transmisores de leyendas además de la comunicación oral y escrita, pues en un mundo con un avance tecnológico acelerado lo común es pensar que la riqueza cultural de un pueblo tiende a desaparecer; sin embargo, con la fuerza heredada de los inicios de la comunicación y el complemento de las tecnologías de la información y comunicación, se niega a desaparecer.

Existen algunos blogs especializados en el tema que compete a este estudio, mismo que podemos revisar en los siguientes enlaces electrónicos:

<http://leyendasurbanasblog.blogspot.com/>

<http://www.norestense.com/>

<http://leyendasurbanasymitos.blogspot.com/>

El nuevo espacio público que está generando Internet, brinda cabida a importantes repercusiones en la actividad periodística y facilita la participación del público, y de modo significativo aumenta la cantidad de versiones sobre la información o un tópico en específico. Las versiones de los hechos se multiplican con nuevas fuentes, lo que permitirá que haya más posibilidades de que se alcance la mejor versión posible, en nuestro caso, de las leyendas o mitos, aunque sólo sea por la mera acumulación de datos. Dentro de este nuevo medio, el usuario deja de ser un espectador para convertirse en un actor social, adquiriendo un papel protagónico, dejando el anonimato y persiguiendo sus intereses.

2.12 El periódico electrónico

Se define al periodismo digital como la actividad que desemboca en un producto interactivo y multimedia, es decir, que promueve la participación directa del usuario y que integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido, como parte fundamental del mismo; y además representa una revolución y evolución de los conceptos básicos del periodismo impreso o tradicional. De modo que no se trata solo de “vaciar” los contenidos de los periódicos impresos a la red de redes, sino de utilizar todos los recursos digitales disponibles de las nuevas tecnologías para crear un formato informativo que vaya más allá de la lectura. Es decir, un tipo de periodismo que se respalda en Internet, plataforma multimedia descrita por Salaverría (2000, p. 21) como “un metamedio que aglutina el audio, el texto y las imágenes. Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva”.

Un término acuñado más recientemente y que también ha sido mejor acogido por investigadores y estudiosos es “ciberperiodismo”, considerado más adecuado que otros anteriormente acostumbrados, como periodismo online, electrónico, en red, multimedia o digital. El ciberperiodismo es el término que mejor refleja la esencia del nuevo medio en cuestión, definido como "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" (ídem).

En el ciberperiodismo se echa mano de los preceptos de la escritura tradicional y las enriquece con las especificidades de la comunicación en internet. Así Salaverría (2005) asegura que: "El ciberperiodismo no obliga a hacer borrón y cuenta nueva en la redacción periodística. De hecho, el estilo periodístico clásico, basado en los tres criterios esenciales de precisión, concisión y claridad, se ajusta como un guante a las exigencias de comunicación rápida y clara de la Red" (p. 40).

Se trata de aprovechar las características del ciberperiodismo para aumentar la cantidad y mejorar la calidad de la información que procesamos y transmitimos socialmente; y a la vez, aprovechar esas potencialidades para desarrollar un entorno social más democrático y participativo. De hecho, el periodismo, desde sus orígenes, ha contribuido a estos mismos fines. Es por esto que el ciberperiódico puede aprovecharse como un recurso valioso en la conservación de las tradiciones orales y escritas de nuestra ciudad, pues su funcionamiento es más cercano o parecido a las relaciones interpersonales y de este modo provocar que la identidad cultural prevalezca.

2.13 Las redes sociales

En base a lo propuesto en una ponencia dentro del marco de las jornadas sobre gestión en organizaciones del tercer sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001, (Zamora, 2006) las redes sociales son:

Formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida.

La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros (párrafo 5).

Esto quiere decir que dentro de los sitios de Internet conocidos como redes sociales (*social networking sites*), el usuario tiene la posibilidad de relacionarse de modo interactivo con otros usuarios aún sin conocerlos personalmente, se trata de sistemas con contenidos generalmente abiertos y que se van construyendo con la aportación que cada usuario suscrito realiza, así se pueden localizar grupos dedicados a la música, el cine, de fanáticos de algún artista o equipo deportivo.

De modo que uno de los principales detonadores para ingresar en una red social es el hecho de encontrar, al igual que en los blogs, usuarios con

intereses, preocupaciones o necesidades similares por lo que se fomenta una conjunción de pluralidad, intercambio de opiniones y comunidad.

Aunque no existe comunicación interpersonal legítima, se puede decir que las redes sociales son una especie de grupos humanos, donde los miembros se conectan y relacionan entre sí de manera virtual.

Hay sitios de redes sociales considerados de propósito general, y los hay de propósito profesional; dado el hecho de que la transmisión de leyendas y su influencia, no obedece a géneros, profesiones o edades, nos centraremos en una red social de propósito general. En la red de redes se puede encontrar una considerable cantidad de sitios de redes sociales de propósito general, de diversa relevancia en base a la región geográfica en la que se haya desarrollado. Podemos indicar a *Facebook* como un sitio representativo de este fenómeno social en línea, ya que es la segunda red más grande (Fabernovel Consulting, en Fumero y García, 2009) siguiendo a *MySpace*; en la que no profundizaremos, ya que se trata de una red social dedicada a la promoción de música producida por los propios usuarios, sirviendo como plataforma a las bandas musicales. Por otro lado *Facebook*, es un sitio de libre contenido en el que se pueden agregar fotografías, vídeos, comentarios, un sitio propicio para comentar o narrar relatos legendarios, leyendas urbanas, mitos y rumores.

2.13.1 Facebook

La red social *Facebook* cuenta con 66 millones de usuarios activos y es la de mayor crecimiento, a razón de un 3 % semanal durante 2007, ocupando el

séptimo puesto de la clasificación mundial de mayor número de usuarios web y páginas vistas (Fumero y García, 2009).

Fue creada en febrero de 2004 por Mark Elliot Zuckerberg con la ayuda de Dustin Moskovitz y Chris Hughes. Inicialmente, este proyecto era una aplicación orientada a ser el lugar de encuentro exclusivo de los estudiantes de la universidad de Harvard dentro de la Internet, permitiendo la conexión en la Red entre compañeros de dicha universidad bajo invitación.

En abril de 2004 el equipo de *Facebook* comenzó a permitir acceso a estudiantes de otras universidades. En septiembre del mismo año se inició la expansión entre universidades, colegios mayores e institutos de todo Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Irlanda, México, Puerto Rico, Australia y Nueva Zelanda, cerrando el año 2005 con presencia en alrededor de 800 universidades, 2000 colegios mayores y 25,000 institutos. En el año 2006 continuó la expansión de la red social *Facebook* en India, Alemania e Israel, y ya en 2007 se consolidó en el resto de Europa.

En mayo de 2004 la compañía abrió su plataforma a desarrolladores y programadores externos para crear aplicaciones sencillas y divertidas (enviar a los amigos regalos o besos virtuales) soportadas por *Facebook*. Esta decisión permitió la aparición de programas simples que logran una forma de comunicación innovadora.

En la misma línea de accesibilidad se modificó la página de inicio para los usuarios, incluyendo una aplicación de diario o bitácora colectiva que sería

decisiva y característica, que permite conocer lo que están haciendo los contactos del usuario en tiempo real.

Este diario sirve para agregar comentarios de toda índole, noticias personales, pensamientos, inquietudes, invitaciones a fiestas y eventos, entre otras cuestiones. Existen grupos de *Facebook* dedicados a las leyendas mexicanas y un grupo a las leyendas de Nuevo León. La finalidad de estos grupos es compartir experiencias y relatos entre los usuarios, intercambiar puntos de vista, opiniones y aportaciones. *Facebook* es una buena plataforma para mantener vigente la transmisión de leyendas, como parte inherente de la cultura del noreste de México.

2.14 Teorías psicopedagógicas del aprendizaje

2.14.1 Teoría de aprendizaje social o teoría social cognitiva (Albert Bandura)

En base a las teorías psicológicas del comportamiento humano, propuestas por Bandura (1977), en las que se analiza la permanente y dinámica interacción entre la conducta y el ambiente en el que un individuo se desenvuelve, vinculados por lo que denomina un determinismo recíproco.

Desde el punto de vista de la comunicación, su teoría social cognitiva, en un principio, conocida como teoría del aprendizaje social, tiene una relevancia importante, tanto para analizar los efectos de los medios masivos, como instrumentos productores de discursos, como para conocer los procesos de modelaje social a partir de los medios masivos.

Bandura estudia el aprendizaje mediatizado, o sea a través de la observación dando importancia al papel que juegan los medios. Está comprobado que los medios de comunicación actúan sobre los procesos psicológicos de las personas en la medida que crean representaciones, de la realidad, y por ende modifican las conductas y el mecanismo cognitivo que precede a las mismas. Los medios, en especial los del tipo audiovisual son cada vez más determinantes en la percepción de lo exterior.

Al respecto el autor (s/f) señala lo siguiente: “Reproducen en sus prácticas narrativas los elementos básicos que desencadenan la actividad de la observación. Al tiempo, son capaces de fijar ciertas marcas o referencias que instruyen los mecanismos de autocontrol del individuo en sus comportamientos” (párrafo 5).

Bandura analiza la asimilación o aprendizaje de las conductas a través de los medios y fija su atención en el hecho de que aquellas de carácter violento (nota roja en los noticieros, filmes de acción) aumentan la propensión a la agresividad, incluso desemboca en una tendencia a que personajes violentos sean considerados modelos de referencia.

Es decir que, los medios de comunicación, producen efectos psicológicos en la audiencia, además pueden contribuir a la difusión de modelos de comportamiento.

En base a esta teoría, en el caso de las leyendas rurales y urbanas como elementos culturales y tradicionales, con una moraleja o enseñanza implícita; la

difusión de estos relatos por medio de la prensa, ediciones compilatorias, Internet y principalmente la comunicación oral, puede propiciar un conjunto de conductas predeterminadas respaldadas en la narrativa de la leyenda, provocando una respuesta del receptor hacia un estímulo dado por el conocimiento del relato.

De este modo si una determinada leyenda advierte de un riesgo al llevar a cabo una acción específica, la respuesta podría ser la evasión de dicha acción por parte del receptor. Caso contrario, si la acción supone una recompensa, la respuesta esperada al estímulo que ofrece la leyenda es la imitación de lo propuesto en la narrativa.

2.14.2 Teoría estímulo-respuesta

Se le llama estímulo a un hecho u objeto que se percibe sensorialmente en el entorno. El color con el que está pintada una habitación, la velocidad del viento en el campo, el calor emanado de la flama de una fogata, etc. Los psicólogos conductistas han desarrollado la teoría estímulo-respuesta que explica el aprendizaje humano o la falta del mismo, en base a las reacciones de un sujeto a los estímulos. Existen dos vertientes dentro de esta teoría: el condicionamiento clásico y el condicionamiento operante (Vidal et al, s/f). Para efectos de este trabajo, abordaremos a detalle el segundo, ya que resulta más adecuado a los objetivos de la investigación.

2.14.2.1 Condicionamiento operante o instrumental

Esta teoría estímulo-respuesta, explica el cómo y por qué se aprenden y llevan a cabo, ciertas conductas. Trata de cómo una acción, seguida de una consecuencia favorable, conocida como reforzamiento positivo, que consiste en la entrega de una recompensa, o bien, desfavorable o reforzamiento negativo, equivalente a la omisión de un acontecimiento indeseado; se logra cimentar para obtener una probabilidad de repetir la conducta. El paradigma de esta teoría funciona de la siguiente manera: se produce primero una respuesta y acto seguido se provoca el estímulo reforzador, ya sea positivo o negativo, que se supone, conlleva a la producción de una respuesta parecida a la original. Por ejemplo, si una persona realiza un buen trabajo y se le ofrece un bono de productividad (reforzamiento positivo), la probabilidad de que repita ese modo de trabajo aumenta considerablemente. Por otro lado, si a esta misma persona, se le ofrece dejar de trabajar los sábados, día que prefería de descanso (reforzamiento negativo), omitiendo así un hecho que le desagradaba, aumentará también la probabilidad de repetición.

En el caso de la tradición oral y escrita, respecto a los relatos legendarios rurales y urbanos, esta teoría aplicaría, en un enfoque social, con el hecho de que la escucha de moralejas o resultados ya sean positivos o negativos (estímulo), provoquen que se siga a pie de letra la fórmula, con la intención de obtener una recompensa o evitar un suceso desagradable, como los descritos en la narración (ídem).

2.15 La memoria

Se le llama retención al proceso de recuerdo, mismo que puede manifestarse poniendo a prueba a una persona y verificando la cantidad de información sobre acontecimientos pasados que es capaz de recuperar. Toda información que no se puede recuperar, se dice que se ha olvidado. Los psicólogos concuerdan con el hecho de que existen tres tipos de memoria, que el nivel de retención es medible y que sin duda existen factores que favorecen o desfavorecen la capacidad de retención (ídem).

2.15.1 Tipos de memoria

Los tres sistemas de memoria reconocidos y a través de los cuales, se presume, pasa todo lo que aprendemos y posteriormente recordamos, son la memoria sensorial, la memoria a corto plazo y la memoria a largo plazo, en ese orden, cada sistema cumple con una función específica en el proceso de conservar información y conocimiento.

Memoria sensorial: consiste en la parte del sistema de memoria que se pone en marcha mientras una persona experimenta un acontecimiento a través de los sentidos y registra sensorialmente toda la información recibida. Cuando se abandona un lugar habitual, en el cual se reconocen, los aromas, sonidos, temperatura, se olvida toda esta información y el sistema de memoria se prepara para recibir la información que brinda un nuevo lugar. A la memoria sensorial se le conoce igualmente como memoria icónica, debido a la semejanza que tiene con una imagen fotográfica, pues capta un instante y el producto no

necesariamente es igual a la experiencia original y verdadera. No obstante es el sistema de memoria donde inicia todo proceso de aprendizaje.

Memoria a corto plazo: este sistema de memoria, funge como relevista o reemplazo de la memoria sensorial, una vez que esta termina con su trabajo. Dentro de sus funciones está, por un lado, el retener información por un lapso de tiempo suficiente para ser utilizada casi de inmediato, y por otro, preparar esa información para ser transferida a un sistema de memoria más permanente (memoria a largo plazo).

Memoria a largo plazo: es el sistema que se encarga del almacenaje de la información que anteriormente perteneció a la memoria a corto plazo, con la finalidad de recuperarla y hacerla disponible para cuando sea necesario. La memoria a largo plazo es capaz de acumular información temporal y espacial, percibida por cualquiera de los cinco sentidos, pero siendo especialmente estudiados los de orden verbal y visual. En el caso del estudio que ocupa a esta tesis en particular, la memoria a largo plazo puede manifestarse, en medida del grado en que una persona recuerde una leyenda, percibida auditivamente o mediante la lectura (ídem).

2.16 La comunicación y sus procesos

Como toda ciencia social, la comunicación requiere de procesos específicos para manifestarse o llevarse a cabo. Comunicación, en base a al diccionario de la Real Academia Española (edición 22) etimológicamente, deriva del latín *communicare*, que puede traducirse como "convertirlo en común, compartir

algo", es decir que se suscita un fenómeno dentro de las relaciones grupales de los seres vivos (ya que los animales también se comunican, codificando y decodificando mensajes de modos distintos) por medio del cual éstos son capaces de compartir determinada información haciendo partícipes a otros y obteniendo respuestas a la misma. Asimismo, para que se logre una auténtica comunicación de cualquier tipo requerimos de la existencia de dos vías, es decir, un emisor, un receptor y la retroalimentación fluctuando entre uno y otro, y a su vez provocando el cambio de papel constantemente (el emisor luego juega el papel de receptor y viceversa).

Existen varios elementos que son imprescindibles dentro del proceso de la comunicación y cada uno de ellos cumple su función específica, además de ser complementarios unos de otros, esto significa que si algún factor se encuentra perdido, nos hará falta para que el proceso se concrete y la comunicación no será adecuada.

Primeramente debe haber un factor donde la comunicación tenga su origen, funcionando como primer eslabón de una cadena que terminará en la correcta transmisión y entendimiento de un mensaje. Esto es la fuente, el primer elemento a considerar para dar inicio al proceso de la comunicación, empezando por un concepto que desee compartirse a un receptor.

Cuando se intenta enviar un mensaje, lo primero que surge es alguna idea que por sí misma no representa nada ya que es abstracta y subjetiva; quizá cada individuo entiende perfectamente las ideas que conforman su bagaje

cultural, pero al momento de pretender compartir esa información se debe transformar en palabras, es decir, codificarla, siendo esto último parte esencial del proceso de la comunicación ya que a partir de este momento, una vez hecha la codificación ya ha nacido un mensaje listo para “volar” y ser decodificado por otra entidad participe del proceso: el receptor.

Los mensajes necesitan de una vía para llegar a su destino, un camino por el cual puedan viajar sin extraviarse y llegar de la manera adecuada, es decir que el discurso sea interpretado de la manera correcta y no se contamine con elementos que distorsionen su verdadero significado. A estos puentes o vías se les llama canales, importantes en el proceso, no solo porque son utilizados como “medio de transporte” de la información, sino porque su importancia es tal que si se comete un error al momento de elegir un canal para transmisión de dicho mensaje y este no es el correcto para el receptor, la comunicación se verá truncada y el proceso habrá fallado. La correcta interpretación de la información también forma parte importante de todo el proceso, pues este elemento es el que nos da garantía de que el mensaje fue entendido, recibido y cumple el objetivo.

Para que exista una correcta comunicación se requiere de emisor y receptor, pero además se precisa de retroalimentación, es decir obtener una respuesta al mensaje enviado. Es aquí donde los puestos o roles de los elementos emisor-receptor cambian constantemente, pues el emisor o fuente se convierte luego en receptor y posteriormente el ahora receptor se convierte en emisor de nuevo.

Fernández propone (1995) que la retroalimentación se da cuando al mensaje inicial le es agregada otra cualidad o atributo, características que pueden o no modificar los mensajes posteriores que se den en ese proceso comunicativo.

Como en todo método bien estructurado, también existen factores internos o externos que provocan la mala emisión-recepción de un mensaje, barreras con diferente funcionamiento que dan como resultado una incorrecta transmisión del mensaje, a estos factores se les denomina ruido y se manifiesta con formas distintas de operar o afectar el proceso comunicativo. La comunicación presenta en toda su estructura, codificación y decodificación de lenguaje, pues bien, esta es precisamente la primera barrera a la que nos enfrentamos, pues aunque dos individuos que intentan comunicarse sean de la misma nacionalidad y hablen la misma lengua, los modismos y regionalismos respectivos de la zona donde hayan aprendido a hablar cada uno de ellos afectan de manera importante su comunicación. Este es el ruido relacionado al lenguaje, al habla (semántico). Un factor real que afecta la comunicación, pero principalmente la de tipo auditivo, es el ruido físico, el que se encuentra a nuestro alrededor y puede distorsionar considerablemente los sonidos que llegan a nuestros oídos o bien hacernos perder la concentración de una lectura.

Como en todo proceso, debe existir un camino seguro, una serie de pasos y componentes, una fórmula de la cual se obtenga un resultado esperado, siempre con éxito si las condiciones son las adecuadas. Conocer el proceso de

comunicación es de suma importancia para nosotros como seres sociales que necesitamos de la interacción y la comunicación.

El conocimiento del proceso comunicativo, nos ayuda a desempeñarlo de manera consciente y con ello a nuestro desarrollo como individuos y a la vez como parte de un grupo. Desde el inicio de nuestras vidas ideamos formas para comunicarnos, como cuando un bebé llora para alertar a la madre de que algo le hace falta o cuando es poco más grande y señala una galleta indicando que siente apetito. Hasta que conocemos el lenguaje y lo usamos para tal propósito (Fernández, 1995).

2.17 La comunicación oral

Como seres sociales, los humanos requerimos de la comunicación para lograr objetivos, precisamos de compartir, a través del lenguaje, todo aquello que observamos, pensamos y sentimos. Por esto, podemos definir a la comunicación oral como la creación de significados compartidos por medio de diversos fenómenos simbólicos y transmitidos a través del habla. La comunicación oral es un proceso social mediante el cual hombres y mujeres compartimos e intercambiamos información, una actividad inherente de nuestra conducta natural, ya que nosotros mismos podemos considerarnos aparatos generadores de mensajes, capaces de recibir, transmitir y procesar información con el lenguaje. El lenguaje, del mismo modo que la comunicación, es de naturaleza social, pues proviene de los individuos y provoca la interacción entre grupos sociales y con esto, la formación de sociedades. Lenguaje y comunicación son

complementarios pues el primero es una herramienta fundamental para comunicar y el segundo no procede sin el primero.

Generalmente la interacción entre personas se desarrolla hablando y escuchando de una manera dinámica y bidireccional. Este tipo de comunicación tiene como principales capacidades, la utilización de la voz, gestos y todos los recursos de expresividad en los movimientos del hablante, recursos que fomentan la interpretación más exacta de los discursos o mensajes, además de apoyarlos y complementarlos.

No obstante en la comunicación oral se cometen muchos errores, de pronunciación, frases incompletas, repeticiones, redundancias; elementos que conforman la naturalidad del habla, por lo que pasan inadvertidos para los oyentes (Fonseca, 2005).

Las transacciones de ideas, como parte del aparato comunicativo, trae consigo la expresión de lo que las personas perciben del entorno, es decir que se comparte información que los demás ignoran. En la tradición oral, específicamente en la narración de relatos legendarios, sucede de este modo, donde las experiencias vicarias de otros individuos, indican al oyente qué reglas seguir o como actuar en determinadas circunstancias, todo con la finalidad de provocar o evitar las consecuencias que el relato lleve en su narrativa.

2.18 El efecto *priming*

Existen una considerable cantidad de procesos psicológicos que fomentan a la influencia que ejercen los medios sobre la audiencia, este modelo se enfoca en algunos procesos que conciernen al pensamiento del público.

Se postula en este modelo teórico que cuando el sujeto se encuentra en presencia, lee o escucha un suceso a través de los medios de difusión masiva, en su mente se activan un conjunto de significados similares durante un corto periodo, después de la exposición y estos conjuntos de significados son capaces a su vez de activar otras ideas y tendencias relacionadas semánticamente.

En este aspecto se considera, en base a una perspectiva cognitiva-neo asociativa (Anderson y Bower, 1973; Landman y Manis, 1983, en Jo y Berkowits, 1996) en la que se considera a la memoria humana como una gran colección de redes, consistente cada una de ellas en grupos representativos de elementos de sentimientos, pensamientos, etc. Unidos entre sí por conexiones asociativas.

Esta teoría sostiene que la presentación de ciertos estímulos con cierto significado, promueven otros conceptos semánticamente relacionados, provocando así pensamientos con contenidos de significado parecidos a los generados por la presentación (Jo, 1996).

De este modo, el oyente o lector de algún relato legendario, percibe estímulos en su memoria, donde almacena dicha información, misma que emergerá al momento de presenciar una situación similar a la que, dentro de la

narrativa, fungió como estímulo. Así, los hábitos de los individuos pueden ser modificados de manera vicaria, sin necesidad de experimentar personalmente y solo tomando como base lo “vivido” por el personaje dentro de una leyenda rural o urbana.

CAPÍTULO 3. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS

Ya que este estudio presenta una investigación exploratoria, no se tiene una hipótesis a comprobar, en este caso, se busca determinar el nivel de influencia psicosocial que ejercen los relatos legendarios rurales y urbanos como parte inherente del bagaje cultural de los habitantes del área metropolitana de Monterrey, Nuevo León. Para lograr los objetivos fijados, se han desarrollado una serie de variables que forman parte de las preguntas realizadas en las encuestas y entrevistas de profundidad, para de este modo, obtener respuestas que nos arrojen información útil para esta investigación, siendo las variables las que se presentan a continuación: impacto psicosocial, nivel de modificación en la conducta, grado de permanencia, interés, credibilidad, nombres, contexto socio-histórico, personajes, valores, moralejas y enseñanzas.

Este trabajo se ha llevado a cabo con un enfoque cualitativo, mismo que se considera adecuado por el estrecho vínculo que las leyendas guardan para con la cultura de los pueblos, la unión entre miembros de los mismos y la manera interpersonal en las que inicialmente se transmiten. Esto significa que los datos recabados mantienen un carácter subjetivo y de hecho, en este caso, resultan más útiles que los números duros. Por estas razones se eligieron la encuesta y la entrevista de profundidad como instrumentos de medición, pues se trata de técnicas esenciales para la interpretación de toda información que arroja la comunicación humana.

La encuesta es uno de los instrumentos de medición más utilizados para la investigación de las ciencias sociales. Se trata de una herramienta que se apoya principalmente en los cuestionarios para obtener información. De modo que el objetivo es permitir que el encuestado plasme su propia visión de algún fenómeno social.

Al momento de diseñar el cuestionario base para este instrumento de medición, es preciso formular preguntas que ofrezcan solo la información suficiente para permitir una buena comprensión de los cuestionamientos, ya que, información innecesaria, puede derivar en respuestas no veraces o confusiones. Otros factores a considerar son los recursos humanos y económicos disponibles para la recopilación y lectura de los datos (Osorio, s/f).

(García en Osorio, s/f), "prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas", y podemos considerar las siguientes cuatro razones para sustentarlo:

- Las encuestas son una de las escasas técnicas de que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias y motivos.
- Las técnicas de encuesta se adaptan a todo tipo de información y a cualquier población.
- Las encuestas permiten recuperar información sobre sucesos acontecidos a los entrevistados.

- Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniendo gran cantidad de datos a un precio bajo y en un período de tiempo corto (párrafo 25).

El tipo de encuesta que se ha utilizado en esta investigación es la encuesta de opinión, misma que tiene por objetivo adquirir información sobre lo que el público piensa acerca de una determinada materia. “Se realizan con un procedimiento de muestreo y son aplicadas a una parte de la población ya que una de sus ventajas es la enorme rapidez con que se obtienen sus resultados” (ídem).

En lo que respecta a la entrevista de profundidad, se trata de una técnica que tiene como finalidad lograr que el entrevistado transmita oralmente su definición personal de la situación. La entrevista de profundidad, al igual que la observación puede plantearse holísticamente, pero también puede ceñirse a un solo acto o experiencia social.

La diferencia más marcada resulta del grado de dirección-no dirección que se pueda dar a la misma y que oscila desde la entrevista en la que el actor lleva la iniciativa de la conversación, hasta aquella en la que el entrevistador sigue un esquema de preguntas, fijo en cuanto al orden, contenido y formulación de las mismas (Sabino, 1978).

El universo contemplado en esta investigación comprende al Estado de Nuevo León. La muestra es Monterrey y su área metropolitana y ha sido el espacio de desarrollo para la investigación de campo.

No existen factores para la selección de la muestra y para el empleo instrumento de la encuesta, pues dadas las características de la investigación, resulta determinante medir la influencia de las leyendas de manera general; se ha seguido un diseño no probabilístico y se han elegido de manera aleatoria a todas las personas a encuestar, dentro de los municipios más importantes que conforman la metrópoli regiomontana. Con respecto a la entrevista de profundidad, resulta óptimo obtener opinión profesional o experta sobre el fenómeno cultural que la tradición oral y escrita representa, de modo que con una base en las mismas preguntas de la encuesta, las entrevistas se han dirigido a expertos de áreas de estudio como la psicología, historia y el folclor regional.

Para obtener los resultados se ha realizado una interpretación de la información recibida mediante las entrevistas y las encuestas, pues al tratarse de una investigación de orden cualitativo, los datos obtenidos son netamente subjetivos.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presenta una serie de entrevistas de profundidad, así como los resultados de encuestas realizadas para el presente trabajo de investigación. La información obtenida en cada instrumento de medición se ha analizado, considerando ampliamente el punto de vista de cada entrevistado, además de las respuestas subjetivas de los encuestados, este factor es importante debido a la línea de estudio que se ha manejado.

Entrevista 1. Blanca del Rosario Escobar Ollervides, licenciada en Psicología con maestría en Terapia Breve Sistémica.

Desde el punto de vista de la psicología, y en base a lo que la experta nos expone en la entrevista, entendemos que una leyenda tiene como función llamar la atención, son creadas para ser escuchadas, coincidiendo en parte con el significado basado en la etimología de la palabra leyenda, “para ser leído”, ahora ha cambiado su concepción a “para ser escuchado”, pues el medio de transmisión más utilizado y efectivo es la conversación; no obstante, las redes sociales juegan un papel importante, modificando el proceso de transmisión de leyendas de modo grupal, la gente contamina la leyenda agregando u omitiendo detalles y transmitiendo la última versión rápidamente gracias a Internet. Si bien, el uso de redes sociales no se considera comunicación interpersonal *per se*, ha ayudado a que las leyendas y rumores se propaguen a una velocidad sin precedentes.

De modo que este fenómeno sociocultural ha evolucionado y cambiado su paradigma original, pero sin duda en palabras de Escobar (2011), el proceso “se seguirá dando, aunque no sea únicamente por comunicación oral, continúa siendo de persona a persona pero con métodos modernos”.

Las leyendas pueden influir, según el contexto en la que ésta se narre, escuche y desarrolle, “las leyendas tienen su efecto dependiendo de los antecedentes que hay donde se presentan”. Si se transmite y propaga una leyenda en un ambiente de personas medianamente cultas o instruidas, la credibilidad se hace más difícil, aún así, siempre existe una incertidumbre, el cuestionamiento sobre la veracidad de la misma, la curiosidad científica, aunque la razón dicte otra cosa, “así que uno cambia su rutina, según el ambiente cultural en el que se mueva y también según los antecedentes personales”.

Generalmente se considera a las leyendas puro entretenimiento, una costumbre para amenizar la sobremesa en las reuniones familiares o amistosas, “pero en realidad la función principal es crear cohesión de grupo, solidaridad, unión. Una leyenda se cuenta y provoca que la gente se solidarice de alguna manera, porque cuando hay una leyenda circulando todos están en ella, todos hablan de lo mismo, por eso une”.

Escobar (2011) indica con respecto al realismo del contenido de las leyendas que:

Algunas son reales y otras son totalmente falsas, pero a la gente eso no le interesa, sino más bien la función que está cumpliendo, muchas veces es la respuesta a ansiedades, así como escuchamos una leyenda o un

cuento, chisme o anécdota. Hay gente que pregunta “¿qué hay de nuevo?” y están esperando a que alguien diga algo que lleve al sobresalto y luego le van agregando sobre lo acontecido. Hay unas verdaderas y van modificándose, con agregados y otras falsas.

Es por esto que la función que cumplen las leyendas ocupa un lugar sobresaliente en la ecuación, ya que mediante el lenguaje ambiguo se pueden transmitir mensajes y entre mayor el índice de ambigüedad, más sencillo resulta que el contenido de la leyenda empate con el perfil o situación del receptor o receptores, “por lo que a veces sirve como reflexión”.

Con el lenguaje a través del cuento se crea cierto estatus, para quien transmite, entre más desconocido el tema, más atención se genera en los oyentes, nadie interrumpe. Entonces, de alguna manera une a la gente y atrae la atención, la concentración y a la vez entretiene, pero además, en ciertos medios como el educativo y psicológico utilizado en terapia, también se usa para persuadir a la gente, por ejemplo si uno cuenta una leyenda a los niños y se les quiere persuadir de algo, seguramente la entenderán mejor. No es lo mismo decir a alguien “pórtate bien” que contar una leyenda cuyo mensaje sea que te portes bien o te irá mal. Otra función es que todas las leyendas terminan bien, se soluciona el problema, así que, enseñar, persuadir, escuchar y resolver conflictos personales internos, están entre las funciones más significativas (ídem).

El nicho socioeconómico, sociocultural, el nivel académico, entre otros, no son factores determinantes para que surja este fenómeno social de la transmisión y permanencia de leyendas.

Escobar (2011) considera que:

No importan esos factores, hay gente muy preparada que cuando escucha una leyenda, le pone atención, aunque al final opina que no la cree, pero escuchó, estuvo atenta, dejó que el otro hablara y los mismos puntos psicológicos que se dan en cualquiera, se dan en esa persona sin

importar el nivel de cultura. Habrá quien sea demasiado metodológico y jamás aceptará que la leyenda le provoca algo.

Las leyendas transmiten valores para la vida, pues en ellas se describen consecuencias muy graves sobre actos reprobables socialmente, por ejemplo, en el contenido de “La llorona”, es un hecho inaudito atentar contra los hijos por represalia hacia el padre de los mismos, así que el mensaje de esta leyenda en particular “es que una madre nunca deja de llorar por sus hijos, pues era impensable que una mujer los asesinara o abandonara, así que si hay algo de transmisión de valores”

Al hablar sobre mecanismos, desde el punto de vista de la psicología, que se activan en base al reforzamiento positivo, Escobar (2011), dice lo siguiente:

Todos tenemos una dinámica personal con situaciones, conflictos o dudas y entonces alguien narra una leyenda, un cuento y “te cae el 20” por que se relaciona con lo que tienes dentro, se resuelven ciertos conflictos o bien, te hace reflexionar sobre los mismos. Los libros de texto de primaria están llenos de fábulas, leyendas, cuentos, en donde siempre y sin saberlo el alumno siente que responden a algo personal y ayudan a resolverlo. Hoy en día se ha hecho un estudio sobre la narrativa para solución de problemas, se sabe que, en todas las leyendas, existen ciertos puntos, palabras clave, que se relacionan con cada persona, con su yo interno, según lo que tenga y le ayudan a resolver situaciones. En ese sentido, existe una teoría y un libro llamado “cuentos para crecer y curar”. Por eso se dice que cuando cuentes un relato no comentes con la persona sobre su contenido, se debe dejar que lo adopte y lo use para su dinámica. Causa más efecto el hecho de ver la situación fuera de ti, en el personaje del cuento, que en ti mismo.

Entrevista 2. Francisco Rocha Gámez, licenciado en Artes Visuales con maestría en Artes. Encargado de impartir la unidad de aprendizaje Historia del

Arte en la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Desde la perspectiva de los estudios históricos la leyenda es un conjunto de conocimientos, modos de entender, de percibir la vida, que conforman algunas sociedades. En palabras de Rocha (2011):

No las sociedades como las entendemos ahora, sino como el conjunto de personas que de alguna manera se ven comprometidas en su supervivencia y que necesitan de algún instrumento más allá de la literatura, que por medio de la experiencia de vida, que es el cuento o la narrativa pública, el chisme, van pasando información valiosa a través de personajes y situaciones que no necesariamente respetan tiempo, espacio e historia, su ventaja es que se le pueden ir añadiendo o sustrayendo elementos en base a las necesidades sociales.

La palabra es el elemento principal para la comunicación de ideas, desde una perspectiva general y ortodoxa, pero cambiando a una perspectiva espiritual, la palabra es un instrumento mágico: oraciones, conjuros, hechizos, que tienen como base a la palabra desde tiempos antiguos. “Muchas religiones son basadas en la leyenda, en el cuento, genera cambios, comportamientos, identidades, tiene un papel importante en la transmisión de conocimiento, solo tres religiones están basadas en libros y esas mismas, en su primera etapa fueron de palabra cantada y no literaria, la leyenda tiene que ver en eso”.

El proceso de transmisión de leyendas se ha modificado con el surgimiento de las tecnologías de la información, pero no se debe a que el progreso o los adelantos tecnológicos sean perjudiciales, lo que resulta nocivo

es pretender que la tecnología nos ayuda a hacer las cosas de mejor manera y se degradan los métodos tradicionales. Al respecto Rocha (2011) opina:

Tan es así que seguimos siendo consumidores de leyendas como “Tristán e Isolda” a través de las telenovelas, con introducciones cantadas, con su parte ritual. Lo que han hecho, no los medios, sino la reducción mental de quien usa los medios, es lo que ha afectado fuertemente la capacidad cultural, no tener conciencia histórica, filosófica, religiosa, cósmica, es lo que ha maltratado, se precisa retomar la idea del hombre como creatura y no como protagonista principal y su tecnología para solucionar todo.

Lo que tiende a permanecer como elementos complementarios de la sociedad humana es lo que se liga estrechamente a la vida. Las leyendas son instrumentos unidos a las enseñanzas para la vida.

La leyenda como tradición popular es parte importante de la identidad. Existe el caso de la leyenda de “Agapito Treviño”, un “Robin Hood” regiomontano, el clásico amigo del pueblo, cuyo relato fue conformando identidad: el regio honesto, firme, cabal, trabajador, que se revela y busca la justicia. Según Rocha (2011), “un ejemplo de una sociedad o cultura sana, es la que tiene muchas leyendas en uso. Las leyendas, más que los noticieros, nos moldean en nuestra manera de ser, para sobrevivir”.

Con respecto al realismo en el contenido de las leyendas, éstas pueden ser manipuladas o contaminadas premeditadamente, para convertirlas en un elemento sensacionalista y espectacular, momento en el que pueden resultar nocivas. “La leyenda debe advertirte sobre una manera de comportarte”.

Si hablamos de valores para la vida, transmitidos mediante leyendas, Rocha (2011) nos dice:

La leyenda como es de la vida misma, transmite la vida misma, cómo hacer y qué hacer para vivir. La leyenda en la que existe un “diablo” que es impredecible, que afectó a alguien de alguna manera y que tú no debes entrar en determinado lugar, puesto que ahí está ese mismo “diablo”, en las tribus africanas está el león, en el barroco mexicano está “la llorona”, las momias, que para nosotros son cosas intangibles que se mueven y nos dan miedo pero ya le pones una cara a ese miedo.

Por lo anterior se puede determinar que a través de las leyendas se heredan enseñanzas, advertencias, en algunos casos mediante la amenaza, el miedo o bien, el triunfo del personaje o de la bondad en la leyenda, en base a lo anterior se concluye que “el fin último es darnos situaciones de vida que nos ayuden a vivir”.

Las leyendas siguen trabajando como fenómeno sociocultural cuyo contenido cumple una función. Si hemos definido que las leyendas nos educan en cómo enfrentar situaciones de vida, podemos concluir en que si estamos vivos es por el cometido que los relatos legendarios han llevado a cabo. “Las leyendas nos advierten que todo es cíclico, si hay un mal uso de las cosas, nos va mal, que seamos responsables, que debemos obedecer a órdenes superiores y que todo cobra factura, entonces, el hecho de que estemos vivos, significa que las leyendas han funcionado”

El estatus económico y cultural de las personas tiende a ser un parte aguas para considerar si son proclives o no a la escucha y asimilación de las leyendas, sin embargo, sabemos que no son factores determinantes para ello.

El que la gente pobre o rústica crea en leyendas es el medio efectivo para la supervivencia, no significa que sean incultos, la cultura no tiene que ver con el grado técnico o con el grado informativo, sino con el grado en que puedas responder como ser humano a una realidad que te demanda una respuesta. Creemos que la leyenda, desde el punto de vista científico, es algo fantástico y no es cierto, la leyenda es una verdad que trasciende la comprobación científica, siempre y cuando venga de la sabiduría (Rocha, 2011).

Entrevista 3. Rafael Olivares Ballesteros, investigador especializado en tradiciones y costumbres de Nuevo León, escritor de libros como: “Leyendas del Norte”, “Leyendas de la provincia mexicana: Zona Norte”, “Anáhuac: Leyenda y Tradición”.

El punto de vista de un investigador dedicado a las tradiciones y costumbres de una región específica, maneja una concepción más libre de la leyenda, pues no se encuentra atada a alguna disciplina, sino a la definición de la leyenda como tal, como parte de la cultura. Al respecto Olivares (2011) define a la leyenda como:

Un relato que nace de un hecho extraordinario que queda grabado en el recuerdo de los testigos y va pasando de generación en generación. El hecho extraordinario puede ser un crimen, un acto heroico, un hecho histórico, o un encuentro con lo desconocido.

En el aspecto del medio de transmisión dominante, y los nuevos medios emergentes, Olivares (2011) afirma que, “el mejor medio de transmisión es de persona a persona; pero en la conversación impersonal del Internet y las redes sociales también se da la difusión de las leyendas”.

Además de la red de redes, los medios electrónicos tradicionales, también cumplen una función importante en el tópico de la difusión de los relatos legendarios:

Ha habido programas de radio muy populares y de alcance nacional como “Apague la luz y escuche” que en los años cincuenta y sesenta contó con grandes narradores como Arturo de Córdova y Enrique Rambal; un programa de relatos de experiencias sobrenaturales como lo es “La hora del Mololongo” y “La Mano Peluda”.

La rutina diaria podría ser mutada por la escucha de alguna leyenda, en particular con las mentes simples como las infantiles, o bien la gente con escasa o nula formación académica, ya que son sugestionables ante las historias de terror.

En lo relativo a las leyendas como parte de nuestra cultura, como tradición popular “las leyendas son relatos tradicionales que podemos encontrar en todas las naciones, cualquiera que sea su grado de desarrollo; forman parte de la cultura popular junto a los cantos, música, lírica, danza, indumentaria, gastronomía, costumbres, usos, dichos del pueblo y supersticiones”.

Debido a esto, está claro que los relatos legendarios forman parte de la identidad nacional y que en su difusión lleva implícita la transmisión de enseñanzas de vida. “Como parte de las tradiciones, ayudan a dar identidad a una nación y en muchos casos, sirven para educar en valores y conceptos de patriotismo, valor, lealtad y sacrificio, además muchas de ellas son material didáctico-pedagógico y otras encierran moralejas y enseñanzas útiles para la vida”.

Se considera en ocasiones que las leyendas son relatos fantásticos, atribuyéndoles muy poco realismo, no obstante Olivares (2011) opina que “muchas leyendas tienen base en un hecho real y es el paso de generación a generación el que va idealizando o tergiversando los hechos; pero siempre tienen un origen verdadero”.

Interpretación de resultados

Tratándose de una práctica tan antigua, sorprende caer en la cuenta de que los avances tecnológicos no dañan, más bien, potencian este fenómeno sociocultural; la tradición oral, no se ve afectada con los medios electrónicos, sino que éstos han servido para darle una mayor y más rápida difusión. Sin embargo la conversación es el medio más arraigado y preferido para la transmisión de los relatos legendarios rurales y urbanos.

Cabe mencionar que los libros, como un importante medio impreso, han participado activamente en la compilación y por ende permanencia de las leyendas, pero no en su difusión, ya que los hábitos de lectura del mexicano promedio son bajos. Olvera cit. por Vargas (2011), quien funge como coordinadora de la maestría en Lectoescritura para la Educación Básica de la Universidad Iberoamericana (UIA) campus Puebla, reveló para el periódico digital “Contraparte Informativa” que:

De cada cien personas que viven en México, solo dos saben leer correctamente y más del noventa por ciento de la población se entera de las noticias a través de la televisión, por tal razón es urgente que fomenten los hábitos de la lectura de los diferentes sectores de la sociedad.

Como parte del presente estudio se realizó la búsqueda de leyendas difundidas en los periódicos locales “El Norte”, “Milenio” y “El Porvenir”, en una semana compuesta que abarca desde el año 2004 al año 2008; en ninguna de las publicaciones analizadas se encontró impreso un relato legendario, fábula o cuento, de modo que la prensa no es un medio de difusión para tal efecto.

El concepto general que se tiene sobre las leyendas es que se trata de relatos que incluyen fundamentos reales, pero con notas de fantasía, misticismo y/o religión, que se van agregando para hacerlas atractivas, además de otorgarles una tarea específica relacionada con la transmisión de conocimientos, ideas y enseñanzas para la vida, que se van pasando a través de las generaciones.

La influencia, mucha o poca, que las leyendas tienen en la conducta de las personas, tanto individual como colectivamente, obedece a diversos factores. El efecto *priming* es uno de ellos, donde se precisa de una preparación mental previa por parte de un receptor para adoptar determinado mensaje y así como funciona en la publicidad funciona en la asimilación de una leyenda. Si bien, no es el común denominador que alguien modifique su rutina diaria en base al conocimiento o escucha de una leyenda, las personas menos educadas o naturalmente inocentes como los niños, son propensos a dirigirse respecto al contenido de alguna leyenda, ya que, dicho contenido puede provocar temor, un sentido de advertencia, o bien una reflexión personal. Sin embargo, es un hecho que las leyendas influyen a nivel cultural, en el comportamiento, pues fungen

como conformadores de identidad nacional y regional o local, además de, a un modo didáctico y psicopedagógico, sirven para educar en valores como el patriotismo y valentía. Como ejemplo, podemos decir que el pueblo regiomontano es productivo, trabajador y honesto, puesto que desde niños es lo que se dice constantemente sobre las características de la gente y aunque no es un hecho comprobado, es una directriz en la identidad local en el área metropolitana de Monterrey.

Por otro lado, también entendemos, en base a las opiniones de los tres entrevistados, que las leyendas tienen un valor utilitario importante, pues transmiten valores, moralejas, enseñanzas para la vida. Muestran situaciones con fórmulas que si son repetidas, pueden llevar a los mismos resultados en el vivir cotidiano. Sirven para unir a los pueblos y homologarlos, además, dentro de las terapias psicológicas, su función persuasiva y de solución de conflictos es muy utilizada en la actualidad. De modo que, efectivamente, modifican conductas y configuran a las personas.

Los pueblos, zonas rurales o aisladas donde no existe la distracción del bullicio urbano, es lo que se considera como centro de origen de las leyendas, ya que en esos sitios vive gente más enfocada en sus hábitos y creencias de antaño, mismas que conservan de modo más fácil que en las ciudades, donde las influencias de la globalización van diluyendo las tradiciones y solo se practican como muestras folclóricas.

En una sociedad machista como lo es la mexicana, quizás parezca extraño el enorme grado de importancia que tiene la presencia femenina en los relatos legendarios, pero como lo dice Olivares (2011):

La presencia femenina se da en las leyendas, en la figura de La Llorona, la Matlacíhua, la Xtabay, la Cihuateteo, la madre que vuelve del más allá a seguir cuidando a sus hijos, la joven muerta cuyo espíritu confundido aún vaga entre los vivos, y los feminicidios que quedaron como memoria trágica en el recuerdo del pueblo; ejemplo: “El Crimen de la calle Aramberri”.

Sin lugar a dudas, las mujeres juegan un importante rol en la sociedad mexicana y en el concepto que se tiene de ellas como madre protectora, como hermana, como aliada en el matrimonio, finalmente como matriarca. En un principio la madre lo es todo para un niño pequeño, y cuando éste crece, la madre lo sigue siendo todo y ahora el hijo, ya mayor, le retribuye esa protección que antes le brindó. En las leyendas solo se refleja ese poder de la feminidad mexicana, de un modo extrapolado, en forma de la madre que vence a la muerte para regresar y velar por sus hijos o la bruja que posee poderes y habilidades más allá del entendimiento o la princesa maya que por su belleza provoca grandes guerras.

Resultados de encuestas

Como columna vertebral de esta investigación, se ha buscado medir el nivel de influencia que las leyendas tienen en la población en diversos aspectos de sus vidas. Se procedió con la investigación tomando en cuenta algunas variables, mismas que se utilizaron para realizar un formato de cuestionario. Las variables

que sirvieron como herramientas para la obtención de los datos son las siguientes: impacto psicosocial, nivel de modificación de la conducta, grado de permanencia, interés, credibilidad, nombres, contexto sociohistórico, personajes, valores, moralejas y enseñanzas. Fueron encuestados ciento sesenta sujetos dentro de esta investigación, todos ellos habitantes de ocho municipios del área metropolitana de Monterrey.

De acuerdo a los datos obtenidos, los resultados nos indican que entre las personas encuestadas, el concepto más difundido de la palabra leyenda es que se trata de un relato transmitido de generación en generación, ya sea fantástico o verídico. Al parecer el realismo de la leyenda no es importante, más bien lo que resulta de importancia es que se difunda a través de las generaciones. Una parte menor de la gente piensa que se trata de relatos verídicos, pero necesariamente antiguos. Finalmente, una pequeña porción considera que las leyendas son relatos fantásticos simplemente, sin considerar antigüedad, transmisión o permanencia. El dato fuerte en este caso es el paso de los relatos legendarios a través de las generaciones.

		¿Qué entiende por leyenda?			Total
		Un relato fantástico	Un relato verídico pero antiguo	Un relato transmitido de generación en generación, ya sea fantástico o verídico	
Municipio	Monterrey	1	2	17	20
	Guadalupe	1	7	12	20
	San Nicolás	3	3	14	20
	Santa Catarina	5	4	11	20
	Escobedo	2	1	17	20
	Apodaca	2	2	16	20
	San Pedro	0	1	19	20
	Juárez	3	2	15	20
Total		17	22	121	160

Como parte de la cultura popular, es evidente que las leyendas permanecen en un lugar importante. Los resultados nos arrojan que una cantidad bastante alta de los sujetos encuestados, conocen alguna leyenda en términos generales, es decir, local, nacional e incluso de otros países. Con esto determinamos que en definitiva, las leyendas forman parte esencial de la cultura de una comunidad.

		¿Conoce algunas leyendas en general?		Total	
		Si	No		
Municipio	Monterrey	20	0	20	
	Guadalupe	18	2	20	
	San Nicolás	20	0	20	
	Santa Catarina	17	3	20	
	Escobedo	19	1	20	
	Apodaca	19	1	20	
	San Pedro	19	1	20	
	Juárez	17	3	20	
	Total		149	11	160

Del mismo modo, hablando de leyendas locales y/o regionales, los resultados son similares, la mayoría de las personas aseguraron tener conocimiento de una o más leyendas de la región, es decir la zona norte del país, ya que, aunque algunos de los encuestados radican en la metrópoli regiomontana, tienen sus raíces en otros estados cercanos como Coahuila o Tamaulipas. Asimismo, la mayor parte de quienes son locales de nacimiento, manifestaron conocer leyendas propias de la zona.

		¿Conoce algunas leyendas locales y/o regionales?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	16	4	20
	Guadalupe	16	4	20
	San Nicolás	18	2	20
	Santa Catarina	14	6	20
	Escobedo	17	3	20
	Apodaca	18	2	20
	San Pedro	18	2	20
	Juárez	17	3	20
	Total		134	26

Hablando de un factor relevante como lo es el medio de transmisión de las leyendas, los resultados muestran que la conversación ha sido, el método más utilizado y por ende preferido, esta tendencia prevalece. Aún con la emergencia de las tecnologías de información y comunicación como la red de redes, Internet, y el dominio de otros medios electrónicos de difusión masiva como lo son la radio y la televisión; un número importante de los encuestados indicaron que la conversación ha sido el medio por el cual se han enterado de una o más leyendas, dejando abrumadoramente atrás a los medios electrónicos y a la prensa. Cabe decir que la televisión ocupa un segundo lugar en este menester, seguida de cerca por la radio.

		¿Cómo se enteró de la leyenda?							Total
		Convesación	Radio	TV	Periódicos	Internet	Correo electrónico	Blog	
Municipio	Monterrey	16	2	0	0	2	0	0	20
	Guadalupe	12	1	2	2	2	1	0	20
	San Nicolás	16	0	3	0	1	0	0	20
	Santa Catarina	14	1	0	0	1	2	1	19
	Escobedo	12	2	4	1	1	0	0	20
	Apodaca	15	3	2	0	0	0	0	20
	San Pedro	15	2	2	0	1	0	0	20
	Juárez	12	2	4	0	0	1	0	19
Total		112	13	17	3	8	4	1	158

Sin duda, escuchar una leyenda, como cualquier otro relato, provoca un estímulo en el receptor. Una considerable cantidad de encuestados dijeron que el hecho de escuchar una leyenda no les provoca ningún sentimiento. La indiferencia fue la respuesta de un número menor, pero cercano al anterior. Alegría, fue un resultado mínimo, pues si bien alguien puede admitir sentirse alegre al prestar atención cuando se relata una leyenda, ya sea porque le entretiene o sorprende, es el temor, el sentimiento que arroja el resultado mayoritario en esta particular pregunta. Muchas leyendas contienen advertencias o amenazas, pero también abundan conceptos relacionados con lo fantástico y lo desconocido, de modo que provocan miedo, incertidumbre.

		¿Qué sentimientos le provoca escuchar una leyenda?				Total
		Temor	Alegría	Indiferencia	Ninguno	
Municipio	Monterrey	8	2	4	6	20
	Guadalupe	10	1	4	5	20
	San Nicolás	13	1	3	3	20
	Santa Catarina	14	2	2	1	19
	Escobedo	13	0	3	4	20
	Apodaca	13	3	1	3	20
	San Pedro	14	0	3	3	20
	Juárez	12	1	1	6	20
Total		97	10	21	31	159

El sentimiento generalizado que provocan las leyendas, según los resultados obtenidos, es el miedo, pero con respecto al hecho de que su rutina cotidiana se vea condicionada por dicho miedo o bien, el impacto que el contenido de una leyenda le haya provocado, los resultados contradicen a los de la anterior pregunta. Una fuerte cantidad de los encuestados indicaron que su rutina diaria no se ha visto afectada por escuchar una leyenda que le haya causado impacto, de modo que siguen con sus vidas de manera habitual. Solo una mínima parte aseguró lo contrario.

		¿Tras escuchar una leyenda que le causó impacto, esa sensación habrá servido para cambiar su rutina diaria?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	4	16	20
	Guadalupe	5	15	20
	San Nicolás	2	18	20
	Santa Catarina	2	18	20
	Escobedo	1	19	20
	Apodaca	3	17	20
	San Pedro	2	18	20
	Juárez	4	16	20
Total		23	137	160

		¿Ha cambiado su rutina diaria en base al contenido de una leyenda?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	2	18	20
	Guadalupe	2	18	20
	San Nicolás	0	20	20
	Santa Catarina	0	20	20
	Escobedo	1	19	20
	Apodaca	3	17	20
	San Pedro	1	19	20
	Juárez	4	16	20
Total		13	147	160

Volviendo al hecho de que las leyendas locales y/o regionales, representan un elemento implícito en la cultura popular, la edad en la que un porcentaje muy alto de los encuestados recuerdan haber escuchado la primera leyenda es la infancia, los resultados indican que este tipo de relatos se

transmiten a una edad temprana, es preciso recordar, como punto de referencia, a los llamados “cuentos de hadas” de Jacob Ludwig Karl Grimm (1785-1863) y Wilhelm Karl Grimm (1786-1859) oriundos de Alemania y estudiosos de la filología y el folclor, que tuvieron como utilidad moldear la conducta de los niños, obligarlos a dormir temprano, obedecer reglas, entre otras cosas. La juventud es el resultado que se encuentra en un segundo lugar, seguido por aquellos que no recuerdan cuando escucharon una leyenda por vez primera. Finalmente, una muy pequeña parte, dijo no haber escuchado nunca un relato legendario.

		¿Desde cuándo ha escuchado usted leyendas locales y/o regionales?				Total
		Infancia	Juventud	No he escuchado	No recuerdo	
Municipio	Monterrey	16	3	1	0	20
	Guadalupe	16	1	0	3	20
	San Nicolás	16	4	0	0	20
	Santa Catarina	10	2	1	6	19
	Escobedo	16	1	0	3	20
	Apodaca	17	2	0	1	20
	San Pedro	19	0	0	1	20
	Juárez	14	4	0	2	20
Total		124	17	2	16	159

Al momento de preguntar cuál o cuáles leyendas permanecen de manera más fija en la memoria colectiva, la leyenda más extendida en el área metropolitana y por ende, muy popular es “La llorona”, relato que resultó ser el común denominador cuando se les preguntó sobre leyendas que recordasen con más detalle, ya sea debido a la alta frecuencia con la cual esta leyenda es

narrada y escuchada por los individuos desde una edad temprana, por el miedo que causa o por la descripción del particular llanto del personaje principal. “La llorona” sigue siendo muy representativa de nuestra cultura, tanto en Guanajuato, Guanajuato, como en Linares, Nuevo León. Otro dato interesante es que pese a que la leyenda de “Agapito Treviño” es propia de Nuevo León, no se encuentra inmersa en la sabiduría popular de una manera tan fuerte como la anterior mencionada. Los lugares que siguen en importancia a “La llorona” pertenecen a “La casa de los tubos” y “La casa de Aramberri”, debido a que se han vuelto muy recurrentes a causa de la difusión mediática en años recientes.

Como tradición popular, las leyendas son consideradas, por la mayoría, muy significativas, parte de nuestra cultura y por ende, merecedoras de ser conservadas. También, en segundo lugar, se estima que es un fenómeno que se da de manera natural en las conversaciones. No muchos encuestados dijeron ser indiferentes ante esta tradición, menos cantidad aún, negaron tener una opinión. Una parte mínima admite que no es necesario conservar ni tomar en cuenta a las leyendas como tradición popular.

		¿Qué opinión tiene de las leyendas como tradición popular?					Total
		Son parte de nuestra cultura y hay que conservarlas	Se dan de manera natural en las conversaciones	No es necesario conservarlas, ni tomarlas en cuenta	Me parecen indiferentes	No tengo opinión	
Municipio	Monterrey	14	4	0	2	0	20
	Guadalupe	10	6	1	2	1	20
	San Nicolás	14	4	1	1	0	20
	Santa Catarina	12	3	0	2	3	20
	Escobedo	15	1	0	2	2	20
	Apodaca	14	4	1	0	1	20
	San Pedro	12	5	2	1	0	20
	Juárez	11	4	2	1	2	20
Total		102	31	7	11	9	160

Con respecto al valor utilitario de las leyendas para la sociedad, el número de respuestas en que se opinó positivamente supera por muy poco a la cantidad de respuestas que niegan alguna utilidad de las leyendas en la sociedad. Finalmente se consideró que sí se les atribuye un valor social, pero la diferencia es muy poca, de modo que se puede determinar que existe duda sobre dicha utilidad, ya que si fuera un factor del cual la gente está segura, la diferencia sería más marcada.

		¿Le parece que tengan alguna utilidad para la sociedad?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	13	7	20
	Guadalupe	9	11	20
	San Nicolás	12	8	20
	Santa Catarina	7	13	20
	Escobedo	9	11	20
	Apodaca	12	8	20
	San Pedro	12	8	20
	Juárez	10	10	20
	Total	84	76	160

Un dato curioso arrojado por los resultados es que a la mayoría les agrada escuchar leyendas cuando alguien se da a la tarea de narrarlas, pero no tienen por costumbre ser narradores ellos mismos, pareciera que en todo caso se trata de buenos oyentes, más no de transmisores. Aquellos encuestados que aseguraron no tener el hábito de narrar leyendas fueron el número mayoritario. Un resultado colateral de la pregunta anterior, está relacionado con la frecuencia en que alguien relata una leyenda, el término “casi nunca” fue el que mayormente se ha mencionado, teniendo a “ocasionalmente” en un segundo puesto, solo por una respuesta de diferencia, “frecuentemente y muy frecuentemente” han sido muy poco considerados.

		¿Tiene usted por costumbre relatar alguna leyenda como tema de conversación?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	9	11	20
	Guadalupe	7	13	20
	San Nicolás	7	13	20
	Santa Catarina	6	14	20
	Escobedo	8	12	20
	Apodaca	9	10	19
	San Pedro	8	12	20
	Juárez	4	16	20
	Total	58	101	159

		¿Con qué frecuencia?					Total
		Muy frecuente	Frecuente	Ocasional	Casi nunca	Otro	
Municipio	Monterrey	1	2	5	7	5	20
	Guadalupe	0	0	5	10	3	18
	San Nicolás	0	1	8	5	6	20
	Santa Catarina	3	0	4	6	3	16
	Escobedo	0	1	8	3	0	12
	Apodaca	1	2	7	3	0	13
	San Pedro	1	1	6	8	2	18
	Juárez	1	1	2	4	4	12
	Total	7	8	45	46	23	129

Como parte de muchas conversaciones, las leyendas son relatadas, primeramente a amigos, siendo este nicho el preferido según los resultados; secundado por la respuesta “otro”, que puede indicar a compañeros de escuela o trabajo, personas de cierta confianza pero con los que no se ha entablado una amistad. Finalmente son los familiares, los receptores de estas narraciones. Al parecer, de modo curioso, aquéllos con quienes se comparte el hogar o la

intimidad y existe un considerable nivel de confianza, son los que se encuentran al final, quizás se deba a la poca credibilidad que muchas leyendas puedan llevar consigo y al temor de ser criticados o juzgados por ello.

		¿A quiénes?			Total
		Familiares	Amigos	Otro	
Municipio	Monterrey	1	10	9	20
	Guadalupe	1	6	11	18
	San Nicolás	3	8	9	20
	Santa Catarina	2	9	5	16
	Escobedo	5	6	1	12
	Apodaca	3	10	0	13
	San Pedro	3	11	3	17
	Juárez	2	5	5	12
Total		20	65	43	128

En el caso del placer que el escuchar una leyenda pueda provocar, como ya se ha mencionado, una gran parte siente agrado al ser oyente de una narración, ocupando este resultado el primer lugar. La indiferencia es la respuesta que sigue, siendo bastante menor el número. Y como se ha definido, en lo que respecta a este tema, las personas somos buenos oyentes, no así narradores, así que a una cantidad muy pequeña le desagrada participar en la escucha de las leyendas. De modo que a la mayoría de las personas les resulta, en definitiva, agradable y placentero, escuchar leyendas cuando alguien se da a la tarea de contarlas.

		¿Le agrada escuchar leyendas cuando alguien se da a la tarea de narrar alguna?			Total
		Si	No	Indiferente	
Municipio	Monterrey	15	1	4	20
	Guadalupe	14	1	5	20
	San Nicolás	16	0	4	20
	Santa Catarina	17	1	2	20
	Escobedo	20	0	0	20
	Apodaca	17	1	2	20
	San Pedro	16	0	3	19
	Juárez	15	2	3	20
	Total		130	6	23

En cuanto al nivel de realismo atribuido a las leyendas, se obtuvo que casi el total de los encuestados consideró que son parte reales y parte ficticias. Un monto un tanto menor, dijo que son completamente ficticias. Un mínimo porcentaje de las personas indicó que son reales. Se sabe que las leyendas, no así los mitos, tienen un fundamento en un hecho real que va exagerándose y modificándose, lo que se llama contaminación de la leyenda. Esto se refleja claramente en los resultados.

		¿Qué tanto realismo le atribuye a lo narrado en las leyendas?			Total
		Son reales	Son parte reales y parte ficticias	Son ficticias	
Municipio	Monterrey	0	18	2	20
	Guadalupe	0	17	3	20
	San Nicolás	1	18	1	20
	Santa Catarina	1	17	2	20
	Escobedo	1	15	4	20
	Apodaca	1	17	2	20
	San Pedro	1	19	0	20
	Juárez	1	17	2	20
	Total		6	138	16

Casi todas las personas, mediante conversaciones, a través de medios electrónicos, películas, entre otros medios, se han enterado de nombres o títulos de algunas leyendas, y eso, es precisamente lo que este resultado nos dice. Una gran cantidad de los encuestados, aseguró tener conocimiento de nombres de leyendas, pues como un elemento cultural, no puede pasar desapercibido.

		¿Conoce nombres o títulos de algunas leyendas?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	14	6	20
	Guadalupe	14	6	20
	San Nicolás	18	2	20
	Santa Catarina	14	6	20
	Escobedo	15	5	20
	Apodaca	18	2	20
	San Pedro	15	5	20
	Juárez	15	5	20
Total		123	37	160

Basándonos en los datos recabados, no es algo habitual que se recuerden varios nombres de una misma leyenda, y esto se ve claramente reflejado, ya que, solamente un mínimo de los encuestados lograron nombrar a un mismo relato con diferentes nombres. El resto no conoce o recuerda a una misma leyenda con más de un título, por lo que dejaron ese cuestionamiento sin responder. Los nombres que emergieron fueron derivados de “La llorona”, de tal manera que existen “La dejada”, “La mujer de blanco”, aunque este último se le puede atribuir a otras leyendas en las que la aparición de una mujer es el personaje protagónico. Asimismo se encuentra “La planchada” y su

nombre equivalente como “La enfermera” al que se le agrega el lugar de presunto origen como “de la Clínica No. 2”.

Hablando del conocimiento de la existencia de alguna leyenda que circule o se atribuya su origen a varias regiones, lugares y/o ciudades, una importante cantidad de los encuestados respondió positivamente al cuestionamiento. El ejemplo más difundido que se encuentra, es la conocida leyenda de “La llorona”, ya que se menciona tanto en Guanajuato, Guanajuato, como en la ciudad de México y Linares, Nuevo León. En segunda posición se encuentra “La planchada”, cuyo origen se localiza en el Hospital Juárez de México, Distrito Federal, pero también se difunde en Hospital OCA y el Hospital Universitario en Monterrey, Nuevo León.

		¿Conoce alguna leyenda que circule en varios lugares, ciudades, regiones?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	13	7	20
	Guadalupe	14	6	20
	San Nicolás	16	4	20
	Santa Catarina	15	5	20
	Escobedo	17	3	20
	Apodaca	18	2	20
	San Pedro	11	9	20
	Juárez	15	5	20
Total		119	41	160

Se consideró mayormente que el estado de Guanajuato, es el lugar donde a nivel nacional, se generan las leyendas, muy probablemente por el conocimiento de que la popular leyenda de “La llorona” es originaria de dicho

lugar. En menor medida están el estado de Zacatecas, Morelia en Michoacán, Real de 14 en San Luis Potosí y el centro histórico de la capital mexicana. De manera más genérica, pueblos, rancherías, carreteras, caminos vecinales y sitios rurales en general, fungen como los generadores de leyendas más prolíficos.

Personajes de leyendas inmersos en la sabiduría popular no son pocos, pues la mayor parte de los sujetos afirmó, de hecho, conocer a algún personaje o personajes en relatos legendarios. “La llorona” de nueva cuenta, es el personaje más conocido, en segundo plano se mencionó a “Agapito Treviño”. “El jinete sin cabeza” y algunos otros no muy conocidos como “El hombre lobo” permanecen en último lugar. Asimismo la importancia o relevancia que se atribuye a los mismos es que desempeñan un papel protagónico en casi la totalidad de los casos. Una mínima parte consideró irrelevante al personaje por ellos conocido.

		¿Conoce algún personaje importante de alguna leyenda?		Total
		Si	No	
Municipio	Monterrey	13	7	20
	Guadalupe	12	8	20
	San Nicolás	16	4	20
	Santa Catarina	9	11	20
	Escobedo	11	9	20
	Apodaca	11	9	20
	San Pedro	13	7	20
	Juárez	13	7	20
	Total	98	62	160

		¿Qué relevancia tiene dentro de la misma?		Total
		Es protagonista	Es irrelevante	
Municipio	Monterrey	13	0	13
	Guadalupe	10	5	15
	San Nicolás	16	1	17
	Santa Catarina	9	1	10
	Escobedo	11	1	12
	Apodaca	11	1	12
	San Pedro	13	1	14
	Juárez	13	0	13
Total		96	10	106

Al tratar el tema que compete a la existencia real del personaje o personajes de las leyendas, un número considerable afirmó que no sabe si el protagonista de la leyenda existió realmente; un número pequeño aseguró la existencia del mismo y solo unos pocos niegan el realismo de éstos. Son pocos los datos que se tienen de las leyendas desde el punto de vista histórico, aún así a quien sin duda se le considera real a nivel local es a “Agapito Treviño”, héroe de una leyenda regional muy difundida.

		¿El personaje o personajes existieron realmente?			Total
		Si	No	No sé	
Municipio	Monterrey	2	3	10	15
	Guadalupe	1	1	15	17
	San Nicolás	5	0	15	20
	Santa Catarina	2	0	11	13
	Escobedo	1	1	10	12
	Apodaca	4	2	6	12
	San Pedro	3	4	13	20
	Juárez	4	3	6	13
Total		22	14	86	122

Existen leyendas que producen, llamémosles, sub leyendas, en las que el personaje principal o uno secundario, funge como protagonista en varias de éstas, tal es el caso de “El jinete fantasma” y “El caballo negro”, donde en la primera de ellas se menciona a un charro montando un corcel negro, mientras que en la segunda se menciona solamente la aparición del animal recorriendo el municipio de Anáhuac, en Nuevo León. No obstante son pocos los que conocen a uno o más personajes que participen de varias leyendas, respondiendo la mayoría, negativamente a esta cuestión. Una cantidad secundaria indicó que desconoce del tópico y solo unos pocos afirmaron tener conocimiento de personajes presentes en más de una leyenda.

		¿Conoce algún personaje protagónico en varias leyendas?			Total
		Si	No	No sé	
Municipio	Monterrey	2	14	4	20
	Guadalupe	3	10	7	20
	San Nicolás	3	9	8	20
	Santa Catarina	5	12	3	20
	Escobedo	2	16	2	20
	Apodaca	7	9	4	20
	San Pedro	0	16	4	20
	Juárez	4	13	3	20
	Total	26	99	35	160

Hoy día, en nuestra sociedad, el papel de la mujer ha cobrado una fuerza sin precedentes en todos los aspectos; desde la administración y el manejo del hogar, hasta los puestos políticos más relevantes. Se han convertido en terrenos donde el dominio femenino va en crecimiento. Del mismo modo, dentro de lo respectivo a los relatos legendarios, la mujer tiene

una relevancia importante. Esta tendencia se refleja en el folclor y en la sabiduría popular, pues un elevado porcentaje de los encuestados opinó que la presencia femenina en las leyendas es significativa; a otros tantos les parece indiferente o bien consideran neutral este factor, un reducido número de sujetos consideraron poco importante a la mujer dentro de las leyendas.

		¿Cuál es el grado de importancia de la presencia femenina dentro de las leyendas que usted ha escuchado?			Total
		Es muy importante	Es poco importante	Es indiferente	
Municipio	Monterrey	14	2	4	20
	Guadalupe	11	2	7	20
	San Nicolás	14	1	5	20
	Santa Catarina	14	1	5	20
	Escobedo	9	8	3	20
	Apodaca	16	2	2	20
	San Pedro	13	6	1	20
	Juárez	11	2	7	20
Total		102	24	34	160

En el tema de los valores y de las enseñanzas, de utilidad para la vida, que son transmitidos por medio de leyendas, una buena cantidad de las personas encuestadas sugirió que, en efecto, existen valores, enseñanzas y consejos que son difundidos a través de las leyendas, una cantidad menor no cree que haya transmisión de éstos y el resto de los encuestados dijo no tener conocimiento al respecto.

		¿Considera usted que las leyendas transmiten valores para la vida?			Total
		Si	No	No sé	
Municipio	Monterrey	11	4	5	20
	Guadalupe	11	5	4	20
	San Nicolás	11	4	5	20
	Santa Catarina	7	6	7	20
	Escobedo	7	10	3	20
	Apodaca	6	8	6	20
	San Pedro	10	4	6	20
	Juárez	12	5	3	20
Total		75	46	39	160

Lealtad, respeto, humildad, honestidad, justicia, unión familiar, convivencia, sinceridad, paciencia, valentía, tolerancia, fraternidad, evitar la codicia, caridad, son de los valores concretos que se cree se transmiten mediante leyendas; y el cuidado a la familia, cuidado personal, temor a la noche, tradiciones sociales, aparecen por el lado de las enseñanzas. Conceptos que también son utilizados o aplicados, por la mayoría, en el quehacer diario. Otros, en menor cantidad, admiten que, aunque aprenden valores a través de las leyendas, no aplican en su vida estos elementos. Solo unos pocos negaron saber si aplican o no este aprendizaje.

		¿Aplica usted en su vida esos valores adquiridos?			Total
		Si	No	No sé	
Municipio	Monterrey	8	8	4	20
	Guadalupe	9	6	5	20
	San Nicolás	12	6	2	20
	Santa Catarina	6	10	4	20
	Escobedo	7	11	2	20
	Apodaca	6	9	5	20
	San Pedro	12	4	4	20
	Juárez	12	6	2	20
Total		72	60	28	160

Finalmente podemos determinar que la mayor parte admite que las leyendas si enseñan sobre valores y otros aspectos de la existencia humana, por ello, se les considera útiles, desde una perspectiva social.

Pese a admitir que existen leyendas que han enseñado algo a muchos de los encuestados, estas mismas enseñanzas no son heredadas al narrar nuevamente la leyenda. Lo anterior en base al resultado mayoritario. Una cantidad secundaria afirmó usar la narrativa para transmitir la misma enseñanza que ellos obtuvieron. El resto de los encuestados no saben si continúan con la enseñanza adquirida usando la leyenda como canal de transmisión. Con todo y lo anterior, la respuesta más recurrente fue que no se recuerda a la leyenda de la que se obtuvieron enseñanzas, solo en contados casos se mencionaron “La casa de los azulejos”, “Agapito Treviño”, “La planchada” y por supuesto “La llorona”.

		¿Considera que las leyendas brindan enseñanzas?			Total
		Si	No	No sé	
Municipio	Monterrey	15	2	3	20
	Guadalupe	11	5	4	20
	San Nicolás	13	5	2	20
	Santa Catarina	9	9	2	20
	Escobedo	10	8	2	20
	Apodaca	10	7	3	20
	San Pedro	9	6	5	20
	Juárez	10	8	2	20
	Total	87	50	23	160

		¿Transmite usted a su vez esa misma enseñanza mediante la narración de la leyenda?			Total
		Si	No	No sé	
Municipio	Monterrey	6	9	5	20
	Guadalupe	6	8	6	20
	San Nicolás	8	8	4	20
	Santa Catarina	6	12	2	20
	Escobedo	3	13	4	20
	Apodaca	7	10	3	20
	San Pedro	6	12	2	20
	Juárez	7	9	4	20
Total		49	81	30	160

CONCLUSIONES

1. Los resultados de esta investigación determinan que la leyenda se percibe como un relato con fundamentos o bases reales, pero matizado con elementos de fantasía y transmitido a través de las generaciones.
2. El medio de difusión que prevalece es la conversación. La emergencia de las tecnologías de información y comunicación, representan solamente una alternativa para el desplazamiento de las leyendas, pero no minimiza o sustituye a la comunicación interpersonal. Los nuevos medios ofrecen una más rápida difusión de este fenómeno sociocultural.
3. Es necesaria una configuración previa por parte del receptor para asimilar o no, el contenido de una leyenda, no obstante, no es común la modificación de la rutina diaria o de los patrones de conducta debido al conocimiento de una leyenda.
4. Poseen socialmente, las leyendas, un valor utilitario considerable, ya que funcionan como conformadores de identidad, además de manera didáctica, educan en valores como la valentía, la honestidad y el respeto.
5. Los pueblos rústicos y zonas rurales, son considerados el origen de los relatos legendarios, por tratarse de lugares donde las costumbres y tradiciones son longevas y muy arraigadas a la identidad cultural de sus habitantes.

6. Las leyendas son consideradas con gran frecuencia, como elementos culturales de gran valor. Tradición popular, que precisa conservarse como parte del patrimonio e identidad de la nación.

7. “La llorona”, es la leyenda más recurrente en la memoria colectiva, trascendiendo factores como tiempo y lugar.

8. Es la infancia la edad de mayor frecuencia para la escucha de leyendas por vez primera.

9. Fue frecuente la respuesta positiva sobre el interés de escuchar una leyenda cuando se juega el rol del oyente. Asimismo, fue negativa cuando supone jugar el rol del narrador.

BIBLIOGRAFÍA

- Albertos, J. L. (1983). Curso general de redacción periodística. Barcelona: Mitre.
- Albornoz, L. (2006). Periodismo digital: los grandes diarios en la Red. Buenos Aires: La Crujía.
- Álvarez, J. y Rodríguez, M.J. con la colaboración de De la Fuente, R., (1997). Diccionario de literatura popular española. Salamanca: Ediciones Colegio de España.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. México: Pearson Prentice Hall.
- Briones, G. (2003). Métodos y técnicas investigación para las ciencias sociales. México: Trillas.
- Esquivel, J. L. (1997). Periodismo noticioso en diez lecciones. Monterrey: UANL
- Esquivel, J. L. (2007). Efectos de los medios masivos. Monterrey: Esquivel Esparza.
- Etienvre, J. (1999). La leyenda: antropología, historia, literatura: actas del coloquio celebrado en la casa de Velásquez. Madrid: Casa de Velásquez.
- Fernández C. (1995). La comunicación humana: Ciencia social. México: Mc Graw Hill
- Fonseca, M. (2005). Comunicación oral: fundamentos y práctica estratégica. México: Pearson Educación.
- Galindo, A. (1991). Transmisión verbal y comunicación; bases para una evaluación positiva de los errores del aprendizaje. Universidad Autónoma de Barcelona
- García de Diego, V. (1953). Antología de leyendas. Estudio preliminar, Barcelona: Labor.
- Gennep, A. (1943). La formación de las leyendas. Buenos Aires: Futuro
- Holsti, O. (1969). Content Analysis for the Social Science Humanities, Reading, Mass. Addison Wesley.
- Krippendorff, K. (1990). Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A

Leñero, V. y Marín, C. (1986). Manual de Periodismo. México: Grijalbo.

Lozano, J.C. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Pearson Educación.

Olivares, R. (1998). Leyenda y tradición: Frontera norte, Anáhuac, Nuevo León. Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León.

Pardo, E. (s/f). Taller de creación literaria.

Sabino, C. (1978). El proceso de la investigación científica. Buenos Aires: El Cid Editor.

Salaverría, R. (2000). ¿Periodistas para medios en Internet o periodistas para la era digital? Nuevos criterios en la formación de profesionales de la comunicación. Ponencia presentada en el I Congreso de Periodismo Digital, realizado en enero de 2000 en Huesca, España.

Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en Internet. Pamplona: Eunsa.

Thompson, J. B. (1998). Los media y la Modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Verderber, R. y Verderber, K. (2006). ¡Comunícate! México: Thomsom.

Vidal, J. (s/f). Enciclopedia de la psicopedagogía. Barcelona: Océano.

s/a, s/f. Leyendas de Guanajuato. Guanajuato: Casa Valadés

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

Arroyas, E. (2006). Los blogs: perspectivas individuales en el espacio público. [Revista electrónica] "Global Media Journal", Volumen 3, No. 6. Recuperado el 26 de agosto de 2009 de: <http://gmje.mty.itesm.mx/arroyas.htm>

Coll, C. (2005). Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación: Una mirada constructivista. Obtenido el 25 de febrero de 2010 de: http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Sinectica/Historico/Numeros_antteriores05/025/25%20Cesar%20Coll-Separata.pdf

Cortazar, F. (2004). Rumores y leyendas urbanas en Internet. Recuperado el 24 de noviembre de 2011 de: <http://pascalfroissart.online.fr/3-cache/2004-cortazar.pdf>

Echeverría, J. (1999). Internet y el periodismo electrónico. Sala de Prensa [Revista electrónica], 1 (1). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art08.htm>

Eliade, M. (1991). Mito y realidad. Recuperado el 24 de noviembre de 2011 de: <http://www.mercurialis.com/RYFT/PDF/Mircea%20Eliade%20-%20Mito%20y%20Realidad%20-%20CAPÍTULO%20I%20y%20II.pdf>

Fumero, A. y García, J. (2009). Redes sociales: Contextualización de un fenómeno “dos punto cero” Obtenido de: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=76.htm>

Gallegos, A. (s/f). El cuento popular. Recuperado el 24 de noviembre de 2011 de: <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/828/14/03.%20El%20cuento%20popular.%20Alfonso%20Gallegos%20C.pdf>

González, I. (s/f). Comunicación interpersonal y comunicación organizacional. Recuperado el 30 de mayo de 2009 de: <http://www.coninpyme.org/pdf/ComunicacioninterpersonalYComunicacioninterpersonal.pdf>

Graciela, P. (2005). Los géneros periodísticos. Recuperado el 7 de junio de 2009 de: <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/352599>

Peñaranda, R. (s/f). Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven? Obtenido el 18 de febrero de 2010 de: <http://www.saladeprensa.org/art180.htm>

Porta, L. y Silva, M. (2003). La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa. Mar del Plata. Disponible en: <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (edición 22). Consultado en: <http://www.rae.es>

Tejedor, S. Periodismo del presente-futuro, Prólogo de Pérez Tornero, J.M. Versión electrónica disponible en: <http://www.comunicacionsocial.es/Archivos%20para%20descarga/Prologo%20P20.pdf>

Vargas, G. (2011). Urge cambiar los hábitos de lectura en México: UIA. Recuperado el 14 de julio de 2011 de: http://www.contraparteinformativa.com/despliegue-noticia.php?-Noticias-Puebla-Educaci%F3n-Urge-cambiar-los-h%E1bitos-de-lectura-en-M%E9xico:-UIA&id_noticia=35280

Vázquez, A. (2006). Chisme y rumor. Recuperado el 24 de noviembre de 2011 de: <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologiapdf-26-estilos-comunicacionales-chisme-y-rumor.pdf>

Zamora, M. (2006). Redes sociales en Internet. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

s/a, s/f. Periodismo digital. Disponible en: <http://www.artedinamico.com/articulo/379/2>

s/a, s/f. Perfil biográfico y académico Albert Bandura. Disponible en: <http://www.infoamerica.org/teoria/bandura1.htm>

s/a, s/f. Géneros literarios. Disponible en: http://www.bibliotecapiloto.gov.co/bib_virtual/generos.htm

s/a, s/f. Obtenido el 23 de noviembre de 2010 de: <http://www.rrppnet.com.ar/comohacerunaencuesta.htm>

ANEXOS

A. Entrevista de profundidad

1. ¿Qué entiende por leyenda?
2. ¿Cuál medio considera que funge mejor como medio de transmisión de leyendas en la actualidad? (conversación, radio, TV, internet, redes sociales, prensa, etc.)
3. ¿La tradición oral se va perdiendo debido a los nuevos medios electrónicos?
4. ¿Considera que tras escuchar una leyenda, alguien cambiaría su rutina diaria?
5. ¿Ha cambiado usted su rutina diaria en base al contenido de una leyenda?
6. ¿Qué opinión tiene de las leyendas como tradición y cultura popular?
7. ¿Le parece que las leyendas tienen alguna utilidad para la sociedad?
8. ¿Qué tanto realismo le atribuye a lo narrado en las leyendas?
9. ¿Qué lugares considera como cuna de leyenda(s)?
10. ¿Cuál es el grado de importancia de la presencia femenina dentro de las leyendas que usted conoce?
11. ¿Considera usted que las leyendas transmiten valores para la vida?
12. ¿Considera que las leyendas brindan enseñanzas?

B. Encuesta

Encuesta sobre leyendas urbanas

INSTRUCCIONES: Conteste lo siguiente marcando con una "X" la respuesta

Impacto psicosocial

1. ¿Qué entiende por leyenda?

- 1.1 Un relato fantástico_____ 1.2) Un relato verídico pero antiguo_____
- 1.3 Un relato transmitido de generación en generación, ya sea fantástico o verídico_____

2. ¿Conoce algunas leyendas en general?

- 2.1 Si_____ 2.2 No_____

3. ¿Conoce algunas leyendas locales y/o regionales?

- 3.1 Si_____ 3.2 No_____

4. ¿Cómo se enteró de la leyenda?

- 4.1 Conversación_____ 4.6 Correo electrónico_____
- 4.2 Radio_____ 4.7 Facebook_____
- 4.3 TV_____ 4.8 Twitter_____
- 4.4 Periódicos_____ 4.9 Noticias_____
- 4.5 Internet_____ 4.10 Blog_____

Nivel de modificación en la conducta

5 ¿Qué sentimientos le provoca escuchar una leyenda?

- 5.1 Temor_____ 5.4 Indiferencia_____
- 5.2 Enojo_____ 5.5 Ninguno_____
- 5.3 Alegría_____

6. ¿Tras escuchar una leyenda que le causó impacto, esa sensación habrá servido para cambiar su rutina diaria?

- 6.1 Si_____ 6.2 No_____

7. ¿Ha cambiado su rutina diaria en base al contenido de una leyenda?

7.1 Si_____

7.2 No_____

Grado de permanencia

8. ¿Desde cuándo ha escuchado usted leyendas locales y/o regionales?

8.1 Infancia_____

8.3 No he escuchado_____

8.2 Juventud_____

8.4 No recuerdo_____

9. ¿Cuál(es) leyenda(s) recuerda con más detalle?

9.1 (Mencionar leyenda). _____

10. ¿Por qué recuerda más esa leyenda?

10.1 Por ejemplo: Me causa miedo. _____

Interés

11. ¿Qué opinión tiene de las leyendas como tradición popular?

11.1 Son parte de nuestra cultura y hay que conservarlas_____

11.2 Se dan de manera natural en las conversaciones_____

11.3 No es necesario conservarlas, ni tomarlas en cuenta_____

11.4 Me parecen indiferentes_____

11.5 No tengo opinión_____

12. ¿Le parece que tengan alguna utilidad para la sociedad?

12.1 Si_____

12.2 No_____

13. ¿Tiene usted por costumbre relatar alguna leyenda como tema de conversación?

13.1 Si_____

13.2 No_____

14. ¿Con qué frecuencia?

14.1 Muy frecuentemente_____

14.2 Frecuentemente_____

14.3

Ocasionalmente_____

14.4 Casi nunca_____

14.5 Otro_____

15. ¿A quiénes?

15.1 Familiares_____

15.2 Amigos_____

15.3 Otro_____

16. ¿Le agrada escuchar leyendas cuando alguien se da a la tarea de narrar alguna?

16.1 Si _____ 16.2 No _____ 16.3 Indiferente _____

Credibilidad

17. ¿Qué tanto realismo le atribuye a lo narrado en las leyendas?

17.1 Son reales _____ 17.2 Son parte reales y parte ficticias _____

17.3 Son ficticias _____

Nombres

18. ¿Conoce nombres o títulos de algunas leyendas?

18.1 Si _____ 18.2 No _____

19. ¿Cuántos nombres diferentes conoce de una misma leyenda?

19.1 Por ejemplo: La planchada, la enfermera maldita _____

Contexto sociohistórico

20. ¿Conoce alguna leyenda que circule en varios lugares, ciudades, regiones?

20.1 Si _____ 20.2 No _____

21. ¿Qué lugares considera como cuna de la leyenda(s)?

21.1 Por ejemplo: Guanajuato, Centro histórico DF _____

Personajes

22. ¿Conoce algún personaje importante de alguna leyenda?

22.1 Si (Defina cual personaje) _____

22.2 No _____

23. ¿Qué relevancia tiene dentro de la misma?

23.1 Es protagonista _____

23.2 Es irrelevante _____

24. ¿El personaje o personajes existieron realmente?

24.1 Si _____ 24.2 No _____ 24.3 No sé _____

25. ¿Conoce algún personaje protagónico en varias leyendas?

25.1 Si (Defina cual personaje)_____

25.2 No_____ 25.3 No sé_____

26. ¿Cuál es el grado de importancia de la presencia femenina dentro de las leyendas que usted ha escuchado?

26.1 Es muy importante____ 26.2 Es poco importante____ 26.3 Es indiferente____

Valores

27. ¿Considera usted que las leyendas transmiten valores para la vida?

27.1 Si_____ 27.2 No_____ 27.3 No sé_____

28. ¿Qué enseñanzas, consejos o valores concretamente puede mencionar que haya aprendido de alguna leyenda?

28.1 Por ejemplo: Unión familiar, honestidad._____

29. ¿Aplica usted en su vida esos valores adquiridos?

29.1 Si_____ 29.2 No_____ 29.3 No sé_____

Moralejas y enseñanzas

30. ¿Considera que las leyendas brindan enseñanzas?

30.1 Si_____ 30.2 No_____ 30.3 No sé_____

31. ¿Recuerda alguna leyenda en especial que le haya enseñado algo?

31.1 Por ejemplo: La llorona. _____

32. ¿Transmite usted a su vez esa misma enseñanza mediante la narración de la leyenda?

32.1 Si_____ 32.2 No_____ 32.3 No sé_____

Datos generales

33. Edad_____

34. Sexo_____

35. Escolaridad_____

36. Ocupación_____

37. Municipio en el que habita_____