



**Bordando en redes: la venta en línea como alternativa económica para una realidad Otomí (México)**

**The online sales as an economic alternative for an Otomí community (México)**

Nicole Carolina Guadalupe Pérez Rojas

Elisa Paulina Romero Mancilla

**Resumen**

De eventos catastróficos pueden resultar también oportunidades para el desarrollo de habilidades si se toma en cuenta el propósito de las acciones. La pandemia por COVID-19 trajo consigo la adaptación de formas de trabajo, de relacionamiento e incluso de vivir. Y así como tuvo alcances económicos que afectaron a varios negocios, hubieron otros que facilitaron la transición a la venta en línea, donde varias comunidades artesanas han estado participando. El siguiente artículo parte de un trabajo desde la gestión comunitaria y la investigación- acción, dando cuenta del proceso, en el que participaron jóvenes de una comunidad Otomí, residente en la Ciudad de México, en la venta en línea de artesanías textiles como alternativa económica ante el confinamiento. El objetivo fue identificar las habilidades utilizadas en la venta ambulante y en la práctica cotidiana con las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación), para desarrollar habilidades de venta en línea. Este trabajo se hizo principalmente a distancia ya que para salvaguardar la salud de cada persona, el contacto fue muy poco; esto a la vez muestra que las relaciones y este tipo de proyectos, pueden llevarse a cabo bajo esta modalidad, implicando otras estrategias e instrumentos. Finalmente, se pretende resaltar una investigación con una temática que amplía el campo de la Psicología al abarcar temas socioculturales, de habilidades, y administrativos en conjunto, a la vez de que se describe una realidad que viven las comunidades indígenas migrantes en cuanto a condiciones de vivienda, oportunidades de trabajo y de desarrollo.

**Palabras clave:** habilidades digitales, venta en línea, comunidad otomí, jóvenes, artesanías.

**Abstract**

Catastrophic events can also result in opportunities to develop skills if the purpose of the actions is taken into account. The COVID-19 pandemic brought with it the adaptation of ways of working, relationships, and even living. And just as it had economic scopes that affected several businesses, others facilitated the transition to online sales, where several artisan communities have been participating. The following



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

paper is based on community management work and action research, in which teenagers from an Otomí community, resident in Mexico City, participated in the online sale of textile handicrafts as an economic alternative to confinement. The aim was to identify street vending skills, use ICT (Information and Communication Technologies) on everyday bases, to develop online sales skills. The fieldwork was remote to safeguard the health of each person, this shows that relationships and these types of projects can be carried out under this modality, involving other strategies and instruments. Finally, we intended to highlight research that expands the field of Psychology by covering sociocultural theory, while describing the reality that migrant indigenous communities live in terms of housing conditions, difficulty finding job opportunities, and development.

**Keywords:** digital skills, online sale, otomí community, teenagers, handicrafts

### **Introducción**

El siguiente trabajo se fundamenta en la perspectiva teórica de la Psicología sociocultural, así como en la práctica con una comunidad otomí residente de la Ciudad de México. Primeramente, esta perspectiva propone que los ambientes socioculturales no tienen existencia interdependiente, las personas existen dentro de configuraciones sociales y como un tipo determinado a partir de su incorporación a la prácticas sociales situadas donde hacen uso de recursos culturales y contribuyen a un proceso de recreación histórica de las prácticas, las comunidades, los recursos culturales y sus identidades (Colé, 1996; Holland, Lachicotte, Skinner & Cain, 1998; Holland & Lave, 2001; Lave, 1993, 1996; Lave & Wenger, 1991; Shweder, 1990; Wenger, 1998; Wertsch, 1994,1998; en Pérez y Yoseff, 2012).

Por otro lado, las comunidades otomíes asentadas en la Ciudad de México han migrado desde hace años en busca de nuevas y mejores oportunidades de las que les brinda el lugar de donde son originarias, no obstante; en la ciudad se han enfrentado a grandes retos sociales, políticos y económicos. En este sentido, la ciudad es un lugar multicultural, refiriéndome a que habitan personas originarias, de otras regiones, estados o países; donde a muchas comunidades indígenas se les ha llevado a ser víctimas y donde han tenido que afrontar situaciones particulares por su posición como vivir en la



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

calle, tener acceso a solo cierto tipo de trabajos o estar en conflictos socio políticos.

En un periodo entre agosto de 2020 y junio de 2021 tuvimos la oportunidad de trabajar con una comunidad otomí originaria de un municipio de Querétaro. Esta investigación la realizamos como parte del servicio social de psicología en la Facultad de Estudios Superiores Iztacala (FES-I) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), bajo supervisión constante y de la mano de las compañeras de servicio. Una de las actividades económicas de la comunidad era la elaboración de artesanías como monederos, bolsas, muñecas y pulseras para venderlas por las calles de la ciudad.

Una artesanía es una pieza única que expresa aspectos sobre la cultura, y particularmente las artesanías de la comunidad, contienen elementos como muñecas con trajes tradicionales de las comunidades otomíes de Querétaro y diseños característicos de su cultura. Al conocer más acerca de las artesanías, la venta ambulante y al escuchar a la comunidad expresar la falta de ingresos por la pandemia, comenzamos a plantear, junto con los miembros de la comunidad, hacer un proyecto en que pudieran vender sus artesanías en línea, pues a partir de la pandemia por COVID-19, el comercio digital despegó y diversos negocios comenzaron a trascender a la venta en línea. Con apoyo de todas las psicólogas involucradas en el trabajo con la comunidad, se le propuso a unas jóvenes de la comunidad el proyecto como otra oportunidad de ingreso económico, partiendo del desarrollo de habilidades digitales y la creación de un espacio digital para la venta en línea.

Al comenzar a hacer este proyecto, nos enfrentamos con diversas dificultades, no solo por cómo hacer la investigación, sino porque dentro de un ámbito académico, pareciera que la Psicología sólo está en ciertos espacios y actividades; y algo que concluimos es que está en nuestra cotidianidad, está en cada persona, en las comunidades que habitan y construyen continuamente sus realidades.



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

En este trabajo queremos resaltar tres aspectos: a) mostrar una realidad que a veces nos negamos a ver, nos referimos a las comunidades indígenas residentes de la ciudad, b) las alternativas económicas que tienen que construir para la venta de sus artesanías y, c) el papel de la Psicología, al construir y participar con las comunidades en el cambio y desarrollo de oportunidades.

### **Marco referencial**

#### **Acceso y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en comunidades indígenas**

La tecnología ha sido un tema con muchas aristas de análisis por el impacto educativo, social, económico, político y cultural; así que para comenzar a hablar acerca del uso y del acceso de las TIC en comunidades indígenas, me parece necesario plantear primero qué son las TIC. Las TIC, de acuerdo con Area, Gutiérrez y Vidal (2012), “son herramientas tecnológicas para la elaboración, almacenamiento y difusión digitalizada de información; basadas en la utilización de redes de telecomunicación multimedia” (p. 11). Y de acuerdo con los autores, las tecnologías tienen las siguientes características:

- Permiten el acceso a una gran cantidad de información que puede ser accesible en cualquier lugar o momento con facilidad.
- La información es representada de forma multimedia, pues se integran distintos lenguajes de comunicación.
- El formato de organización y manipulación es hipertextual, los distintos segmentos de información están entrelazados.
- Permiten la publicación fácil y difusión de opiniones, ideas y trabajos por parte de cualquier persona (con ciertas reglas dependiendo el medio digital).
- Facilitan la comunicación con otros en tiempo real o diferido, lo que permite un intercambio. Aquí destacan las redes sociales.



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

Estas características, podrían tomarse como ventajas planteando que el acceso no es el mismo y que las personas las usan de distinta manera; las tecnologías producen oportunidades de desarrollo y de aprendizaje que son diferentes entre las poblaciones del mundo. Las comunidades indígenas han sido parte de la población del mundo que menos oportunidades de acceso a las tecnologías han tenido, así que además de las problemáticas de marginación y pobreza, en los últimos años se ha sumado la exclusión tecnológica y la brecha digital, que es aquella línea divisoria entre quienes tienen y no tienen la posibilidad de beneficiarse de las TIC. Y así como se requiere tener acceso a una red y a la información, la apropiación de ellas implica también la capacidad de poder usarlas de forma adecuada y autónoma para su propio beneficio (Tello, 2008 y Fernández, S/A).

Las comunidades indígenas, se asocian a un mundo cada vez más globalizado que ha impactado en sus prácticas sociales, que son aquellas participaciones y actividades diversas y situadas que están vinculadas en una estructura social (Dreier, 1999). Una de esas prácticas ha sido el uso de las TIC; pues a pesar de la brecha digital, muchos de ellos y ellas han defendido sus culturas y la libertad de expresión en el ciberespacio al participar en la gestión de la información y el acceso a ella como parte de una nueva generación de derechos humanos. Asimismo, han tenido la posibilidad de comunicarse entre comunidades o con organizaciones de apoyo, han construido espacios de aprendizaje y muchos están implicados en el comercio electrónico para ofrecer sus productos, lo que ha permitido tratar y conocer directamente a los consumidores, así como emplear estrategias en sus propios negocios (Sandoval, 2013 y Álamo, S/A ).

Particularmente las comunidades indígenas residentes de la Ciudad de México, migran a la ciudad por la falta de oportunidades de desarrollo y bienestar en su región, y al radicar en la ciudad han tenido el objetivo de sostener a la familia y de mejorar las condiciones de vida. Al incorporarse las comunidades a la ciudad, han movilizad sus prácticas sociales y culturales asignándoles también, un sentido político instrumental cuya finalidad ha sido



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

negociar el derecho a la ciudad, es decir; a la provisión de los servicios públicos urbanos (González, 2009; Aguado, 2017; Oehmichen, 2001 y Canuto, 2015). Hay que considerar que si sus derechos de tener una vivienda digna y servicios básicos como el agua y la luz muchas veces no son atendidos; las comunidades, pueden tener un difícil acceso a las TIC por las condiciones económicas, sociales y de vivienda. A pesar de estas problemáticas, algunas comunidades han logrado tener acceso y desarrollar prácticas relacionadas a éstas, lo que conlleva a que como investigadores comprendamos las implicaciones para las comunidades en torno a esto. Al elaborar un proyecto relacionado con las TIC, hay que reconocer el acceso, el discurso y las prácticas de la comunidad con respecto a las tecnologías, ya que al potencializar el desarrollo de habilidades debe resolver problemas significativos para ellos y ellas (Casillas, 2012 y García, 2006).

### **Habilidades digitales para la venta en línea de artesanías**

Parto de la idea, de que la venta implica un conjunto de diversas habilidades y conocimientos en áreas como las matemáticas, de comunicación, sociales y siguiendo esta idea, la venta en línea también involucra aquellas habilidades para el manejo de la tecnología, es decir, las habilidades digitales. Esto implica aprender cómo utilizarlas y beneficiarnos de ellas en diferentes contextos como la escuela, el trabajo, las relaciones sociales, el entretenimiento, etc.; y muchos de nosotros hemos aprendido y desarrollado habilidades digitales experimentando, reflexionando, observando o con el apoyo de alguien, a esto podemos conocerlo como alfabetización digital. De acuerdo con Ferrés (2013, citado en Matamala, 2018), la alfabetización digital es “el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes para resolver eficazmente problemas con herramientas digitales en contextos digitales, es un requisito indispensable para garantizar la autonomía personal de las nuevas generaciones, su desarrollo integral y su inclusión en sociedades democráticas” (p.13). Sin embargo; la alfabetización es un término que ha ido cambiando con el paso de



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

los años por el momento histórico y cultural de la humanidad, en un inicio se ha hablado de la escritura, de la lectura; pero en los últimos años se han planteado alfabetizaciones dirigidas a diversos aspectos de la tecnología como lo plantea Area, Gros y Marzal (2008):

- Alfabetización audiovisual: Las personas tienen la capacidad de analizar y producir textos visuales y ser críticos con lo que se ve.
- Alfabetización digital: El propósito de ésta es desarrollar habilidades para el uso de la informática en diversos medios digitales, centrándose en manejar el hardware y el software.
- Alfabetización informacional: Se pretende desarrollar habilidades y competencias para saber buscar información, seleccionarla, analizarla y reconstruirla.
- Multialfabetización: Por la cultura del tiempo actual, se pretende desarrollar de forma integral los distintos alfabetismos.

Los alfabetismos implican habilidades digitales que se construyen con y en nuestra práctica. La Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, 2018) dice que las habilidades digitales no sólo nos cualifican para trabajar en los sectores convencionales, sino que también permiten la incorporación a una participación en los sectores emergentes e incluso a emprender nuestros propios negocios. Se considera que las personas que cuentan con habilidades digitales más avanzadas, de acuerdo con una clasificación que desarrollo a continuación; pueden beneficiarse de una gama aún mayor de oportunidades derivadas del constante progreso de las tecnologías, plataformas y dispositivos digitales, lo que implica nuevamente que no basta únicamente el acceso, sino también saber cómo utilizarlas. El organismo considera que las habilidades digitales se pueden dividir en tres:

- Las habilidades básicas: son fundamentales para la ejecución de tareas básicas, éstas comprenden el hardware (por ejemplo, la utilización de un teclado y la explotación de la tecnología de las pantallas táctiles), el software (por ejemplo el procesamiento de textos y la gestión de la privacidad en los teléfonos móviles), y operaciones básicas en



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

línea (por ejemplo, el correo electrónico, las búsquedas y la cumplimentación de formularios en línea).

- Las habilidades intermedias: facilitan la incorporación inmediata al trabajo gracias a que comprenden las relacionadas con ejecutar funciones como la autoedición, el diseño gráfico digital y la mercadotecnia digital. Principalmente se trata de habilidades genéricas, lo que significa que su dominio prepara a las personas para una amplia gama de tareas digitales necesarias para desenvolverse como ciudadanos comprometidos y trabajadores productivos.
- Las habilidades avanzadas: son las que necesitan los especialistas en profesiones de las TIC tales como la programación de computadoras y la gestión de redes.

Las habilidades digitales para la venta en línea pueden abarcar desde habilidades básicas como manejar procedimientos básicos del dispositivo que estemos usando; intermedias al crear contenido y un espacio donde se compartan los productos de la venta, y habilidades avanzadas en donde las personas llevan su negocio a otro nivel utilizando programaciones. Cada persona y comunidad de venta, puede desarrollar diferentes habilidades por las necesidades de venta, los diferentes productos, los mismos procesos creativos y las condiciones en las que se construye el negocio.

### **Habilidades digitales para le venta de artesanías en redes sociales**

Algunos de los medios digitales en donde se ha desarrollado la venta en línea han sido las redes sociales. Estas tienen la ventaja de que se pueda acceder a través de computadoras o dispositivos móviles con internet y tienen la finalidad de que los usuarios se relacionen, comuniquen, compartan contenido y construyan comunidades; destacando que hay una dimensión audiovisual, pues se puede subir, descargar y compartir fotos, vídeos, música, juegos y contenidos (Ruiz y De Juanas, 2013). Situando el contexto histórico, la pandemia declarada en México por COVID-19 en Marzo de 2020 causó que algunas comunidades otomíes que residen en la Ciudad de México cambiaran





**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

sus prácticas de venta ambulante por las medidas sanitarias que se han tomado, viéndose afectados sus ingresos y siendo mínimamente apoyados por las autoridades; pues a pesar de que México es un país multicultural, la posición social de los indígenas ha estado determinada por diversos procesos históricos.

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), un fideicomiso público del Gobierno Federal que surge en respuesta a las necesidades de promover la actividad artesanal y a la generación de un mayor ingreso para los y las artesanas, invitó a diversos artesanos y artesanas a una mesa de diálogo en la que compartieron su experiencia de la venta en línea en redes sociales; para ellos el negocio de las artesanías además de ser la principal fuente de ingreso, es familiar, pues entre la comunidad se ha transmitido el hacer y el saber de cada artesanía.

Por la pandemia, hubo un impacto económico en sus ingresos, tuvieron que hacer cambios en sus materiales y comparten que tuvieron momentos de reflexión sobre qué harían con su negocio. Ellos comenzaron a construir una oportunidad de mercado, innovando, buscando los medios y aprovechando los saberes de cada uno de los miembros de su negocio para llevar su venta en línea en las redes. Los artesanos comparten que parte de la actividad que han hecho en redes sociales como Facebook e Instagram ha sido tomar fotos, realizar rifas, hacer promociones y dar a conocer su trabajo desde la elaboración, asimismo; han podido recibir comentarios de sus artesanías, tener mayores contactos y clientes y han recibido invitaciones a eventos. Los jóvenes son los que han tenido mayor participación en los espacios digitales para la venta por la experiencia que han ido desarrollando en sus prácticas cotidianas con las TIC, y a partir de esto es que les han enseñado a las personas adultas, apoyando a sus familias y comunidades (FONART, 2021).

Las TIC por el momento histórico actual, han ido formando parte del universo simbólico y de las diversas prácticas sociales cotidianas de diversos jóvenes al apropiarse de ellas para sus propias prácticas como estudiar, trabajar, relacionarse y entretenerse (Crovi, 2010 y Pérez, 2011). La apropiación



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

entonces, toma relevancia por ser el proceso por el cual un grupo construye una decisión sobre elementos culturales ajenos que pasan a ser propios cuando se incorporan a su propia cultura en función de intereses de la comunidad (Bonifil, 1998 en Del Valle, et al., 2014).

La apropiación tecnológica, que como su nombre lo dice, se relaciona con las tecnologías, implica un uso significativo de ellas, no es únicamente la utilización instrumental, sino también incorpora un discurso socio-tecnológico que abarca prácticas, significados, representaciones, valores e intereses de cada grupo social y particulares de la persona. Se ve mediada y significada por formas de socialización tecnológica en entornos prácticos, ésta representará para el grupo, si se acepta, posibilidades de incorporación al discurso y a sus propias prácticas, representaciones y valores (Toboso, 2014). Los jóvenes han aprendido a utilizar las redes sociales para compartir, expresar, conocer y explorar; en ellas suben fotos que pueden editar, descargan alguna imagen, personalizan su perfil y ven contenido que es de su interés. Se han apropiado de las TIC para diferentes aspectos de su cotidianidad como los jóvenes artesanos que están vendiendo en línea y que se han beneficiado al poder utilizarlas como una oportunidad para seguir sustentando económicamente a su comunidad.

Tomando en cuenta la teoría, la práctica y las necesidades de la comunidad con la cual se colaboró, el objetivo general de la investigación fue identificar las habilidades utilizadas en la venta ambulante y en la práctica cotidiana con las TIC para desarrollar habilidades de venta en línea de artesanías textiles en jóvenes de entre 15 a 20 años de una comunidad otomí residente de la Ciudad de México. Los objetivos específicos de la investigación fueron:

- Analizar los aprendizajes de los jóvenes de la comunidad sobre la venta ambulante aplicados a la venta en línea.
- Conocer el uso de las TIC en la vida cotidiana de los jóvenes de la comunidad.
- Conocer el uso de las TIC en los jóvenes de la comunidad para la venta en línea de artesanías textiles.



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

- Desenvolver habilidades digitais para a venda em linha de artesanias textiles em los jóvenes de la comunidad.
- Comprender las implicaciones personales que trae para los jóvenes de la comunidad el desarrollar habilidades digitales para la venta en línea de artesanias textiles.

### **Metodología**

El trabajo de investigación lo realizamos desde un enfoque cualitativo. La investigación cualitativa se constituye en un modo particular de acercarse a la realidad, para interpretarla, comprenderla y así, conocer el sentido de la acción de los actores; no parte de un objeto acotado, sino que procesa la construcción de un objeto (Tezanos, 2002 en Ramírez, 2011). Desde el enfoque cualitativo, utilizamos el método de investigación-acción, que comprende a la realidad como social y cambiante, y a través de éste, los mismos participantes en la práctica problematizan y reflexionan con la finalidad de mejorar en la práctica concreta (Martínez, 2004; Yuni y Urbano, 2005 y Suárez, S/A, en Colmenares y Piñero, 2008). El marco de referencia que es la Psicología sociocultural, permitió conocer e ir comprendiendo a la comunidad de una forma en la que podíamos estar implicadas, pues pudimos conversar en persona, por teléfono o por videollamadas, hablar acerca de nosotras y poco a poco implicarnos; esto del tal forma que también nos reconocíamos dentro de la investigación.

### **Participantes**

La comunidad con la que trabajamos es una comunidad otomí residente de la Ciudad de México, algunos de los miembros nacieron en un municipio de Querétaro y otros en la Ciudad de México. Las participantes de la investigación fueron cuatro mujeres y un hombre con una edad entre 15 y 20 años. Ellas tenían un celular, utilizaban redes sociales como WhatsApp y Facebook, y habían estado involucradas de diferentes formas con su comunidad en la elaboración de artesanias y en la venta ambulante. La participación en la venta ambulante comenzó en edades tempranas, acompañaban a sus madres o a su abuela para vender generalmente dulces y en otro turno acudían a la escuela.



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

El dinero que iban ganando era para llevar gastos familiares. A continuación, describo a cada una de las participantes, para este trabajo utilizo pseudónimos para guardar la confidencialidad de sus datos.

- **AB:** Era una joven de 16 años, ella hace artesanías como bolsas y monederos, aprendió a hacerlas con el apoyo de la mamá de su pareja y de su abuela, quien vivía también en el campamento. Ella comenzó a vender dulces desde que tenía cuatro años y en sus prácticas de venta, generalmente era acompañada por algún familiar o por su pareja, que es JS. Ella utilizaba WhatsApp para mandar mensajes de texto, mandar audios, y cambiar su foto de perfil, en Facebook subía fotografías, hacía videos en vivo y compartía publicaciones.
- **JS:** Era un joven de 20 años, él era pareja de AB y tenía algunos años viviendo en el campamento con la comunidad. Él comenzó a trabajar desde los 8 años en la venta ambulante, en una cocina, en una carpintería y de limpiaparabrisas; en el tiempo de la investigación elaboraba y vendía, por las calles de la ciudad, manzanas cubiertas con AB. JS también tenía dominio de funciones y aplicaciones en el celular, él jugaba videojuegos, veía películas, utilizaba Facebook para ver videos, hacía publicaciones y tuvo experiencia con la venta en línea porque su madre había comprado por plataformas como Mercado Libre y él en ocasiones veía este tipo de contenido en las redes sociales. Por otro lado, en WhatsApp observé que mandaba mensajes de texto, audios, cambiaba su foto de perfil y subía fotos editadas.
- **R:** Era una joven de 16 años, ella era hija de una de las artesanas de la comunidad, lo que la implicaba que dentro de las prácticas de la comunidad participara en una parte de la elaboración de artesanías, conociera cómo es el proceso y tuviera habilidades en la venta ambulante. Por otro lado, ella leía los mensajes que le llegaban a su mamá y había estado involucrada en apoyar a sus hermanas en la realización de tareas en la modalidad a distancia. También editaba fotografías, hacía videos, tenía Facebook y en él sabía hacer



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

publicaciones, publicar historias e imágenes, tenía una noción de las páginas de Facebook, y sabía que hay gente que vende cosas por internet (Ver Nota de campo 10, 11, 12).<sup>1</sup>

- L: Era una joven de 18 años, es hermana de R e hija de una artesana, lo que implicaba un mayor contacto en la elaboración de artesanías y la venta ambulante. Ella trabajaba de limpiaparabrisas y en la venta ambulante, vendía dulces o artesanías en las calles o en eventos públicos. El tiempo de uso del celular es poco y no constante, pero ella utiliza WhatsApp y Messenger de Facebook para comunicarse en forma de avisos con su familia y utiliza también Facebook para ver videos, así como publicaciones (Ver Nota de Campo 11, 12).
- S: Era una joven de 17 años, tenía una hija de 2 años y se dedicaba a la venta de dulces en Zona Rosa, siempre acompañada de su hija. Ella también elaboraba artesanías como monederos, bolsas y pulseras de estambre. S usaba frecuentemente el celular, principalmente para Facebook donde hacía publicaciones y subía fotos e historias, sin embargo; en el tiempo en el que yo estuve trabajando con ella, no tuvo celular en dos ocasiones por factores como que se le rompió. Es por eso que en un inicio no hablaba con ella, pero en las videollamadas donde la responsable académica iba, sí podíamos hablar, y fue hasta la segunda fase de la investigación que ella también formó parte del proyecto.

### **Escenario**

Como escenario, hablamos de un “campamento” en la Colonia Juárez, Ciudad de México, fue la comunidad misma quien nombró de tal forma este espacio donde vivían. Estaba hecho de lonas, tablas de madera, botes de agua y contaban con electricidad que tomaban de un poste de luz. Además, tenían un módem de internet, que fue dado por una maestra externa que apoyaba a las niñas de la comunidad en sus tareas escolares y en otros asuntos a las

---

<sup>1</sup> Se pueden solicitar más detalles de las notas de campo al correo electrónico



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

personas adultas. Ahí se situaban diversas prácticas cotidianas desde comer, la elaboración de artesanías y manzanas cubiertas para la venta, y la convivencia diaria; era un espacio donde hablaban de temas personales o comunitarios, llegaban a acuerdos, jugaban y se apoyaban en diferentes actividades.

### **Estrategias metodológicas**

A partir de una observación participante fuimos conociendo a la comunidad y problematizando aspectos hasta llegar al aspecto económico; esta observación de acuerdo con Encinas (1994) implica una interacción entre el investigador y los sujetos investigados y la reacción producida afecta el resultado de la información en un determinado sentido. En esta participación llevamos a cabo pláticas informales a través de llamadas telefónicas y videollamadas, las cuales permitieron conocerlos físicamente así como áreas del lugar donde vivían. Para las videollamadas, la responsable académica y otras psicólogas, eran quienes asistían, apoyaban para comunicarnos y conversaban para saber cómo se encontraba la comunidad y de qué forma seguirles apoyando. Sobre las pláticas informales, Devillard, Franzé y Pazos (2012), dicen que la conversación permite entablar el diálogo en los mismos registros de la vida social cotidiana, adecuándose a formas de conversar y a intercambiar situaciones ordinarias. A través de este intercambio del que hablan los autores, logramos conocer cómo eran sus días, identificar cambios en las conversaciones en diferentes días u horarios, ir reconociendo habilidades y conociendo su propia historia. Por otro lado, parte de los instrumentos que utilizamos fue el diario de campo para anotar detalles de nuestras conversaciones y después plasmarlas en notas de campo. Realicé 24 notas de campo abarcando detalles de la observación así como notas personales, teóricas y metodológicas para así tener fundamentado mi análisis.

### **Procedimiento**

Debido a la pandemia por COVID-19, en marzo de 2020 se declaró una cuarentena en México, la Universidad Nacional Autónoma de México, institución en la que se desarrollaba nuestra labor académica (formación



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

profesional y docencia), ajustó sus prácticas profesionales presenciales a distancia por lo que esta investigación se llevó a cabo a distancia contemplando solo un día presencial. Las fases de la investigación fueron las siguientes:

### *1. Conociendo a la comunidad (Septiembre 2020- Febrero 2021)*

Comenzamos realizando una indagación documental sobre las poblaciones indígenas para situar a la comunidad y en conjunto con las compañeras, elaboramos un video de presentación. Posteriormente, ya teniendo los contactos telefónicos de varios miembros de la comunidad, iniciamos con llamadas telefónicas para abarcar desde cómo estaban hasta problemáticas a las que se estaban enfrentando. Poco a poco las conversaciones se fueron dirigiendo a la alternativa económica para la venta de sus artesanías. Para comenzar propiamente con el proyecto, expusimos la propuesta a la comunidad, misma que fue aceptada.

### *2. ¿Qué hacen las jóvenes?, ¿Qué hago yo? (Febrero 2021- Marzo 2021)*

En un inicio, comenzamos a investigar en conversaciones cómo utilizan las TIC en su vida cotidiana, principalmente su celular y las redes sociales, al mismo tiempo; profundizamos en su trayectoria en la venta ambulante como el tiempo que llevaban vendiendo, a los cuántos años comenzaron, por qué comenzaron y en ese momento cuáles eran sus prácticas de venta así como lo que sabían de la venta en línea; estas conversaciones las desarrollo a partir de mi nota de campo 12. Al ya ir conociendo más sobre sus prácticas de la venta ambulante y con las TIC, se les planteó por las llamadas y en las videollamadas la opción de crear un espacio de Facebook en donde se pudiera vender, pues era una red social en común que teníamos. Asimismo, una de las jóvenes platicó (Ver Nota de Campo 12) que todos los jóvenes usaban la aplicación de PicsArt para la edición de fotos, así que la descargamos y comenzamos a explorar lo que se podía hacer en ella. Las pláticas fueron encaminándose a propuestas de acciones que podíamos tomar para la venta en línea como tomar fotografías,



## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

editarlas, mandarlas, platicar con los artesanos y concretar el nombre del espacio.

### *3. Camino hacia la creación de la página de Facebook (Marzo 2021- Abril 2021)*

Les planteamos acciones semanales a las jóvenes como tomar fotografías o videos. En esta fase, pudimos asistir las alumnas de servicio social al lugar donde residía la comunidad, ese día platicamos con ellas, y al incorporar al proyecto a toda la comunidad en conjunto es que creció el interés de las acciones para la venta y comenzaron a sacar sus artesanías para tomarles fotos y editar estas mismas. Se acordó hacer en ese momento la página de Facebook, ellas eligieron el nombre basado en su cultura, seleccionaron sus imágenes de su perfil y de su portada.

### *4. ¿Qué podemos publicar? (Abril 2021- Junio 2021)*

A partir de la creación de la página, comenzamos a hablar con los participantes para que ahora en la página se hicieran algunas acciones dirigidas a venta, como la publicación de las fotos de las artesanías, así como la gestión del proceso de venta. Por su misma forma de distribución del trabajo, comenzamos a trabajar en grupos para así manejar la venta en línea.

## **Resultados**

A través del proceso de investigación que detallamos anteriormente, fuimos construyendo los datos para el análisis, proceso que consistió en situar en todo momento los datos a partir de la utilidad, la lectura de teoría, identificación en la práctica y la vinculación con el proceso de investigación. Con esto, hemos organizado el análisis en ejes que permiten estructurar de forma amplia y ordenada los datos y que, a la vez, tienen sus correspondientes subcategorías que contemplan aspectos relevantes de los ejes de análisis:

## **Uso de las TIC en la vida cotidiana**





**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

Las jóvenes habían ya desarrollado habilidades y conocimientos en su práctica cotidiana, por lo que dentro de este eje; partimos de la idea que para desarrollar habilidades digitales, se tiene que tomar en cuenta lo que la persona ya hace y sabe, cada una de las participantes tenían participaciones particulares en las que se reflejan sus necesidades, gustos y motivaciones, que a la vez se relacionan con la comunidad. Este análisis no tiene el propósito de enlistar qué habilidades se necesitan desarrollar para la venta en línea, sino más bien, sitúa el mismo desarrollo de las jóvenes y describe que las habilidades son personalizadas.

- *La apropiación tecnológica como un proceso sociocultural de la comunidad*

Dentro del mundo tecnológico en el que vivimos, el acceso a las tecnologías no es igual para todos. La comunidad otomí, a pesar de la situación de calle en la que vivía, los pocos ingresos económicos y la discriminación a la que se han enfrentado al residir en la Ciudad de México, en su derecho y por su esfuerzo han logrado ser parte de aquellos que han incorporado las tecnologías a sus prácticas cotidianas. Las jóvenes de la comunidad en su vida cotidiana, han desarrollado diversas habilidades digitales en la pluralidad de participaciones en distintos contextos sociales como su familia, su comunidad, sus amigos y el trabajo; los cuales a la vez están interrelacionados. Hablando ahora acerca de aplicaciones que ellos habían aprendido a usar de forma cotidiana y que se tomaron para la venta en línea, fue una aplicación para editar fotos. A partir de las observaciones que fuimos haciendo, nos dimos cuenta que editaban las fotografías que subían a sus redes sociales, estas ediciones consistían en distorsionar el fondo, filtros, modificación de los colores de las imágenes, entre otras cosas. Habíamos observado esto, sin embargo; quisiera citar la Nota de Campo 18 en la cual, aquellas habilidades que ya habían desarrollado para el uso de la aplicación, comienzan a utilizarlas para darle un diseño a las fotografías de artesanías. Este proceso no implicó que les enseñáramos a cómo usar la aplicación o que les dijéramos qué debía de llevar, más bien se



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

apropriaron de ellas, utilizando aquello que ya sabían para construir un contenido creativo para la venta:

*Yo me acerqué con AB, le dije que con las fotos que tengo si me enseñaba a hacer la edición como ella la estaba haciendo, me dijo que sí. Abrí la aplicación, seleccioné una foto y le comenté que estaba al revés, le pregunté cómo podía ponerla derecha, tomó mi celular y pulsó una función que se llama Herramientas, empezó a ver cada una de las opciones que tenía esa herramienta, me dijo que era en "Girar", le pulsó y había cuatro opciones, ella puso primero Vertical y la quitó, posteriormente, horizontal y la quitó, puso Derecha y me dijo que ahí era, le dio en Aplicar y la imagen se volteó. Me dijo que después se le pone el efecto, pasó por varias opciones y puso la opción de borroso, la seleccionó y toda la imagen se puso borrosa, ella pulsó un borrador que venía y fue pasando su dedo índice por las zonas que quería que no se le pusiera lo borroso. Me mostró la función de Ajuste, con ella aparecían dos rectángulos, uno arriba y otro abajo en la foto, esto hacía que se volviera en forma de cuadrado, ella eligió el color negro.*

Fue a partir de estas prácticas que ya tenía, que al hacer una publicación desde el espacio de venta, encontraban relación por ser un proceso parecido al que ya hacían, lo que cambió entonces fue la parte comunicativa al estar enfocada a una intención clara, vender.

- *Habilidades de acceso digital a la venta ambulante*

La venta ambulante para la comunidad, ha sido una práctica de trabajo de las primeras tres generaciones, esto ha implicado que a partir de la posición de las relaciones entre ellos y ellas, las jóvenes tenían oportunidad de participar en ella desde una edad temprana. Con esto, desarrollaron otras habilidades, que implicaron responsabilidades y modos específicos en los que cada uno participaba. Como planteamos desde un inicio, la venta se conforma de



## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

diversas habilidades y conocimientos, es una actividad que hacían día a día y que, dependiendo de su participación, se implicaron desde la elaboración hasta el contacto directo con el comprador, desarrollando entonces habilidades matemáticas, habilidades comunicativas para hablar acerca de la mercancía, habilidades para hacer estrategias de ventas, entre otras. Estas que se utilizan en la venta ambulante, también forman parte de la venta en línea, pero en una distinta modalidad. Hablando particularmente de la venta de artesanías, en la Nota de campo 13, R platica acerca de la venta de las muñecas, particularmente ella habla acerca de lo que implica la elaboración y con esto los precios, pues era quien apoyaba a su mamá a la venta de las muñecas que realizaba. Este tipo de información es muy importante porque implica conocer el producto y el proceso, y algo interesante es que problematiza una situación en la que muchas veces las artesanías son mal pagadas porque el comprador no reconoce el proceso.

*Fragmento de mi Nota de Campo 13:*

*Ella me dijo que cuando vendían artesanías, los precios eran por el tamaño y que a veces les preguntaban por qué dejaban las cosas más caras, ella explicaba que por el material es diferente, que se debe de bordar y que por ejemplo la muñeca se hace toda a mano, le pregunté que si todo lo hacían todo a mano, me dijo que sí y que se cobra todo eso, y pues se tarda mucho en hacerlas, en rellenarlas y que también por ejemplo hacía llaveritos; pero las muñecas llevan su boca, su nariz, sus brazos y cabeza hay que rellenarlos, y también su peinado hay que cuidarlo mucho.*

En la misma relación que ellos fueron haciendo de utilizar aquellas habilidades digitales de su cotidianidad y sus habilidades de venta ambulante, fue que ellas poco a poco comenzaron a gestionar su negocio de manera que tomaban fotografías con una distribución en la que se pudieran ver bien y se dividieran por precios, editaban fotografías dando especificaciones como el precio y el



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

tamaño, para las publicaciones adjuntaban las imágenes que ya tenían preparadas y estructuraban un mensaje en el que incluían parte de lo que decían en la venta ambulante como: “Se venden monederos”, y elementos como que podían elegir el color y la figura que quisieran, publicando mensajes como: “ Se vende cubre bocas, el color y se puede hacer de diferentes figuras como lo ves aquí Pregunta por el que guste y le damos precio”.

### **Requisitos para el desarrollo de habilidades digitales para la venta en línea**

Ya planteado el eje de análisis anterior en el que se rescató el valor de la cotidianidad de las jóvenes, dentro de este eje describo algunas de las implicaciones de desarrollar habilidades digitales para las jóvenes de la comunidad otomí. Hundeide (2005) dentro de su modelo, postula que para el desarrollo de habilidades hay elementos importantes como una oportunidad relevante y congruente con sus propias aspiraciones, una autodefinición donde se vuelven relevantes ciertas habilidades y habilidades de acceso y el apoyo social, que él refiere a un tutor que pueda mediar e inspirarles. Aquí nos centraremos en la autodefinición y en el apoyo social.

- *La autodefinición para el desarrollo de habilidades digitales para la venta en línea*

La autodefinición, representó para las jóvenes repensarse ellas mismas y su relación con la venta de forma distinta a lo habitual. En primer lugar, como vimos; las jóvenes ya tenían dominio de ciertos medios digitales, pero cada una tuvo sus propias reflexiones para ver la venta en línea como una oportunidad, para comenzar con un proceso distinto al de venta que ya estaban acostumbrados y para comenzar a incorporar la gestión de la venta en línea a sus prácticas cotidianas. Nos gustaría destacar que fue a partir de las mismas implicaciones personales de las participantes que también fuimos dirigiendo nuestras acciones del proyecto. El desarrollo de habilidades, fue un proceso en el que además de construir una apropiación tecnológica dirigida a la venta y



## REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X

que cada quien tuvo sus implicaciones; ellas comenzaron a querer compartir en el espacio parte de su cultura por ejemplo al nombrar la página “Artesanías Arlele de Santiaguito” y otro ejemplo que se encuentra en la Nota de Campo 18 cuando estaban comentando qué foto de portada de la página podían poner:

*S dijo que podía ser una foto de todas en donde tuvieran trajes otomíes, le dijimos que estaría muy bien, LZ y AB dijo que sí, comentó S que les avisáramos para tener listos los trajes, porque aparte AB no tiene y tendría que hacerse uno.*

A partir de lo anterior, podemos observar que cada joven tuvo su propio proceso para visibilizar la oportunidad de la venta en línea y aún más retador, comenzar a hacer acciones dirigidas hacia ella, este proceso también implicó para ellas confianza y una toma de decisiones en su negocio. En la siguiente categoría hablaremos acerca del apoyo social para el desarrollo de habilidades digitales entre la comunidad.

- *El apoyo social para el desarrollo de habilidades digitales*

Hundreide (2005) cuando habla del apoyo social hace referencia a un tutor o mediador. La razón por la cual lo recuperamos, es porque los participantes al formar parte de una comunidad, ya tenían prácticas juntos y en el proyecto construyeron un apoyo entre ellos para la elaboración de contenido para la página, apoyando también a los adultos a vender las artesanías. Es así que el apoyo además de ser una relación en la que las mismas jóvenes eran tutoras de otros, era también apoyar a vender artesanías de artesanas que tenían dificultades con las tecnologías.

### *Fragmento de mi Nota de Campo 18*

*S dijo que debíamos de poner el tamaño para que la gente supiera, yo le dije que estaba muy bien, que podíamos dividir las en grandes, pequeñas o como quisieran y así podía la gente saber de qué medida más o menos. Después escuché que S le decía a AB que solo pusiera un signo (en sentido de orientarla).*



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

El apoyo entre los participantes, era también definido por los lazos y las habilidades de cada quien, habilidades que ya eran de su cotidianidad pero que, en la práctica, entre ellos mismos las fueron encaminando a la venta en línea y así guiaron a los otros. Se puede reconocer que cada quien era experto en ciertas áreas, y al juntar la diversidad fue como se pudo construir un proceso particular de la comunidad en la venta en línea.

### **Discusión**

Como se puede ver, las jóvenes han sido quienes han desarrollado prácticas relacionadas a las TIC, y son quienes apoyaban a las niñas de su comunidad para la realización de tareas o a las personas adultas para procedimientos que implican el uso del celular. Ellas han desarrollado una alfabetización en la que no solo ha bastado el acceso, sino también la capacidad de poder usarlas de forma adecuada y autónoma para su propio beneficio, así como lo menciona Fernández (S/N). Las condiciones en que desarrollaron un proceso de apropiación tecnológica fueron particulares de la comunidad y de cada miembro, como menciona Toboso (2014), la apropiación tecnológica incorpora un discurso socio-tecnológico que abarca prácticas, significados, representaciones, valores e intereses de cada grupo social y particulares de la persona. En este sentido, hablar acerca de la clasificación de habilidades digitales en niveles como lo realiza (ITU, 2018), puede llegar a encasillar acciones y despersonalizar las mismas, pues no todos las utilizan de una misma manera, con un mismo fin y cada quien tiene su propio proceso creativo para apropiarse de ellas. Aparte, se habla como si todos tuvieran las mismas condiciones para aprender a utilizarlas y para costear los requerimientos de tener un celular, internet o incluso el mismo servicio de luz y red.

Por otro lado, resaltamos el valor de la vida cotidiana, pues puede parecer simple cuando no reconocemos que nuestro desarrollo y aprendizaje están ligados a ella, de acuerdo con Dreier, (en Yoseff, 2011) la vida cotidiana



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

implica que coordinemos obligaciones, relaciones y actividades con participantes en diversos contextos sociales y momentos, que están sujetos a arreglos sociales que establecen un ordenamiento de cuándo podemos o debemos participar. En este sentido, los aprendizajes no solamente se dan en la escuela, aprendemos día a día en cada uno de nuestros contextos; y las jóvenes han sido el claro ejemplo de que con lo que somos podemos crear grandes cosas, hasta gestionar un negocio de artesanías en línea.

La idea de vender en línea se fue construyendo como una oportunidad diferente de vender para dar a conocer sus artesanías y obtener ingresos extras, algunas en un inicio estuvieron convencidas, pero conforme fue avanzando el proceso, comenzaron a surgir diferentes aspectos personales de cada quien por los cuales mencionaron que no podían. Cada joven tuvo su propio proceso para visibilizar la oportunidad de la venta en línea y aún más retador, comenzar a hacer acciones dirigidas hacia ella. En un mundo en el que las comunidades indígenas se les ha dicho qué hacer, qué no hacer e incluso hasta dónde pueden llegar; este proceso también implicó replantearse, confiar en ellas y poner en cuestionamiento sus habilidades y lo que pueden lograr. En este sentido, la gestión comunitaria da cuenta que hay que ver a las personas de manera integral y sin imposición y al desarrollar un proyecto tecnológico, como lo menciona Casillas (2012) y García (2006), debe de construirse un aprendizaje que pueda ser usado para resolver los problemas significativos para ellos.

Sobre el trabajo desde la gestión comunitaria, para la comunidad comenzamos siendo desconocidas, pues al hablar únicamente por llamadas, en un inicio no sabían quiénes éramos y al hablar por videollamada nos veían, pero no nos reconocían, así que fue un proceso paciente y comprensivo para que poco a poco nos fueran tomando confianza para dejarnos conocer de sus vidas y también ellos y ellas de las nuestras. En este sentido, de acuerdo con Ito y Vargas (2005), el investigador entra en contacto directo con las personas; así que es necesario cubrir aspectos como el conocimiento teórico para interpretar, la capacidad de observación y habilidades para la interacción. En



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

un principio, la guía que se estaba llevando parecía escolarizada, en el que yo, investigadora sabía que ellas tenían dominio de las TIC, pero quería verlo en acciones o como si tuvieran que estar cumpliendo con tareas, es así que la responsable académica planteó que hay formas de andamiaje e hizo hincapié en que ellos han aprendido observando y en conjunto. Esto permitió centrarnos en el proceso y entrar a una nueva fase del proyecto. Cuestioné constantemente nuestra posición y la manera en la que conversaba y proponía las acciones que podíamos hacer, de aquí que rescatamos dos puntos en el proceso de investigación: a) reconocermé por quien soy y a partir de esto relacionarme con la comunidad, lo cual implicó tener una postura en la que podíamos trabajar en aspectos del proyecto, pero también hablar acerca de nosotras y así aprender unas de otras, tratando de construir relaciones lo más horizontales posibles Y, b) posicionarnos como guías y acompañantes.

La comunidad al ser personas con una historia que los ha orillado a una posición en la que muchas veces se le dice qué hacer o que su decisión no es válida; fue importante reconocerles y que reconocieran el valor e impacto de sus decisiones, acciones y trabajo.

### **Conclusiones**

El objetivo de la investigación fue identificar las habilidades utilizadas en la venta ambulante y en la práctica cotidiana con las TIC para desarrollar habilidades de venta en línea de artesanías textiles; las fuentes bibliográficas no comentan mucho acerca de las habilidades digitales para la venta en línea, son procesos que hasta ahorita han estado separados, pero a partir de la investigación, es que damos cuenta que las habilidades digitales a desarrollar son personalizadas, y es justo la diversidad de los participantes lo que lo vuelve un proceso creativo. A partir de la misma; logramos analizar sus aprendizajes de la venta ambulante y conocer también el uso de las TIC en la vida cotidiana de las jóvenes, para así guiarlas a desarrollar habilidades digitales para la venta en línea.





**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

En este proceso fue como también comprendimos sus implicaciones personales y el uso de las TIC en la venta en línea. La parte metodológica fue la más ardua de la investigación, a partir de las implicaciones personales de cada participante y propias, fue que comenzamos a reflexionar, redirigir y corregir; en el procedimiento detallamos las cuatro fases que implicó la investigación. La investigación-acción en este proyecto, permitió que, a partir de las necesidades de la comunidad, ellos, ellas y nosotras construyéramos un proyecto que tuviera una razón social y personal, y todo este proceso que ellos tuvieron, lo consideramos de gran impacto social por ser un espacio de voz y de fuente de ingresos para la comunidad. Además, fue un proceso donde nos enfrentamos a retos personales de hacer algo diferente a lo conocido en la academia, al menos desde Psicología, así como a empaparnos de temas administrativos, históricos y sociales

Las artesanías por mucho tiempo han sido reconocidas o desfavorecidas por terceros, que se ve reflejado en la falta de oportunidad de venta que tienen los artesanos que venden de forma ambulante, por lo que la venta en línea, permite que las artesanías puedan llegar a diversas partes del mundo, y que las comunidades tengan una alternativa laboral para tener otros ingresos.

Las futuras investigaciones sobre habilidades digitales, tendrían que contemplar la distribución del trabajo en los espacios digitales entre los participantes, para que la comunidad o grupo llegue a acuerdos y reglas del uso. Hoy en día, las jóvenes continúan con la venta en línea de manera intermitente y esporádica; no obstante, las condiciones para la comunidad han estado cambiando, pareciera que poco a poco se quiere acabar con las comunidades indígenas y permite preguntarnos qué estamos haciendo para apoyarles. Es por eso que también invitamos a que participemos en proyectos de gestión comunitaria con una causa social, siendo cuidadosos con las metas culturales de cada grupo o comunidad.

### **Referencias**

Aguado, J. (2017). Análisis etnológico de la proxemia de un grupo otomí migrante a la Ciudad de México. *Alteridades*. 27 (53), 83-94.



**UFAM**

## **REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

Area, M., Gutiérrez A. y Vidal F. (2012). La alfabetización en la sociedad digital. Alfabetización digital y competencias informacionales. Fundación Telefónica: España.

Casillas, M. (2012). Retos de la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación en las comunidades indígenas de México. *Revista Científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*. 12 (1), 16- 37.

Crovi, D. (2011). Jóvenes, migraciones digitales y brecha tecnológica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. 119- 133.

Dreier, O. (1999). Trayectorias personales de participación a través de contextos de Práctica social en Psicología y Ciencia Social. Psicología cultural. *Revista de la UNAM CAMPUS IZTACALA y del Colegio de Académicos de Psicología*. 3(1).

Dreier, O. (2016). Personalidad y conducción de la vida cotidiana (Yoseff, J., Trad). *Revista Digital Internacional de Psicología y Ciencia Social*. 2 (2), 256-271.

Fernández, A. (S/A). Empoderamiento de comunidades indígenas a través de la alfabetización

informativa. Universidad Nacional Autónoma de México.

FONART, Artesanías Mexicanas. (23 de marzo de 2021). Mesa de diálogo Artesanía y nuevas

tecnologías [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 23 de marzo de 2021 de

[https://fb.watch/4INyX\\_Xhyb/](https://fb.watch/4INyX_Xhyb/).

García, M. (2006). La tecnología en las comunidades indígenas. Congreso Iberoamericano de

Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación.

González, F. (2009). Los pueblos rurales de tradición otomí en la zona metropolitana del Valle de México. *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia*. 23 (40), 79-101.

Hundreide, K. (2005). Sociocultural Tracks of Development, Opportunity Situations and Access Skills. *Culture & Psychology*. 11 (2). 241-261.

Ito, S. M. E. y Vargas, N. B. (2005). Investigación cualitativa para psicólogos. De la idea al reporte. México: UNAM-Porrúa.

ITU. (2018). Portada de Conjunto de herramientas para las habilidades digitales. En Portada de Conjunto de herramientas para las habilidades digitales.

Matamala, C. (2018). Desarrollo de alfabetización digital: ¿Cuáles son las estrategias de los



**UFAM**

**REH- REVISTA EDUCAÇÃO E HUMANIDADES - ISSN 2675-410X**

profesores para enseñar habilidades de información?. *Perfiles Educativos*. 40 (162), 68-

85.

Oehmichen, C. (2001). Espacio urbano y segregación étnica en la Ciudad de México. *Papeles de Población*. 28, 181-197.

Pérez, C. G. (2012). ¿Qué es el desarrollo psicológico? Una propuesta desde una perspectiva

sociocultural. En Pérez, C. G. y Yoseff, B. J. J. (compiladores), *El desarrollo psicológico desde un enfoque sociocultural*. México: Iztacala UNAM.

Pérez, M. (2011). Retos para la investigación de los jóvenes indígenas. *Alteridades*. 21(42), p.65-75.

Ruiz, M. y De- Juanas, A. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre educación*. 25, 95-113.

Sandoval, E. (2013). Los indígenas en el ciberespacio. *Agricultura, sociedad y desarrollo*. 10(2) 235-256.

Toboso, M. (2014). Perspectiva axiológica en la apropiación social de tecnologías. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*. 9 (25), 33-51.

**Recibido: 26/06/2023**

**Aceito: 26/07/2023**

**Publicado:**

**07/08/2023**

Sobre las autoras

**Nicole Carolina Guadalupe Pérez Rojas.**

Psicóloga en proceso de titulación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Estudios Superiores Iztacala. Correo electrónico: nicolecarolinaperezrojas@gmail.com

**Elisa Paulina Romero Mancilla.**

Licenciada en Psicología y Maestra en Psicología escolar por la Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Estudios Superiores Iztacala, docente en la carrera de Psicología UNAM Campus Iztacala. Correo electrónico: elisa.romero@iztacala.unam.mx