

# **La imagen estereotipada de México. Perspectivas internas y externas**

**Zuzana Erdösová**  
*Coordinadora*



Universidad Autónoma  
del Estado de México



La imagen estereotipada de México. Perspectivas internas y externas

DIRECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS  
*Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México*

Dr. en Ed. Alfredo Barrera Baca  
*Rector*

Dr. en A. José Edgar Miranda Ortiz  
*Secretario de Difusión Cultural*

M. en A. Jorge E. Robles Álvarez  
*Director de Publicaciones Universitarias*

# LA IMAGEN ESTEREOTIPADA DE MÉXICO. PERSPECTIVAS INTERNAS Y EXTERNAS

Zuzana Erdösová  
(Coordinadora)



**Universidad Autónoma del Estado de México**

*“2018, Año del 190 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de México”*

Primera edición, diciembre 2018

*La imagen estereotipada de México. Perspectivas internas y externas*

Zuzana Erdösová (Coordinadora)

Universidad Autónoma del Estado de México

Av. Instituto Literario 100 Ote.

Toluca, Estado de México

C.P. 50000

Tel: (52) 722 277 38 35 y 36

<http://www.uaemex.mx>



Esta obra está sujeta a una licencia *Creative Commons* Atribución 4.0 Internacional. Puede ser utilizada con fines educativos, informativos o culturales siempre que se cite la fuente. Disponible para su descarga en acceso abierto en: <http://ri.uaemex.mx>

Citación:

Erdösová, Zuzana (2018), *La imagen estereotipada de México. Perspectivas internas y externas*, México, Universidad Autónoma del Estado de México.

ISBN: 978-607-422-991-2

Impreso y hecho en México

*Printed and made in Mexico*

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
<i>Sabine Pfleger</i>	
PERSPECTIVAS INTERNAS	23
Estereotipos y autoimagen en las actitudes hacia los extranjeros en México entre estudiantes universitarios de lenguas	25
<i>Pauline Moore</i>	
¿Chingados o chingones? Un estudio de caso sobre la construcción de estereotipos de mexicanidad en Facebook	59
<i>Sabine Pfleger, Betsy Fabiola Castillo Ríos</i>	
El otro México. Estereotipos sobre el México indígena	91
<i>Virna Velázquez Vilchis, Roland Terborg</i>	
La creación del estereotipo desde los círculos del poder. El caso del Estado de México	111
<i>Edgar Samuel Morales Sales</i>	
El investigador educativo mexicano. Imágenes sociales y prácticas profesionales estereotipadas	129
<i>Ma. Dolores García Perea</i>	

Los estereotipos y referencias culturales como base para el desarrollo de personajes e historias en una narrativa visual	153
<i>Indira Miranda González, Azucena Urbina Arias</i>	
PERSPECTIVAS EXTERNAS	175
Representación del estereotipo del mexicano en la obra <i>Amuleto</i> de Roberto Bolaño	177
<i>Guadalupe Isabel Carrillo Torea</i>	
La imagen de México entre los universitarios checos. Las transformaciones de un estereotipo nacional con base en la experiencia de contacto	193
<i>Zuzana Erdősová</i>	

## INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre los estereotipos tuvieron auge en los años noventa del siglo pasado. Ningún área social se salvaba del análisis pormenorizado sobre los estereotipos de género, etnia, actitudes de consumo o preferencias al contratar a personal o votar por políticos. En años recientes estos estudios han dado el “giro cognitivo” y se ha buscado ahora entender mejor cuál es su operación cognitiva y qué función cumplen dentro de las estructuras sociales vigentes.

Es indiscutible que los estereotipos son una parte intrínseca de la vida social, pero no siempre nos damos cuenta de su impacto en nuestra convivencia. Una de las narrativas más inteligentes que describe el impacto de los estereotipos sobre la construcción de la identidad y la alteridad es la que nos brinda Chimamanda Ngozi Adichie en su conferencia TED en 2009.<sup>1</sup>

Adichie, exitosa novelista nigeriana, había leído en su infancia libros casi exclusivamente de procedencia inglesa, poblados de personajes blancos. No había narrativas escritas en su lengua y sobre su cultura o historia nigeriana. La influencia de estas narrativas foráneas y sus personajes estereotipados fue muy poderosa en Adichie, pues formó en ella creencias importantes acerca de su propia identidad y la del otro, que, en consecuencia, la llevaron a iniciar su trayectoria de novelista escribiendo sobre personajes blancos, ojiazules, que comían manzanas en un clima lluvioso. Esos eran los mundos en los que ella se movía conceptual e identitariamente, pensando que ser blanco era lo bueno y lo deseable. Y peor, estas narrativas la dejaban simultáneamente con autoestereotipos negativos sobre su propia raza negra y sus entornos habitados en Nigeria, donde no crecen manzanos y nadie tiene ojos azules.

Este ejemplo enfático nos hace ver la influencia de los estereotipos en la comprensión del mundo simbólico (quiénes somos y quiénes son los demás). Los

---

<sup>1</sup> Chimamanda Ngozi Adichie, “The danger of a single story”, TED-Talk, julio 2009, [https://www.ted.com/talks/chimamanda\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story](https://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story).

estereotipos tienen la capacidad de marcar profundamente nuestras acciones e interacciones sociales, participar en la construcción de nuestras creencias y generar actitudes con valoraciones decisivas para la convivencia social. Adichie comenta este hecho en su conferencia diciendo que: “the single story creates stereotypes, and the problem with stereotypes is not that they are untrue, but that they are incomplete; they make one story become the only story” (TED, 2009).

Los estereotipos son siempre “una sola historia incompleta”, una parte de modelos mentales-conceptuales mucho más complejos. Son un modelo parcial que se basa en rasgos, características y cualidades simplificadas sobre otro grupo social (Bodenhausen y Lichtenstein, 1987; Bar-Tal, 1994). Pero estos procesos cognitivos de simplificar y generalizar no solamente juegan un papel esencial en nuestra comprensión de los fenómenos sociales de un mundo simbólico complejo (Pfleger, 2018; Abrams y Hogg, 1999), sino también satisfacen simultáneamente una necesidad emocional-corporeizada intrínseca para poder relacionarnos con los demás. Esto porque tenemos una mente social que se basa en representaciones y modelos mentales simplificados para interpretar relaciones sociales y así abarcar la complejidad social y simbólica que nos rodea (Kiverstein, 2017; Pfleger, 2018). Generamos constantemente modelos mentales que categorizan, ordenan y comprimen una multitud de rasgos, características y cualidades de identidad y alteridad en paquetes conceptuales menos complejos. Esto produce instanciaciones aparentemente simples y reductivas, por ejemplo: “los alemanes son fríos” (desde una categorización mexicana) o “los latinos son fogosos” (desde una estereotipación europea). La omnipresencia conceptual-simplificada para nuestras relaciones sociales genera no solamente creencias específicas, sino prejuicios como: “las mujeres son menos aptas para las matemáticas” o “los hombres carecen de sensibilidad”. En todos los casos mencionados se suprimen tanto los rasgos individuales como la complejidad contextualizada con la finalidad de interpretar con rapidez las acciones e interacciones sociales circundantes.

Categorizamos todo, todo el tiempo, y con preferencia categorizamos las relaciones de identidad y alteridad (Pfleger *et al.*, 2012). Esto implica realizar simultáneamente procesos de estereotipación o, dicho de otra manera, categorizar es también estereotipar. Lepore y Brown anotan al respecto que: “once the category node is activated, a given number of pathways to the set of stereotypic attributes will also become active” (1999: 142). Al estereotipar al otro le adjudicamos rasgos y cualidades reales, supuestas o manipuladas, produciendo esquemas y

sociales sobre etnia, naciones, profesiones, género o clase social que nos sirven de orientación heurística en un mundo complejo y difícil de aprehender en todas sus dimensiones y sutilezas. Cada nueva instanciación de una categoría detonará también su núcleo conceptual estereotipado, de tal suerte que un individuo o una instanciación discursiva se convierten en el representante arquetipo del estereotipo colectivo-social y representado individualmente vigente.

Veamos el siguiente ejemplo para comprender este proceso cognitivo: supongamos que conocemos, como mexicanos, a Heike, una alemana. Es inevitable que al saber su nacionalidad *no* se activen los estereotipos vigentes en la cultura nacional mexicana vinculados a los alemanes. La mente empieza a generar expectativas y configuraciones sobre Heike basadas en: rasgos perceptuales, como podría ser rubia, ojos azules, alta; pero más importante, configuraremos al individuo Heike como un arquetipo conceptual del estereotipo de la “alemanidad” con rasgos culturalmente vigentes: fría, ordenada y disciplinada. Estos rasgos estereotipados tendrán una prominencia categorial en el contacto inicial con ella, aunque haya otros estereotipos subordinados presentes. Así podrían manifestarse rasgos del modelo mental estereotipado de mujer o de rubia. Si bien, la prominencia del estereotipo “alemana” opaca y restringe la emergencia de otros rasgos, Heike podría correr también el riesgo de que no la creamos apta para resolver problemas matemáticos complejos (por mujer o por rubia). Y si en el transcurso del contacto inicial con ella nos enteramos de que, aparte de alemana es una matemática internacionalmente reconocida es muy probable que no cambiaría el estereotipo de que las mujeres no son aptas para las matemáticas debido a la supresión de la información individual, no-estereotipada; Heike sería simplemente una excepción al estereotipo colectivo vigente.

Estudios como los de Fiske y Pavelchak (1986) que exploran esta activación automática de estereotipos y la supresión de los rasgos diferenciados demuestran eso claramente. El juicio sobre un individuo se tiende a basar más en la categoría con el estereotipo establecido (alemán) que sobre la instanciación concreta (Heike o matemática famosa). Por eso llegan a la conclusión de que “una vez que los estereotipos son activados, empiezan a afectar el juicio y la conducta”<sup>2</sup> (Fiske y Pavelchak, 1986: 143). Eso no significa que estemos condenados a operar automáticamente bajo la

---

<sup>2</sup> La traducción es nuestra.

influencia del estereotipo. Dependiendo de la cantidad de información individual disponible en un contacto social podemos suprimir la activación de éste (Fiske y Pavelchak, 1986). Y si existen suficientes variaciones individuales se pueden endosar solamente partes de un estereotipo social o rechazarlo por completo.

Indistintamente del posible desacoplamiento entre una categoría general y su núcleo estereotipado específico, este último siempre es una percepción categorial simplificada y generalizada de personas y grupos sociales con fines de orientar la construcción identitaria (Tajfel, 1981; Abrams y Hogg, 1999; Haslam, 1999; Banaji, 1995; Bar-Tal, 1994; McGarty, 2002). El estereotipo, dentro del proceso de la categorización, funge como una herramienta de juicio heurístico *top-down* eliminando todo aquello que podría considerarse información no-estereotipada individual, *bottom-up* (Bodenhausen y Lichtenstein, 1987). La categorización *top-down* sirve para ahorrar recursos cognitivos en la interacción y facilitar el procesamiento de la información entrante. Algo que Greenwald y Banaji han acuñado como “cognición social automática y sin esfuerzo”<sup>3</sup> (1995: 7). Y si bien el proceso de la estereotipación brinda aparentemente esta facilidad de un acceso expedito a la interpretación de las relaciones sociales, esto solamente es válido para los miembros del endogrupo, los que sostienen colectivamente las creencias, los valores y las actitudes que se comparten en una comunidad de práctica. En este sentido, el estereotipo en sí no es simple, sino una estructura abstracta compactada cuya interpretación o “desempaquetamiento” requiere de un enorme conocimiento sociocultural. Es simple sólo a nivel de la superficie lingüística y es complejo a nivel de la estructura cognitiva profunda.

El estereotipo es una estructura cognitiva compleja, resultado de un proceso de mediación entre la instanciación discursiva y el contexto social donde éste ha surgido, frente al cual adquiere un sentido determinado (Pfleger, 2015). El estereotipo se muestra simple a nivel lingüístico-discursivo con frases hechas, giros y jerga o el uso de adjetivos polarizadores. Estas formas lingüísticas se nutren discursivamente de imágenes fijas, incluso fosilizadas, pero implican a nivel de la estructura cognitiva profunda una abstracción compleja sociocultural (Pfleger, 2015: 69). La fuerza de todo estereotipo radica en esa combinación de simple-complejo que produce una

---

<sup>3</sup> La traducción es nuestra.

aparente sencillez, un valor de reconocimiento alto y, a la vez, refiere a todo un universo de relaciones sociales complejas subyacentes (Perkins, 1997).

Los trabajos en los últimos años se han perfilado como pertenecientes a dos corrientes sobre la función del estereotipo dentro de las relaciones intra e intergrupales. Algunos estudios siguen a una corriente temprana de investigaciones sobre estereotipos, que inician con la idea que éste es siempre parte de un conflicto social entre grupos, y como tal es difícilmente superable, ya que invariablemente lleva a prejuicios sociales (Allport, 1954; Campbell, 1960; Sherif *et al.*, 1961). Hoy sabemos que no necesariamente tiene que haber un conflicto de fondo para la presencia o emergencia de estereotipos (Tajfel, 1981; Abrams y Hogg, 1999). El estereotipo siempre está presente en el proceso de la categorización cognitiva permitiendo crear límites y definiciones identitarias, tanto para los endogrupos como los exogrupos. En este sentido, la teoría de la identidad sostiene que la presencia de estereotipos se da de manera habituada, incluso sin un conflicto social presente (Tajfel, 1981). En este orden de ideas, se puede concluir que el estereotipo se relaciona, con mayor frecuencia, con una función ideológica en las relaciones sociales apoyando la justificación de un sistema particular de valores y creencias o el mantenimiento y la perpetuación de una determinada organización social o de estatus (Jost, 1994; Banaji, 1995, 1996; Bar-Tal, 1994; Perkins, 1997; van Dijk, 2003).

De acuerdo con Bar-Tal (1994: 24), cualquier fenómeno de estereotipación, dentro de una teoría de la identidad, tendrá que:

- a) reflejar el hecho de que un estereotipo particular es único para un grupo específico. Los grupos forman sus propios estereotipos con base en sus relaciones intergrupales específicas, su historia y condiciones político-sociales y económicas;
- b) explicitar el hecho de que dentro de cada grupo, los miembros difieren –al menos en alguna medida– en relación con el estereotipo sobre un exogrupo. Las experiencias personales únicas y las diferencias personales con respecto a diversas características, como personalidad, motivación, valores o habilidades cognitivas, causan la varianza individual de los estereotipos formados;
- c) presuponer que los individuos adquieren estereotipos a lo largo de sus vidas;
- d) describir el carácter cambiante de los estereotipos de los individuos y de los grupos.

Perkins (1997: 80) varía y actualiza estos rasgos y establece la siguiente lista. Un estereotipo, de acuerdo con ella,

- a) es un concepto de grupo: describe a éste y a sus cualidades de carácter;
- b) es compartido por el grupo: hay uniformidad en el contenido compartido, no puede haber estereotipos privados.
- c) refleja procesos inferiores de juicio: estereotipos bloquean la capacidad de juicios objetivos y analíticos complejos;
- d) los puntos *b* y *c* dan pie a la apariencia simple para velar la complejidad de la estructura conceptual subyacente;
- e) es siempre evaluativo, socialmente hablando;
- f) es un rasgo de la cognición social humana.

Si bien esta segunda lista parece más exhaustiva y detallada en cuanto a la naturaleza del estereotipo y su función social, no nos brinda una base suficiente para un análisis pormenorizado de su emergencia, de sus instanciaciones discursivas o de la probable función que cumple en el campo de las relaciones e interacciones determinadas en una comunidad de práctica.

Para poder analizar los estereotipos específicos, vigentes en una comunidad de práctica, es preciso entender que este modelo mental se forma y propaga en discursos específicos, dada la función eminentemente social de lenguaje (Chomsky y Fitch, 2002). En los discursos se manifiestan los modelos mentales sociocognitivos (Pflieger, 2015), porque el lenguaje es parte de una triada compleja que integra tanto los procesos cognitivos (lo mental), como la manifestación lingüística (lo discursivo) y lo que los usuarios del lenguaje generan con ello (lo social) (Pflieger, 2018). En la descripción de los estereotipos se triangula entre la cognición, el discurso y la sociedad (van Dijk, 1997), y se observan entre estos polos las emergencias de significación en la construcción de mundos simbólicos y los fenómenos específicos que de ahí emergen. O, en palabras de van Dijk, “el papel del discurso [es] la interrelación entre la cognición social y la interacción situada en los procesos de reproducción social”<sup>4</sup> (1990: 165). De ahí resulta que el análisis de estereotipos

---

<sup>4</sup> La traducción es nuestra.

incluya forzosamente una descripción de la complejidad interaccional de: a) los actores presentes en la interacción, b) el contexto social en el que se da la interacción y c) la interacción discursiva misma para poder describir en detalle las variables que llevan a la función sociodiscursiva y cognitiva del estereotipo, de otra manera se corre el riesgo de producir nuevos estereotipos o modelos conceptuales académicos simplificados del fenómeno sometido a estudio.

Cualquier unidad de análisis en la descripción de los estereotipos deberá tener un mínimo de dos constituyentes actores relevantes, su relación intrínseca y la(s) dinámica(s) de la interacción en este ensamble, por ejemplo las estructuras causales (van Dijk, 2009), la dinámica de fuerzas (Johnson-Laird, 1983; Talmy, 2000), los posicionamientos de sujeto (Davies y Harré, 2007), la emergencia de una cognición distribuida y la construcción de modelos mentales conjuntos (Barsalou, 2012; 2016) para poder describir su función ideológica.

Cada uno de los estudios sobre estereotipos reunidos en este volumen se centra en análisis de caso particulares para hacer un examen completo de los acontecimientos que tienen lugar en un marco geográfico a lo largo de un tiempo determinado, teniendo siempre el sujeto significador en el centro de la fenomenología (véase discusión en Pflieger, 2018).

La presencia del estereotipo depende, en gran medida, de factores sociales que caracterizan a los actores y el estatus que ocupan en la comunidad. Su perpetuación y éxito en la interacción se relacionan directamente con la posición social de los actores, su poder social, su cercanía o distancia. Frecuentemente no tenemos un solo actor identificable que produce estereotipos, sino tratamos con actores colectivos que los promueven en función de su ideología o identidad corporativa-colectiva, como instituciones u organizaciones sociales y culturales, grupos políticos y educativos. Pero indistintamente de si el actor es individual o colectivo, la emergencia del estereotipo dependerá siempre de los roles y las posiciones sociales de los actores, y llevará, en consecuencia, al fomento o a la inhibición de éste, la velocidad de su propagación social o su durabilidad en una comunidad de práctica.

El estereotipo se forma y perpetúa en interacciones concretas que pueden ser directas o indirectas, reportadas o narrativas-ficcionales. Bar-Tal (1994: 24) detalla una serie de tres variables de contexto que propician la emergencia de estereotipos:

- a) variables socioestructurales,
- b) mecanismos de transmisión y
- c) variables mediadoras.

Las primeras definen la contextualización de un intercambio discursivo en el que emergen los estereotipos y su variación de acuerdo con ideologías vigentes en un eje temporal-espacial determinado. Así, el estereotipo, al igual que la ideología, parece tener simultáneamente un contenido verídico y falso, porque se disfrazan las intenciones del grupo de estatus que los produce y se confirma la posición no privilegiada del grupo contra el cual se dirige el estereotipo. Las variables socioestructurales determinan, asimismo, las variaciones individuales. Algunos de los modelos mentales estereotipados pueden ser más colectivos y duraderos (etnia, nación o género), otros pueden ser más sutiles e implícitos (asociación de lo masculino con la ciencia y lo femenino con las artes). Por lo tanto, es necesario observar las relaciones intergrupales macro, la naturaleza explícita o implícita de los estereotipos compartidos o diferenciar entre distintos discursos colectivos de grupos para discernir la relación histórica entre estas personas y los probables antecedentes discursivos-experienciales que llevaron a la formación o al cambio del estereotipo. Es preciso, por tanto, enmarcar cualquier estudio sobre estereotipos en sus estructuras sociopolíticas y culturales amplias que tomen en cuenta las “normas vigentes de tolerancia, la cohesión social, la solidaridad, la polarización social, la apertura de la sociedad, las posibilidades de movilidad y la estructura jerárquica de los interlocutores” (Bar-Tal, 1994: 31), así como los intereses y las ideologías existentes.

Las variables de los mecanismos de transmisión son esenciales para difundir y socializar el estereotipo. Aquí cobra relevancia el eje del discurso específico que se somete a estudio. Cualquier análisis particularizado necesita describir la naturaleza, el corpus y el carácter de las instanciaciones discursivas, ya sean discursos políticos, educativos, culturales, mediáticos, de familia u otros, para conocer cómo funcionan los procesos de estereotipación y cómo estos estereotipos llevan a comportamientos actitudinales de los interactuantes. En el discurso, entendido como lenguaje en uso (van Dijk, 1990) podemos develar los procesos de la cognición social, de la construcción de la identidad y con ello, la formación de representaciones mentales como el estereotipo. Van Dijk detalla al respecto que: “socially situated cognitive

representations and processes at the same time have an important discourse dimension. Social representations are largely acquired, used and changed, through text and talk” (1990: 165).

Las variables mediadoras, según Bar-Tal, atienden todas las “variables personales mediadoras, tales como el conocimiento previo, valores, actitudes, personalidad, habilidades cognitivas y motivaciones” (1994: 26). La mayor crítica de Bar-Tal a este conjunto de variables establecidas es su aleatoriedad. Cualquier estudio de caso sobre estereotipos puede depender de un número de factores que son difíciles de resumir en un solo modelo rígido, debido a la complejidad del contexto social que los produce. La cantidad de instanciaciones, la intensidad de la transmisión y la frecuencia de los patrones lingüísticos repetitivos influyen de manera decisiva, tanto en la formación y la propagación como en la durabilidad de un estereotipo social.

Estamos frente a un fenómeno complejo de la interacción humana que requiere de la fijación de un *telos* descriptivo *a priori*. Necesitamos una sociocomplejidad *efectiva* (Ton, 2011) de la cual podemos inferir la diversidad sociolingüística emergente, en el caso presente, el estereotipo. Los estudios sobre los estereotipos requieren, por tanto, fijar metas descriptivas claras, como la generación de prejuicios basados en etnia, género o nacionalidad, o la descripción de los procesos de creación de identidades sociales, los efectos para las relaciones intra e intergrupales o la justificación de ideologías. Las metodologías, y con ello las variables relevantes, se ajustan al *telos* fenomenológico indistintamente si se trata de un estudio empírico-cuantitativo o experimental o de un estudio cualitativo de análisis crítico del discurso.

Este libro reúne trabajos que analizan los estereotipos presentes en el ámbito de México. Hasta la fecha contamos sobre todo con investigaciones recientes que se enfocan en el análisis de discurso o experimentales-cuantitativos sobre estereotipos de nación, etnia o de género (Pérez Montfort, 2004; Aguilar-Morales, 2011; Muñoz Serrano *et al.*, 2010). Estos temas son probablemente los más relevantes para una sociedad en la que las autoestereotipaciones frente al poderoso vecino americano o las heteroestereotipaciones sobre mujeres y miembros de la comunidad indígena afectan sustancialmente la convivencia social armónica. Son campos sociales que generan prejuicios duraderos y afirman ideologías racistas, sexuales o patriarcales. Pero México es un entorno geográfico y social de enorme complejidad y por ello también las estereotipaciones se dan en una gran variedad de contextos y subgrupos.

Siguiendo este orden de ideas, presentamos en este libro una serie de estudios que indagan ante todo en áreas y subgrupos mexicanos particulares para pintar un panorama polifacético en el que los diferentes fenómenos de estereotipos aquí tratados reflejan la complejidad de una sociedad que sufre cambios sociales importantes.

Pauline Moore desarrolla un estudio sobre los estereotipos que prevalecen entre los estudiantes universitarios de lenguas de una universidad pública hacia los extranjeros y migrantes en México. Con el aumento de la presencia de extranjeros y migrantes en el país han incrementado también las oportunidades para posicionarse frente al otro y con el otro, especialmente para aquellos que estudian lenguas y buscan el contacto con el extranjero. Los sujetos del estudio de Moore son alumnos de una universidad pública de Toluca, una ciudad mediana de corte conservadora e industrial y que en sí no es un destino turístico significativo en México. Los resultados obtenidos en las encuestas apuntan a que los jóvenes mexicanos tienden a evadir las estereotipaciones clásicas hacia el extranjero. Ellos expresan la necesidad de tratar a las personas de manera individual sin formular prejuicios y se autocaracterizan como mexicanos tolerantes y generosos con los migrantes, lo cual podría apuntar a la hipótesis que los estudios de lenguas fomentan una imagen más diferenciada hacia el otro.

La contribución de Sabine Pflieger y Fabiola Castillo explora las construcciones de identidad ‘líquidas’ en Facebook con el fin de determinar cómo estos nuevos foros sociales nos pueden abrir una ventana de oportunidad para estudiar construcciones identitarias sociales y lingüísticas en movimiento. Someten a estudio 3 000 entradas de Facebook sobre noticias actuales para ver si el mexicano moderno se sigue percibiendo de acuerdo con la mitificación histórica estereotipada de su identidad colectiva, que se configura en una dinámica de fuerzas de oposición entre dos polos estereotipados que, por un lado, concentran rasgos deseables del mexicano y, por el otro, exhiben características indeseables conocidas en la *vox populi* como “chingón” y “chingado”. La investigación busca averiguar qué tanto esta construcción identitaria mitológica crea un panorama generalizado de unión (solidaridad) o disgregación (soledad) para los mexicanos, y si de ahí emerge un espíritu de mexicanidad actualizado.

Virna Velázquez y Roland Terborg reflexionan sobre la forma en que los periódicos de circulación nacional y estatal refieren a los indígenas, así como los discursos estereotipados que, de cierta forma, contribuyen a dicha separación social. Observan que si bien la mayoría de los periódicos de circulación nacional en México se interesan en hablar de la población indígena, el análisis pormenorizado denota que el tipo

de información que publican sobre este grupo de personas contribuye en ocasiones a reafirmar los estereotipos negativos y en consecuencia potencian el conflicto de intereses entre los endo y los exogrupos.

Samuel Morales estudia el estereotipo de *lo mexiquense* y de *los mexiquenses*, y con ello la construcción de una identidad regional y estatal dentro de un panorama identitario nacional. Analiza este constructo desde diferentes perspectivas para determinar cómo se piensa y se define a los habitantes del Estado de México. Para ello utiliza múltiples fuentes documentales, en un recorrido histórico amplio en el que concluye que el estereotipo *mexiquense* beneficia a las oligarquías y a los grupos sociales y políticos dominantes. Afirma que las estereotipaciones de identidades colectivas regionales y estatales sirven para los propósitos e intereses de pocos.

En el capítulo de María Dolores García Perea se analizan las imágenes sociales del investigador educativo mexicano, creadas a finales del siglo XX e inicios del XXI a partir de la propuesta de Bar-Tal en el modelo integrado para explicar la formación y el cambio del contenido, la intensidad y el alcance de los estereotipos nacionales y étnicos. En su trabajo, García Perea valora las correspondencias entre las imágenes sociales y las prácticas profesionales del investigador educativo mexicano a partir de variables estructurales como variables socioestructurales, transmisoras y personales mediadoras. Ella encuentra que los estereotipos construidos sobre la imagen social de su objeto de estudio han sido creados a partir de una variedad de factores desde relaciones intergrupales, sociales y políticas, además de transmitirse y reproducirse por la tradición y la fuerza de la costumbre, representando así las prácticas profesionales a desarrollar por este actor educativo, aunque éste no siempre sea consciente de tal asignación.

Los estereotipos y referencias culturales como base para el desarrollo de personajes e historias en una narrativa visual son el tema al que se dedican Indira Miranda González y Azucena Urbina Arias. Presentan en su capítulo el desarrollo de personajes para una novela gráfica, creada por dos artistas mexicanas que mezclan distintas culturas: mexicana, japonesa, gitana romaní, africana, coreana, europea e hindú; de esta manera convergen en el desarrollo de una sociedad mágico-religiosa ficticia, y observan ahí cómo, dentro de la industria del entretenimiento, los estereotipos de personajes ficticios son exagerados o negados como parte de la trama para controlar hasta cierto punto las percepciones de la audiencia respecto a un grupo o persona en específico.

Guadalupe Carrillo discute en su trabajo la representación del estereotipo del mexicano en la obra *Amuleto*, de Roberto Bolaño. Encuentra que ésta promueve los estereotipos clásicos que datan de los años sesenta, y que se construyen a lo largo de usos y costumbres, de tipologías del mexicano, su forma de hablar o aspectos de la vida cotidiana dentro de la cartografía particular de la Ciudad de México. Carrillo argumenta que cada categoría de estas estereotipaciones siguen parcialmente vigentes, pero los compara también con un gran número de otros trabajos de expresión artística como la literatura, la televisión, las historietas e incluso las canciones que según ella dan cuenta hoy de un sinnúmero de modos de proceder y vivir la experiencia nacional de ser mexicano.

Zuzana Erdösová explora en su contribución sobre las estereotipaciones de la imagen de México entre los universitarios checos, y si éstas se modifican en cuanto existe un contacto entre los dos grupos. Erdösova logra establecer que el contacto directo con el exogrupo revela una transición desde el estereotipo socialmente compartido hacia la narrativa subjetiva, evidenciando la importancia de la experiencia personal para la superación de estereotipos arraigados colectivamente. Este resultado precisa el comportamiento de los estereotipos nacionales, lo cual puede llevar al diseño de nuevas estrategias interculturales a nivel de naciones.

SABINE PFLEGER

## REFERENCIAS

- Abrams, D. y Hogg, M. (1999) (eds.). *Social identity and social cognition*. Oxford: Blackwell.
- Aguilar-Morales, J .E. (2011). *Prejuicios, estereotipos y discriminación*. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Banaji, M.R. y Hardin, C. (1996). Automatic stereotyping. *Psychological Science*, 7, pp. 136-141.
- Barsalou, L.W. (2016). Situated conceptualization: Theory and applications. En Y. Coello & M. H. Fischer (eds.), *Foundations of embodied cognition*, Volume 1: Perceptual and emotional embodiment. East Sussex, UK: Psychology Press, pp. 11-37
- Barsalou, L. W. (2012). The human conceptual system. En M. Spivey, K. McRae & M. Joanisse (Eds.), *The Cambridge Handbook of Psycholinguistics* (pp. 239-258) New York: Cambridge University Press.

- Bar-Tal, D. (1997). Formation and Change of Ethnic and National Stereotypes: An Integrative Model. *International Journal of Intercultural Relations*, 21, 4, pp.491-523.
- Bodenhausen, G. y Lichtenstein, M. (1987). Social stereotypes and information-processing strategies: The impact of task complexity, *Journal of Personality and Social Cognition*, 52, 5, pp. 871-880.
- Campbell, D.T. (1960). Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes. *Psychological Review*, 67, pp. 380-400.
- Chomsky, N. y Fitch, T. (2002). The Faculty of Language: What Is It, Who Has It, and How Did It Evolve? *Science* 22, Nov. 2002: Vol. 298, Issue 5598, pp. 1569-1579. doi: 10.1126/science.298.5598.1569.
- Davies, B. y Harré, R. (2007). Posicionamiento: La producción discursiva de la identidad. *Athenea Digital*, 12, pp. 242-259.
- Fiske, S. T. y Pavelchak, M. A. (1986). Category-based versus piecemeal-based affective responses: Developments in schema-triggered affect. En R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*. New York: Guilford Press, pp. 167-202.
- Greenwald, A. y Banaji, M.R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem and stereotyping, *Psychological Review*, 142, 1, pp. 4-27.
- Johnson-Laird, P. (1983). *Mental models: Towards a cognitive science of language, inference and consciousness*. Cambridge, MASS: Harvard University Press.
- Haslam, A. *et al.* (1999). Social Identity Salience and the Emergence of Stereotype Consensus, *Journal of Personality and Social Cognition* 25, 7, pp. 809-818.
- Jost, T. y Banaji, M. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal of Psychology* 33, pp. 1-27.
- Lepore, L. y Brown, R. (1999). Exploring automatic stereotype activation: a challenge to the inevitability of prejudice. En D. Abrams y M. Hogg. *Social identity and social cognition*. Oxford: Blackwell, pp. 141-163.
- Kiverstein, J. (2017) (ed.). *The Routledge Handbook of Philosophy of the Social Mind*. London: Routledge.
- McGarty, C., Yzerbyt, V. y Spears, R. (2002). Social, cultural and cognitive factors in stereotype formation. En C. McGarty/ V. Yzerbyt/R. Spears. *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-15.

- Muñoz Serrano, C. *et al.* (2010). Estereotipos mediáticos o sociales. Influencia del consumo de televisión en el prejuicio detectado hacia los indígenas mexicanos. *Global Media Journal México*, Volumen 7, No. 14, pp. 93-113.
- Pérez Monfort, P. (2004). *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez relatos*. México: CIESAS.
- Perkins, T. (1997). Rethinking Stereotypes. En O'Sullivan, T. y Jewkes, Y., *The media studies reader*. London: Arnold, pp. 75-85.
- Pflieger, S. (2018) (coord.). *Lenguaje y construcción de la identidad: Una Mirada desde diferentes ámbitos*, México: CELE, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pflieger, S. (2015). *Frontera, mujeres y hombres oscuros. La construcción narrativa-mediática del feminicidio en Ciudad Juárez*. Vigo, España: Editorial Academia del Hispanismo.
- Pflieger, S., Steffen, J. y Steffen, M. (coords.) (2012). *Alteridad y aliedad. La construcción de la identidad con el otro y frente al otro*, México: CELE/ Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sherif, M. *et al.* (1961). *Intergroup conflict and cooperation: The Robbers Cave experiment*. Norman: University of Oklahoma.
- Tajfel, H. (1981). Social stereotypes and social groups. En J.C. Turner and H. Giles (eds.) *Intergroup behavior*, Oxford: Blackwell, pp. 144-167.
- Talmy, L. (2000). *Toward a Cognitive Semantics*. Volume I: Concept Structuring System. Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Ton, J. (2011). *New thinking in complexity for the social sciences and humanities. A generative, transdisciplinary approach*, New York: Springer.
- van Dijk (2009). *Discourse and Context*. Cambridge: eup.
- van Dijk, T.A. (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- van Dijk, T.A. (1997). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- van Dijk, T.A. (1990). Social cognition and discourse. En H. Giles y W.P. Robinson, *Handbook of Language and social psychology*. London: Wiley & Sons, pp. 163-183.

# PERSPECTIVAS INTERNAS



# ESTEREOTIPOS Y AUTOIMAGEN EN LAS ACTITUDES HACIA LOS EXTRANJEROS EN MÉXICO ENTRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LENGUAS

*Pauline Moore\**

Para verse, hace falta un espejo, y la presencia de extranjeros en un país presenta una oportunidad para autoconocerse mediante las diferencias con el otro. Aun cuando México no se considera tradicionalmente un país receptor de migrantes, durante las últimas décadas este fenómeno ha incrementado sensiblemente a tal grado que actualmente, al menos en las ciudades grandes, se percibe la presencia cada vez más notoria de extranjeros residentes provenientes de distintos países (Maldonado *et al.*, 2015). De acuerdo con los datos del INEGI (2010), había casi el doble de extranjeros residentes en México en 2010 en comparación con el 2000. Por otro lado, hay una presencia importante de extranjeros en México en calidad de turistas. En 2016 se estima que llegaron casi 35 millones de turistas internacionales. En una ciudad mediana como Toluca, que no cuenta con un perfil turístico, apenas empieza a notarse la presencia de extranjeros de distinta procedencia. Este incremento multiplica las oportunidades que tenemos para vernos reflejados en el espejo del otro y al mismo tiempo multiplica los tipos de otros que nos sirven como espejos. México es un país diverso, lo ha sido durante siglos en los encuentros entre las comunidades indígenas y mestizas, y recientemente se ha tornado más diverso en la presencia de grupos e individuos extranjeros en su interior.

## ANTECEDENTES

Para hablar de la autopercepción en el ser humano se debe tomar en cuenta la complejidad del fenómeno. De acuerdo con Hofstadter (2007), el yo se forma

---

\* Universidad Autónoma del Estado de México, paulinelenguas@gmail.com

a partir de la existencia de un bucle retroalimentativo. Me tengo que ver en las acciones, sentimientos y expresiones del otro. Sin el otro no existo. El yo se construye en procesos paralelos de alteridad y aliedad (Pfleger *et al.*, 2012). En la alteridad se encuentran nuestros momentos de convergencia hacia el otro; los momentos en que nos identificamos con el otro porque actúa en la manera en que creemos que actuaríamos nosotros mismos bajo idénticas circunstancias. Al mismo tiempo, nos construimos en la aliedad, nuestros instantes de diferenciación frente al otro, cuando le encontramos actuando como nosotros nunca lo haríamos. La identidad social siempre parte de ambos momentos, de comprensión e incomprensión. En estos procesos se construye quienes somos nosotros y quienes son ellos.

Por lo anterior, se considera importante en el campo de investigación de la migración empezar a ver no solamente cómo los migrantes sienten la recepción en un país dado, sino también cómo los integrantes de la población receptora perciben a los migrantes y extranjeros en sus países. Han surgido diversos estudios acerca de este fenómeno; sin embargo, la mayoría de ellos se ha planteado desde la perspectiva de los migrantes recabando sus interpretaciones de la recepción que experimentan y el nivel de integración sociocultural que alcanzan. Este tipo de investigación se enfoca en los grupos vulnerables de transmigrantes (Barja Coria *et al.*, 2011) o de migrantes de retorno (Montoya Arce *et al.*, 2011; Baca Tavira y Salas Alfaro, 2015). También se ha empezado a investigar la recepción de migrantes de privilegio (Grondin y Velázquez, 2015). Sin embargo, hay menos estudios que se plantean desde la perspectiva de la comunidad que los recibe. Existen bases importantes en el área asentadas por el trabajo de Maldonado *et al.* (2015) y el estudio sobre xenofobia de Morales Sales y Carrillo Torea (2015), pero hace falta más.

En este capítulo se analizan los estereotipos de los jóvenes mexicanos estudiantes de la Licenciatura en Lenguas acerca de los migrantes presentes en México, así como la autoimagen que tienen en cuanto a su recepción. Se eligió a esta población por sentir que su afinidad al estudio de las lenguas extranjeras puede indicar cierta apertura en sus actitudes que los convierte en una población interesante. La investigación realizada se enmarca en la cognición social entendida como el estudio de las representaciones sociales del mundo y nuestro lugar en él como individuos en interacción con los grupos sociales a los que adscriben o pretenden adscribirse (Condor y Antaki, 2000). Se considera que esta construcción de modelos se realiza, al menos en parte, mediante la construcción de estereotipos que representan las creencias almacenadas acerca de un grupo (Bar-Tal, 1994).

## ESTEREOTIPOS, PREJUICIOS Y COGNICIÓN SOCIAL

La diversidad, vivida de manera cotidiana, nos presenta una variedad de formas de ver el mundo, de vestir y de actuar que puede parecer desconcertante si no se han desarrollado los esquemas sociales que facilitan el intercambio y convivencia con la otredad. Para simplificar esta tarea de percibir y reaccionar a la diversidad en las personas que encontramos, tendemos a construir categorías generales que suavizan las diferencias entre miembros individuales y nos permiten una base a partir de la cual podemos proyectar nuestra interacción con las personas, así como interpretar sus acciones verbales y no-verbales para generar inferencias acerca de su significado (Condor y Antaki, 2000; Espinosa *et al.*, 2007). Las categorías que componen nuestros catálogos mentales se organizan en torno a muchos factores: género, sexualidad, grupo social, profesión, así como, por supuesto, nacionalidad, etnia y raza. Sin embargo, en el proceso de amalgamar muchas experiencias, tanto propias como ajenas, con distintos individuos a quienes asignamos la membresía de la categoría (correcta o incorrectamente), el estereotipo resultante puede contener inexactitudes que ocultan lo individual para favorecer lo general. Por ejemplo, nuestra categoría de familias puede sesgarse hacia un modelo de cuatro integrantes: mamá, papá y dos hijos, sin tomar en consideración que la mayoría de familias no observan esta composición, o bien nuestro estereotipo nos puede llevar a suponer que todos los doctores sean hombres y todas las enfermeras sean mujeres, cuando evidentemente no es el caso.

Por otro lado, no todos los estereotipos son malos en sí; existen algunos buenos o menos dañinos, por ejemplo, que los estudiantes asiáticos son muy inteligentes o que los mayores son sabios. Lo que sí podemos suponer es que todos los estereotipos conllevan cierto margen de error, pues evidentemente es imposible que una sola descripción pueda ser válida para todos los miembros de la categoría. Además, con frecuencia las descripciones que se formulan en los estereotipos son relativas y abiertas a interpretaciones. La inexactitud implícita en el estereotipo genera conflicto en su aceptación por parte del individuo. Una vez que se le analiza es evidente que no puede ser correcta en cada caso. La generalización requerida para el proceso de estereotipificación lo convierte en una actitud políticamente incorrecta en nuestros tiempos.

Precisamente esta inexactitud inherente ha causado que tradicionalmente los estereotipos se veían como el componente cognitivo del prejuicio (Bar-Tal, 1994).

En efecto, proceder irreflexivamente con base en nuestros estereotipos parece resultar en acciones discriminatorias, por ejemplo, asumir que la mujer que encuentra uno en el hospital es enfermera y no cirujano, o rehusar a categorizar a las familias menos tradicionales como familias completas. Utilizamos el estereotipo para asignar características a un individuo sin conocerle como persona; le juzgamos antes de contar con mayor información. Esto es un prejuicio; no es neutro, sino negativo (Valencia *et al.*, 2004). Así, no se asume causalidad en la relación entre estereotipos y prejuicios. El contar con cierto estereotipo no desencadena irremediamente acciones discriminatorias, pero puede ocuparse como una justificación personal para acciones discriminatorias (Tajfel, 1981, 1984).

Los estereotipos, entonces, se forman por la interacción con otros, percibidos a través de la aliedad y la alteridad, es decir, por procesos paralelos de identificación y disonancia. La aliedad me alinea con los otros en procesos de mutua comprensión, mientras que la alteridad me construye en mis diferencias con el otro. Hay un conflicto inherente al proceso de identificación; la dualidad de identificación/diferenciación (aliedad/alteridad) genera conflicto persistente (Pfleger *et al.*, 2012).

Al mismo tiempo que se puede presentar el estereotipo como una estrategia cognitiva para comprender el mundo complejo, también hay que reconocer la naturaleza social de los estereotipos. Por un lado, no puede ser exclusivo a un individuo porque no le serviría para entenderse con otros miembros de sus grupos afiliados. Por el otro, el estereotipo además de ser una estrategia cognitiva también sirve como estrategia retórica para explicar nuestra conducta ante los demás. La posibilidad de deslindarse de responsabilidad personal para las acciones discriminatorias nace del carácter social de los estereotipos, solamente se entienden las acciones del individuo si éste los puede presentar como el resultado lógico de la aplicación de un estereotipo compartido (Condor y Antaki, 2000).

## EXTRANJEROS, MIGRANTES Y OTROS

Una característica central del siglo XXI ha sido el incremento de la movilidad de los seres humanos. Por motivos diversos existe una fluidez sin paralelo de las poblaciones del mundo, lo que genera un contacto más frecuente con el otro. Pero el otro, con quien hacemos contacto, se presenta en una diversidad de condiciones que

pueden alterar nuestra forma de verlo. Aquí nos interesan dos poblaciones específicas: los extranjeros y los migrantes. Nuestro interés es en los modelos mentales que operan en México. No se trata de categorías que admitan definiciones formales, son discursos contruidos en torno al contacto con los grupos. Sin embargo, cuentan con ciertas características identificables que permiten una clasificación inicial aunque no particularmente robusta, pues bajo análisis más cercanos se difuminan las distinciones.

Por un lado, los extranjeros son todas aquellas personas con quienes entramos en contacto que nacieron en un país distinto al nuestro mientras estamos en nuestro país. Una vez fuera de nuestras fronteras (políticas o imaginadas) nosotros somos los extranjeros. La definición engaña por su sencillez. Es evidente que todos los que tienen otra nacionalidad son extranjeros, ¿pero de qué manera se sabe esto? En términos humanos, algo ha de pasar en nuestro encuentro con el otro que lo ubica como distinto en algo con respecto a nosotros. Su fisonomía, su vestir, su habla y sus acciones pueden indicarnos que alguien sea distinto a la norma que percibimos de nuestro propio grupo. Los juicios de extranjería, por naturaleza, deben tomarse con base en indicadores superficiales.

Los migrantes son un grupo más específico cuya membresía traslapa con el grupo de los extranjeros sin cubrirlo en su totalidad. Se trata de aquellos extranjeros que se salen de su país natal con la intención de residir en otro país de manera temporal o permanente (Barja Coria *et al.*, 2011). Nuevamente entran procesos de diferenciación en su identificación, es un extranjero también, pero ahora además de identificarlo como distinto de alguna manera se debe verificar su intención de quedarse. Esto puede realizarse a través de su participación en ciertas actividades (más o menos turísticas o domésticas), así como su presencia en lugares esperados e inesperados. Su presencia en un restaurante no sería un indicador, pero encontrarse en una reunión de padres de familia en un contexto escolar sí lo sería.

## PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Se analizó una población de estudiantes de nuevo ingreso a una Licenciatura en Lenguas con la finalidad de observar los autoestereotipos que predominan en la población. El trabajo es de naturaleza exploratoria, pues se trata de un primer acercamiento al tema en esta población, por lo que se consideró necesario contar con un panorama general de las

actitudes prevalentes. Por ello, se encuestó a la población para tener una mirada general de naturaleza relativamente cuantitativa. Se aplicó un cuestionario con preguntas abiertas y una escala tipo Likert para identificar actitudes o prejuicios prevalecientes en el grupo. Estos estudiantes de lenguas pueden considerarse una población con tendencia hacia la apertura, pues son jóvenes, universitarios, clase media o media baja, y su elección por la carrera de Lenguas indica su interés hacia otras culturas.

El cuestionario contenía preguntas abiertas y de opción múltiple para recopilar datos acerca del dominio de lenguas extranjeras, la cantidad y calidad de contacto con extranjeros de diversos grupos y las actitudes hacia los extranjeros en México. Los entrevistados indicaron su nivel de lengua en inglés y en francés, así como la cantidad de extranjeros con la que habían tenido contacto en el último año y en los últimos cinco años. En este renglón, nos interesaba el contacto presencial que podían haber tenido con extranjeros, por considerar que esto tendría un efecto mayor que el virtual. En un encuentro físico, las diferencias entre las personas en cuanto a su forma de ver el mundo y de actuar en él se manifiesta aún más, lo que tiene mayor probabilidad de mover o promover los estereotipos. Además, se solicitó a los alumnos una evaluación de la calidad de este contacto, en términos de si era duradera o pasajera y su percepción acerca de si la cantidad de contacto con extranjeros iba en aumento o disminuía con el tiempo.

En la segunda parte del cuestionario se utilizaron preguntas tipo escala Likert y se recopilaron datos acerca de las actitudes de la población hacia los extranjeros y los migrantes. Los temas que presentamos en este capítulo son: el trato al extranjero en México y su acceso a derechos humanos básicos. El instrumento presenta planteamientos redactados en forma positiva, no mayores a 21 palabras que indagan un solo aspecto de la actitud hacia el extranjero de la manera menos ambigua posible en torno a la temática. Enfrentados con estos planteamientos, los encuestados indicaron sus respuestas en cinco categorías: totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Se les alentó a realizar comentarios más libres acerca del cuestionario y sus respuestas; estos datos sirven como la base de reflexiones sobre la importancia de los estereotipos en el proceso de interacción con personas de otras culturas. El cuestionario puede consultarse en el anexo a este capítulo.

Este instrumento se aplicó a 144 estudiantes del primer semestre de la Licenciatura en Lenguas, en la segunda y tercera semana de agosto de 2016. Los estudiantes eran

de nuevo ingreso y habían iniciado clases en la facultad el 3 de agosto del mismo año. En ese periodo ingresaron 200 estudiantes a la carrera de Lenguas, por lo que la muestra obtenida es significativa con respecto a la población total.

## Población

La edad promedio de los estudiantes en el momento de la aplicación era de 18.7 años; 36 eran menores de edad, por lo que se solicitó el permiso de sus padres o tutores para el uso de los datos obtenidos. El rango de edades en la población era de 17 a 36 años, pero la mediana era 18 años (64 estudiantes), puesto que esta edad corresponde al año inmediatamente posterior a los estudios de preparatoria, es decir que la mayoría de los estudiantes encuestados (70%) apenas había egresado de la preparatoria e ingresaron directamente a la facultad. En cuanto al género de los participantes, 101 (70%) son mujeres, 37 (26%) hombres y 6 (4%) eligieron no dar su género. Aquí el sesgo hacia el género femenino es típico de la población estudiantil en la Facultad de Lenguas. Desde sus inicios se cuenta con una mayoría femenil en la matrícula.

En cuanto a la nacionalidad de los encuestados, todos dijeron haber nacido en México y contar con la nacionalidad mexicana y ser de padres mexicanos; ninguno tiene doble nacionalidad. Por lo anterior, se puede aseverar que se trata de una población cuyo interés en los idiomas no radica en motivos de herencia lingüística. La mayoría, 121 estudiantes (84%), nunca ha salido de México; 14 de los 21 que habían viajado mencionaron a los Estados Unidos como destino, ya sea para vacaciones, visitas a familiares o para vivir. Tres de los participantes han sido migrantes por haber residido de uno a cinco años en los Estados Unidos con familiares. En el momento de su migración los tres eran menores de edad.

Además de los Estados Unidos, los alumnos mencionan a Canadá y a Guatemala como destino frecuente; otros países fueron España e Inglaterra con dos visitas cada uno, y una mención cada uno de Alemania, Austria, Cuba, Irlanda, Japón y Portugal. En el caso de estos viajes al extranjero su duración ha sido corta, desde cinco horas hasta 15 días. También compartieron sus experiencias en estos países. En su mayoría, comentaron el entusiasmo por conocer otras culturas y lugares. Por ejemplo, un participante dijo que se enamoró de “Londres, su gente y de Oxford Street”, otro comenta que le gustó ir a Japón para conocer “el pasillo en honor al

anime y la gastronomía típica del país”. Varios describieron la experiencia como una de las mejores en la vida. Solamente un participante demuestra su desagrado por la cultura canadiense, pues considera que “comen mucho, carecen de tradiciones, les falta humildad y sensibilidad”. Por el lado positivo, señaló que era un país con muchas reglas.

En el momento del análisis no se solicitó un nivel de competencia lingüística en los idiomas que se estudian para ingresar a la Licenciatura en Lenguas, por lo que es importante primero establecer qué nivel consideran tener los integrantes de la población de estudio. Se solicitó una autoevaluación, puesto que estudios anteriores demuestran que en casos de cuestionarios anónimos en los que el nivel de lengua no tendrá un impacto sobre decisiones futuras acerca del encuestado, las respuestas tienden a ser confiables (Ross, 2006). Además, se solicitó a los estudiantes mencionar las certificaciones internacionales que tenían para corroborar el dato. Así lo hicieron quienes contaban con una certificación internacional con un nivel identificable.

En el cuestionario, los estudiantes podían elegir entre cuatro categorías para describir su dominio de las lenguas inglesa y francesa: en ceros, principiante, intermedio y avanzado. Los resultados se presentan en la tabla 1.

**Tabla 1. Nivel de lengua autoidentificado de los estudiantes de primer semestre**

	<i>Inglés</i>		<i>Francés</i>	
En ceros	0	0%	26	18%
Principiante	36	25%	116	80%
Intermedio	89	62%	1	1%
Avanzado	19	13%	1	1%

Fuente: elaboración propia.

En general se aprecia que los estudiantes cuentan con mayor competencia en inglés que en francés. Ningún participante dijo tener un nivel en ceros del inglés, mientras que 26 se autoevaluaron en este nivel para la lengua francesa. Este resultado es de esperarse dado que en el sistema educativo mexicano la segunda lengua oficial es el inglés. Solamente habrán sido expuestos al francés aquellos estudiantes que hayan elegido cursar estudios de esta lengua en escuelas particulares. Es difícil saber si los jóvenes que marcaron la opción de principiante lo hicieron porque ya contaban

con estudios previos o si consideraban que las dos o tres semanas de clase que ya llevaban en la facultad les confería este estatus. Además, se les solicitó datos acerca de la cantidad y calidad del contacto que habían sostenido con migrantes. En la tabla 2 se observan los resultados en cuanto al contacto con extranjeros en el último año *versus* los últimos cinco años.

**Tabla 2. Número de contactos con extranjeros en el último año y los últimos 5 años**

<i>Frecuencia del contacto</i>	<i>Último año</i>	<i>Últimos 5 años</i>
0	32	17
1 a 5	81	64
6 a 10	49	30
11 a 20	4	19
21 a 50	4	6
51-100	0	7

Fuente: elaboración propia.

Algunos estudiantes comentan no haber tenido contacto con ningún extranjero de manera reciente; 17 no han tenido contacto con algún extranjero incluso en los últimos cinco años. La mayoría (56%) indica haber tenido contacto con uno o más extranjeros durante el último año, lo que no propicia una visión de la diversidad posible y tal vez no favorezca la desconstrucción de miradas estereotipadas. Otros mencionan contacto con un número considerable de extranjeros, hasta casi 100 en los últimos cinco años.

Para contar con un indicador sobre la diversidad de culturas con las que se ha tenido contacto, se preguntó a los estudiantes de donde provenían los extranjeros con quienes habían tenido contacto. Estos datos se observan en la tabla 3.

**Tabla 3. Procedencia de los extranjeros con los que los encuestados han tenido contacto**

<i>País de procedencia</i>	<i>Frecuencia de mención</i>
Estados Unidos o Canadá	105
Europa	68

continúa...

América del Sur	45
Asia	29
Centroamérica	28
África	13
Australia	1

Fuente: elaboración propia.

Al respecto, los estudiantes indicaron que la mayoría de los extranjeros con quienes han tenido contacto son de nacionalidad estadounidense o canadiense. Conviene comentar que se trata, por supuesto, de una percepción. Muchos mexicanos asumen que cualquier extranjero es estadounidense y que habla inglés. Evidentemente, en México muchos de los extranjeros serán de estos países cercanos, pero no se debe considerar como indicador de que en efecto sean de esta nacionalidad. Los encuestados indicaron que los extranjeros eran de otra procedencia en los casos en los que contaban con datos claros de que no eran estadounidenses o canadienses. Esto puede indicar que verificaron la nacionalidad del extranjero o que contaban con otro dato que les revelaba su procedencia, como la fisonomía. Nuevamente es posible que haya un margen de error grande en la asignación de nacionalidad; tener rasgos físicos asiáticos no implica que alguien no sea europeo o americano. Sin embargo, a pesar de la fluidez posible en la clasificación, podemos considerarlo como indicador de la diversidad cultural a la que ha sido expuesto el encuestado.

Otra variable que modifica la forma en que vemos a los migrantes y a los extranjeros en general es la duración del contacto existente. Por ende, se preguntó a los encuestados cómo había sido el contacto que sostuvieron con ellos. Los datos se presentan en la tabla 4.

**Tabla 4. Duración del contacto con los extranjeros**

<i>Calidad del contacto con el extranjero</i>	<i>Frecuencia de la respuesta</i>	<i>Porcentaje</i>
Pasajero	79	54.9
Duradero	47	32.6
No contestaron	18	12.5

Fuente: elaboración propia.

El contacto entre los estudiantes y los extranjeros es, en la mayoría de los casos (54.9%), de tipo pasajero; es decir, no han tenido tiempo para entablar relaciones estables con éstos, de manera que se pudieran erosionar los estereotipos existentes. Sin embargo, una parte considerable de la población (32.6%) han entrado en contacto duradero con los extranjeros y, por ende, cuentan con la oportunidad de conocerlos más de cerca. Los 18 estudiantes que eligieron no contestar son los que habían señalado tener poco o nulo contacto con extranjeros en los últimos 10 años.

Lo anterior describe algunos aspectos relevantes de la manera en que la población ha conocido distintos grupos de extranjeros y migrantes. Dado que se trata de estudiantes quienes pretenden profesionalizarse en el área de lenguas podemos suponer que cuentan con un interés especial en conocer a personas de otras culturas. Esta breve descripción muestra los avances que han tenido en su encuentro intercultural. Todos los aspectos antes mencionados forman el insumo de las actitudes hacia los extranjeros que se indagaron en este estudio.

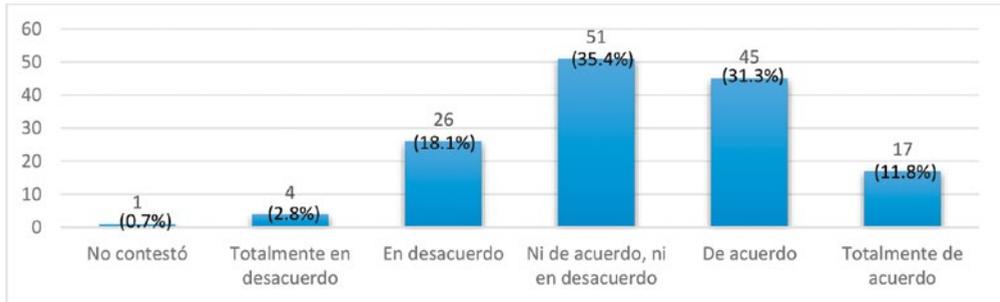
## RESULTADOS DEL ESTUDIO

En esta parte del capítulo se presentan los resultados obtenidos acerca de las actitudes y creencias respecto a los extranjeros entre la población de estudiantes de nuevo ingreso a la Facultad de Lenguas, en agosto de 2016. Se enfoca en aspectos de la aceptación del migrante en la comunidad, en lo personal, y la percepción de los encuestados acerca de la recepción de estos grupos en la sociedad y por parte del gobierno. Además, se presenta una sinopsis de las respuestas más libres que suscitó el cuestionario.

### *Actitudes hacia extranjeros en México*

Este estudio se enfoca en las diversas actitudes de los estudiantes de la Facultad de Lenguas hacia los extranjeros residentes en México. Para iniciar, se les preguntó su percepción de la facilidad de la vida del extranjero en México. Los resultados se presentan en la figura 1.

Figura 1. Respuestas a “Es fácil ser extranjero en México”

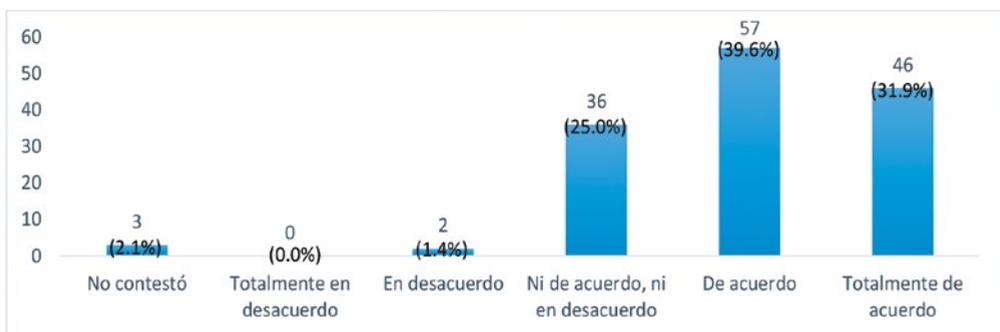


Fuente: elaboración propia.

Podemos observar una tendencia hacia la categoría neutral; es decir, muchos estudiantes no cuentan con sentimientos fuertes con respecto a la situación del extranjero en México. Sin embargo, también existe una tendencia hacia un juicio positivo de la situación del extranjero, 62 alumnos dijeron que estaban de acuerdo o totalmente de acuerdo con la aseveración. Sólo 21% consideraban que la situación no era fácil para los extranjeros en México.

Ahora bien, hay aspectos de la facilidad de vida del extranjero que no le atañe a nuestra población. Ellos no tienen mucha influencia sobre políticas gubernamentales ni sobre lo que pueda suceder en otras partes de México. A los alumnos encuestados se les preguntó cómo perciben el trato que se le da al extranjero, específicamente en Toluca, para ver este aspecto más personal. Los resultados se observan en la figura 2.

Figura 2. Respuestas a “En Toluca tratamos bien al extranjero”

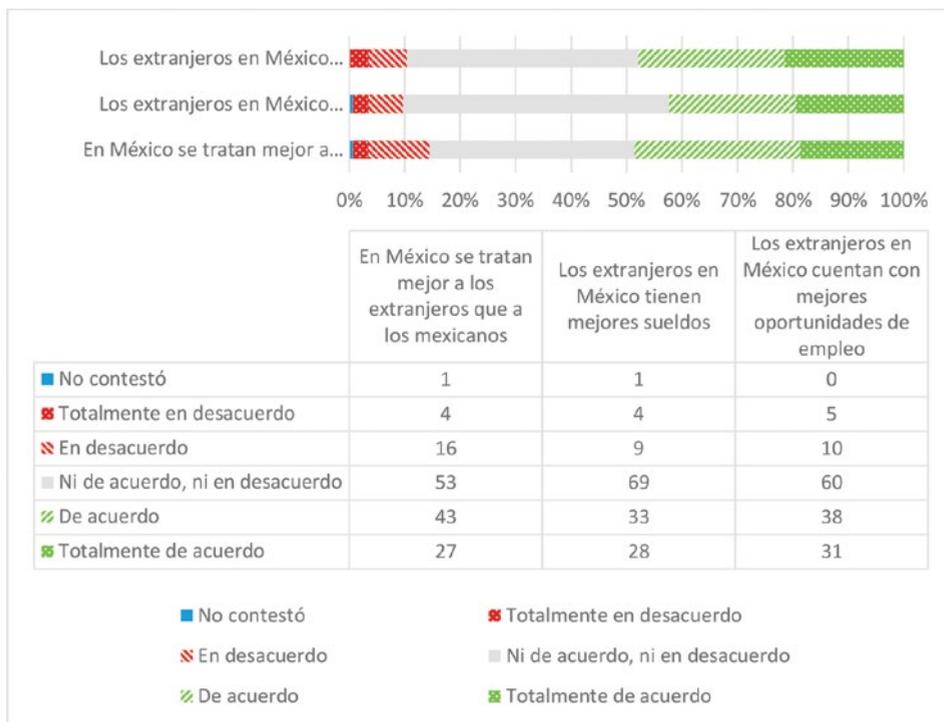


Fuente: elaboración propia.

En estas respuestas, aunque todavía hay algunas neutrales (25%), existe una clara tendencia hacia el lado positivo, 71.5% de los encuestados dijeron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con la aseveración de que en Toluca tratamos bien a los extranjeros. Solamente 2 (1.4%) se manifestaron en desacuerdo con este planteamiento.

Una creencia que se comenta mucho en Toluca es que a los extranjeros se les trata mejor que a los mismos mexicanos; frecuentemente esto se relaciona con el trato recibido en centros turísticos de lujo, como Cancún o Los Cabos. En la figura 3 se presentan tres preguntas relacionadas con el trato de los extranjeros respecto a los nacionales y el acceso a oportunidades de empleo y salario. En conjunción estas preguntas demuestran si la población considera que el buen trato hacia los extranjeros es justo, puesto que el pago diferencial por la misma actividad es un indicador central de justicia social.

Figura 3. Respuestas con respecto al trato preferencial recibido por el extranjero en México

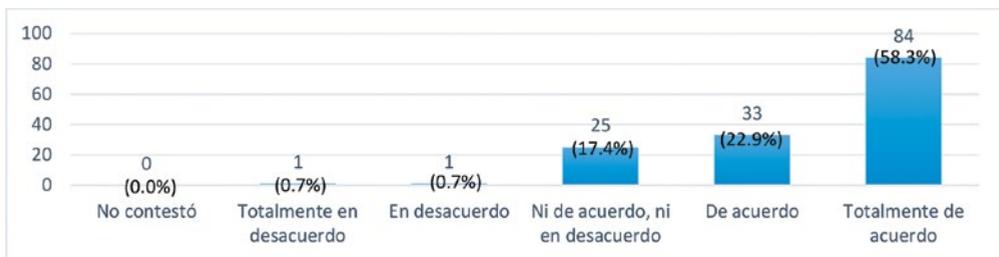


Fuente: elaboración propia.

El 48.6% de los encuestados dijeron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con la creencia de que los extranjeros reciben mejor trato que los mexicanos. Un porcentaje ligeramente menor (42.3%) respondió que estaban de acuerdo o totalmente de acuerdo en que los extranjeros reciben mejores sueldos que los mexicanos. En los tres ítems hay una tendencia marcada hacia la neutralidad que indica cierta inseguridad hacia el planteamiento, tal vez por estar conscientes de la diversidad de factores que pudieran afectar a una evaluación positiva o negativa. Es decir, el sueldo se determina más por la actividad realizada que por la nacionalidad del trabajador. En la pregunta sobre los sueldos percibidos hay una mayor tendencia hacia la actitud neutral, 47.9% no estaba ni de acuerdo ni en desacuerdo con el planteamiento; mientras que 36.8% contaban con esta misma postura en el caso del trato preferencial generalizado.

Por supuesto, hay muchos matices en el trato preferencial, por un lado puede ser que aunque el extranjero reciba mejor sueldo, lo merezca por contar con un nivel mayor de habilitación. Para corroborar que los encuestados consideran que este pago diferencial percibido se trata de una injusticia social, se muestran en la siguiente figura las respuestas a la pregunta de si un extranjero debe ganar lo mismo que un mexicano con la misma formación.

**Figura 4. Respuestas a la pregunta “El extranjero en México debe ganar lo mismo que un mexicano con la misma formación”**



Fuente: elaboración propia.

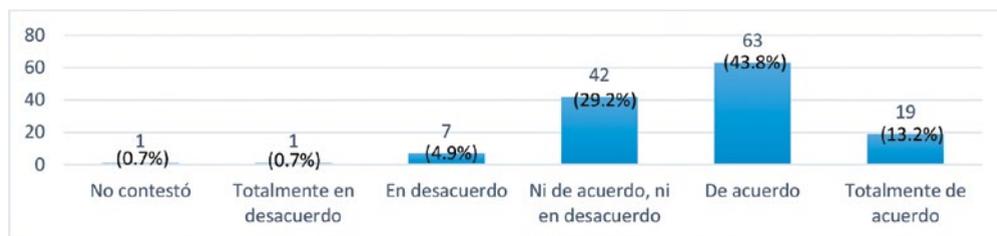
Las respuestas tienden hacia lo favorable; es decir, a favor de la justicia social en el pago recibido por las mismas actividades laborales. El 58.3% está totalmente de acuerdo con el pago igualitario. Si sumamos las respuestas en la categoría de acuerdo, 81.3% tiende hacia el espectro favorable de respuesta. Sólo unos pocos encuestados se

manifestaron en desacuerdo con el planteamiento, 2 estudiantes (1.4%) se expresaron en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Las respuestas neutrales representan 17.4% de la población.

### *Derechos de los extranjeros en México*

En esta sección se presentan los resultados en cuanto a los derechos legales de los extranjeros. Una primera preocupación con respecto a los derechos de cualquier grupo es la medida en que éstos se encuentran garantizados por las autoridades del país. En primer lugar, se les preguntó si creían que las leyes mexicanas protegen al extranjero. Los resultados se presentan en la siguiente figura.

Figura 5. Respuestas a la pregunta “Las leyes migratorias mexicanas protegen a los extranjeros”



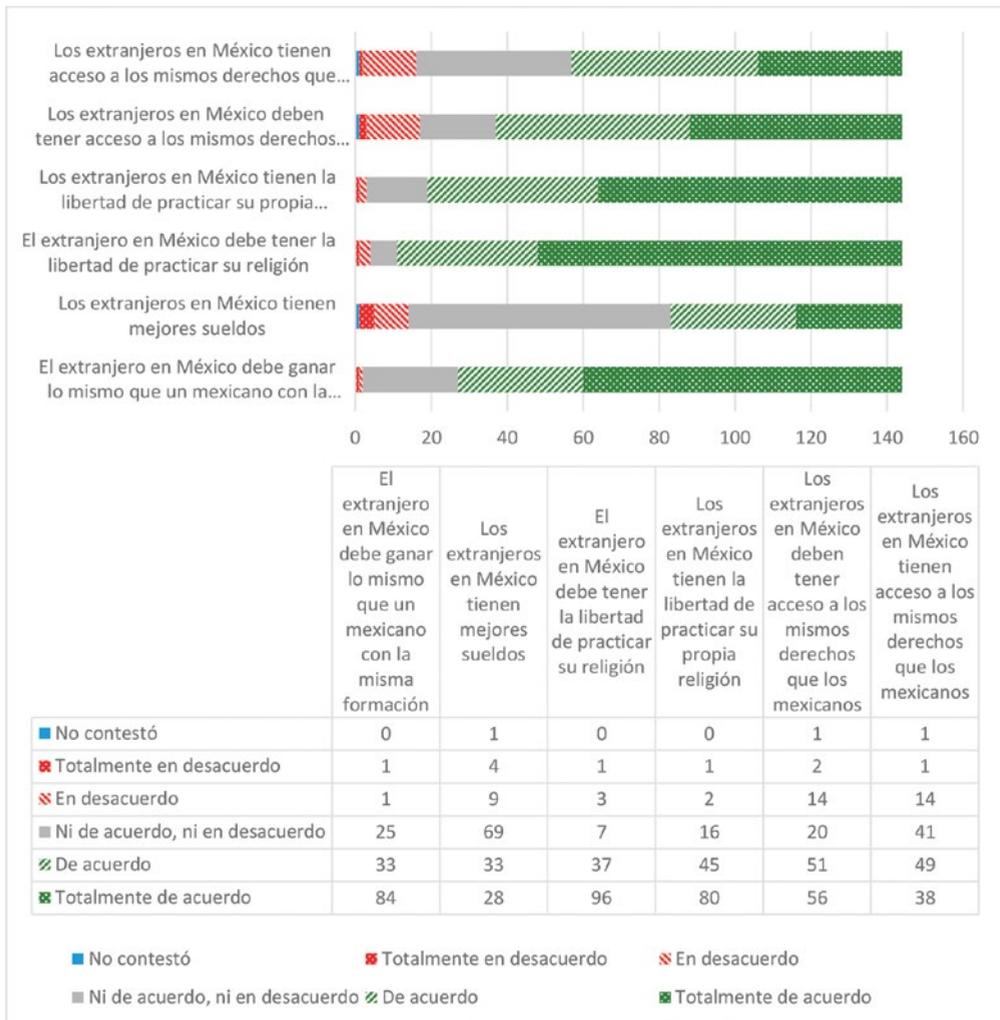
Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los estudiantes identifican un papel positivo para las leyes mexicanas en la protección de los derechos de los extranjeros. El 57% de los alumnos dijeron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con el planteamiento. Sin embargo, un número significativo (42 de 144 o el 29%) se mostró neutro con respecto a la aseveración. En otras palabras, para ellos no es claro que las autoridades mexicanas protegen al extranjero.

Posteriormente se realizaron preguntas acerca de los derechos de los extranjeros en general y derechos específicos, como la libertad de practicar una religión y a recibir un sueldo justo. En esta serie de preguntas se contrasta lo que se percibe como la situación actual con el “deber ser”. Por ejemplo, se pregunta si los extranjeros tienen

acceso a los mismos derechos que los mexicanos y posteriormente si *deben* tener acceso a éstos. Estas preguntas pretenden medir la percepción de la población acerca de la justicia social con la que se trata a los extranjeros. Los resultados se presentan en la figura 6.

Figura 6. Acceso a derechos por extranjeros en la práctica y en el “deber ser”



Fuente: elaboración propia.

Se observa una tendencia hacia las respuestas positivas. En general, la población se encuentra a favor de garantizar los mismos derechos que gozan los mexicanos a los extranjeros que viven en el país. Sin embargo, no todos creen que esto sea el caso. En cuanto al ejercicio de la religión, por ejemplo, mientras que 67% está totalmente de acuerdo con que los extranjeros deben poder ejercerla, solamente 56% creen que esto sea la realidad. Los porcentajes son aún más notorios si se le suma las respuestas en la categoría de acuerdo. En este caso, 92% está a favor de la libertad en el ejercicio religioso, mientras que 87% cree que en los hechos se cuenta con esta libertad. El contraste entre la realidad y lo ideal en el ejercicio de la religión genera incertidumbre, pues los encuestados que migran de las respuestas positivas pasan a la categoría neutra en lugar de dar respuestas negativas. Las categorías negativas (en desacuerdo y totalmente en desacuerdo) se mantienen estables y el aumento en frecuencia se observa en la respuesta central.

En las tres temáticas la pregunta que indaga el deber ser cuenta con respuestas más positivas en comparación con la realidad. Para el ejercicio general de los derechos, 26% está totalmente de acuerdo que en la práctica los extranjeros tienen acceso a los mismos que los mexicanos, mientras que 39% está totalmente de acuerdo con que deben tener el acceso garantizado a éstos. Nuevamente, el movimiento en las respuestas es hacia la incertidumbre, las respuestas en la categoría neutral aumentan de 14% en la situación idealizada hasta 28% en la percepción de la realidad. En cuanto al sueldo recibido por el trabajo, la mayoría de los encuestados no están seguros si los extranjeros reciben mejores sueldos que los mexicanos. No obstante, en cuanto al deber ser, 81% de la población cree que en igualdad de circunstancias los mexicanos y los extranjeros deben percibir el mismo pago por su trabajo.

### *Respuestas extendidas*

El cuestionario incluía espacios para comentarios al final de cada sección y del cuestionario. El instrumento suscitó mucho interés entre la población y aprovecharon la oportunidad para comentar ampliamente. De los 144 encuestados, 75 (52%) vertieron un comentario final. De los estudiantes que no realizaron un comentario final, otros 11 lo hicieron en alguna de las secciones anteriores, es decir,

casi 60% de los estudiantes se motivaron a interactuar de manera más completa con los investigadores. Se encontró gran variabilidad en las respuestas ofrecidas y en principio se realizó una distinción entre comentarios al cuestionario mismo y los de la temática tratada.

De mayor relevancia a los propósitos de este capítulo son los comentarios acerca del tema de investigación. Había una gran variedad de respuestas, así que para organizar esta discusión se trabajaron primero aquellos que mencionan directamente el concepto del estereotipo y en segundo lugar los que plantean un estereotipo, ya sea sobre los extranjeros/migrantes o sobre los mexicanos. Finalmente, se abordó el uso de *irrealis* en las respuestas para explorar su sentir acerca del deber ser.

## Los estereotipos

En esta sección se reúnen algunos comentarios de los participantes que no se presentaron de manera más generalizada. Sin embargo, se considera su importancia como indicadores de perspectivas menos frecuentes en la población. Se presentan en particular los relacionados con los estereotipos y en los que los estudiantes reprodujeron estereotipos difundidos en la sociedad mexicana.

En cuatro de los comentarios libres, se menciona específicamente al estereotipo, los cuales se reproducen textualmente a continuación:

- a. “Me encanta que en México lleguen muchos extranjeros, ya que hacen el país más competitivo, aumenta la diversidad cultural y lo más importante es posible cambiar el estereotipo que se tiene del mexicano”.
- b. “Para mí es bueno que haya extranjeros en México, porque por una parte conocen nuestra cultura y todo lo que esto conlleva, y por otro lado creo que ayuda a ir borrando los típicos estereotipos de los mexicanos”.
- c. “Los estereotipos y paradigmas se deben de romper o cambiar, no importa la nacionalidad que tengas ni los idiomas que sepas”.
- d. “Creo que muchas veces México está basado en estereotipos y esto debe cambiar, México tiene las puertas abiertas a los extranjeros siempre y cuando éstos tengan en cuenta que lo deben respetar como a su propio país y deben ver lo bonito que hay, no dejarse llevar por los comentarios”.

Los planteamientos se dividen en dos tipos, a y b se refieren al deseo de eliminar los estereotipos que los extranjeros tienen sobre los mexicanos; mientras que c y d los muestran de manera general. Esta distribución refleja el carácter ambivalente de los estereotipos: los que se tienen acerca de otros grupos sociales y los que otros grupos tienen sobre sí mismos. Esto pone al hablante en un conflicto, es cómodo ocupar estereotipos para tratar al otro, pero el individuo se arriesga a la inclusión de sí mismo en categorías que no siente que le corresponden cuando se le incluye en el estereotipo del grupo. Un estudiante apunta: “Considero que el malinchismo influenciará en las respuestas, pero lo que aún no entendemos es que todos somos iguales, en lo personal trato a los extranjeros normal porque son seres humanos igual que los mexicanos”. De este modo, expresa la creencia de que sus compañeros son malinchistas, es decir, cree en el estereotipo del mexicano que valora más lo extranjero que lo nacional, pero al mismo tiempo se deslinda de esta actitud grupal.

En los planteamientos a y b se siente mucha incomodidad con el estereotipo del mexicano, desean modificarlo y apuestan al contacto con el extranjero para poderlo cambiar. Piensan que si éste pudiera conocer a los mexicanos en su país, cambiaría la noción generalizada que se tiene de ellos. Esta proyección indica que los encuestados creen que los estereotipos exgrupales de los mexicanos carecen de exactitud, y que se han formulado al conocer a mexicanos fuera de México, puesto que representan la presencia masiva de extranjeros en el país como la solución al error. Pero no precisan cómo es el estereotipo en sí, ni cuáles son los elementos del mismo que no se aplican a ellos o a sus compatriotas.

Los comentarios c y d exponen la negatividad con la que se observa el uso de estereotipos: deben *romperse*, *cambiarse*, no son propios de las personas educadas, no son políticamente correctas. La resistencia a los estereotipos marca el discurso de estos estudiantes. Varios encuestados respaldan esta mirada, pues indican la importancia de tratar a cada individuo en cuanto a sus propios méritos, no partiendo de prejuicios. Por ejemplo, un joven comenta: “Mexicano o extranjero somos personas”. El estudiante que se citó anteriormente en relación con el malinchismo apunta que él trata a todos de manera “normal” porque todos son seres humanos. En contraste, algunos estudiantes expresan miedo y preocupación acerca de conocer a extranjeros: “No sé qué quieren de mí”, “No me siento en confianza para hablarlos” y “Me gustaría tener más contacto con extranjeros, pero pienso que me pondría nervioso y me gustaría perder ese miedo”. Este miedo resulta de la incomprensión del mundo del otro e

imposibilitan el intercambio cultural por obstaculizar el posicionamiento del sujeto ante lo desconocido.

Por otro lado, a pesar de su rechazo a los estereotipos y el pensamiento estereotipificado, los encuestados los utilizan en sus comentarios. En el planteamiento donde se manifiesta uno de los estereotipos más recurrentes en los estudios de la recepción de extranjeros y migrantes en México: la idea de que “México siempre tiene las puertas abiertas para el extranjero”. Cinco de los encuestados mencionaron específicamente esta creencia acerca del trato superior que los mexicanos tienen para los extranjeros que llegan al país. Las citas se presentan a continuación:

- e. “México tiene las puertas abiertas a los extranjeros”.
- f. “México es un país que recibe abiertamente a los extranjeros”.
- g. “Cuando un extranjero viene a México la mayoría de las veces los adulamos”.
- h. “México es un país que recibe muy bien a los extranjeros”.
- i. “Aquí tratamos muy bien a los extranjeros”.

La metáfora de las puertas abiertas expresa la apertura en las actitudes y la bienvenida generalizada; a su vez, proyecta la existencia de puertas que en un momento dado pueden cerrarse. Barja Coria *et al.* (2011) encontraron con tanta frecuencia en sus entrevistas con migrantes y transmigrantes en México alguna observación generalizada acerca de la apertura de los mexicanos hacia los extranjeros que incluso incorporaron una versión al título de su reporte (Pese a todo, México siempre te abre los brazos). Conviene destacar la modificación que la antecede: “pese a todo”. En su libro explican que los migrantes entrevistados señalan que existe una buena recepción a pesar de que perciben la presencia de la discriminación, el racismo y la amenaza latente del secuestro o violencia generalizada.

Los estudiantes que contestaron el cuestionario también atenuaron sus menciones de “México y sus puertas abiertas y buena recepción del extranjero”. En dos casos el comentario adicional señalaba que a pesar del buen trato a los extranjeros en México, cuando un mexicano va al extranjero no se ve favorecido. Otros dos comparan el trato que tienen los mexicanos hacia los extranjeros con el que dan a su propia cultura, en el sentido de que acogen la cultura ajena por encima de la propia y de los *paisanos* (palabra usada en Toluca para designar a las personas con antecedentes mexicanos que viven en o han regresado de periodos de residencia en los Estados Unidos). Otro

menciona que las puertas están abiertas siempre y cuando el extranjero cumpla ciertas expectativas en cuanto a su comportamiento. Regresaremos a esta cita más adelante, por su importancia en términos de asentar condiciones que pudieran “cerrar las puertas”.

Otro tipo de datos arrojados fueron comentarios que revelan la adscripción personal a sobregeneralizaciones acerca de los extranjeros presentes en México. El estudio se llevó a cabo durante la campaña presidencial de Donald Trump en los Estados Unidos, y un participante escribió entre sus sugerencias para el estudio “les diría que no voten por Trump”. Ahora bien, debemos suponer que en la mente del encuestado la audiencia de este comentario era la investigadora que aplicó el cuestionario y, por ende, podría ser la lectora final. A pesar de ser blanca y con acento inglés al hablar en español, la investigadora es británica, por lo que no vota en los Estados Unidos. Sin embargo, existe una sobregeneralización entre los mexicanos que todos los extranjeros son de los Estados Unidos a menos que existan datos incontrovertibles de que no es el caso, de idioma o fenotipo. Esta sobregeneralización subyace en la exhortación del estudiante en relación con el voto.

Otra sobregeneralización que se encontró en los datos del estudio actual toca un tema que se considera fundamental para la formación de estereotipos. Uno de los encuestados escribió: “Los extranjeros se consideran dueños de todo”. Parece probable que esta reacción tan fuerte haya resultado de algún roce específico con extranjeros en su historia personal o familiar. Sin embargo, el discurso de la enseñanza de la historia en las escuelas públicas mexicanas y algunos programas gubernamentales (*Construimos un México mejor para los mexicanos*) tiende a fomentar estas actitudes nacionalistas. Atribuir a los extranjeros deseos de adueñarse del país parece ser un primer paso hacia una justificación del maltrato o la negación de derechos básicos por tratarse de una representación cognitiva de orientación negativa. Su planteamiento en el indicativo se proyecta como una creencia generalizada que todos, *nosotros los mexicanos*, tenemos acerca de todos *ellos, los extranjeros*. Se trata de un momento de aliedad, donde uno ve sus diferencias reflejadas frente al otro.

En este punto, regresamos al comentario mencionado anteriormente que abre las puertas de México *siempre y cuando* el extranjero se comporta adecuadamente. Aquí el comentario completo: “México tiene las puertas abiertas a los extranjeros siempre y cuando estos tengan en cuenta que lo deben respetar como a su propio país y deben ver lo bonito que hay, no dejarse llevar por los comentarios”. Se presiente

que el comentarista en algún momento vivió una experiencia personal desagradable, pues construye una serie de acciones aceptables para el extranjero, respetar al país como si fuera el suyo y sólo ver lo bonito (por eliminación habrá que ignorar lo feo), también construye acciones inaceptables e incluye la incapacidad de ignorar lo feo y de tomar en cuenta comentarios negativos. Al final de la cita, en donde el participante habla de los comentarios sin precisar cuáles sean éstos, nos recuerda las menciones del estereotipo del mexicano en el extranjero, que debe *cambiarse* o *romperse* sin especificar su contenido. Se entiende que si el extranjero no obedece las reglas, no puede esperar una buena recepción.

### Análisis de palabras clave

Otro acercamiento a los datos de los comentarios es a través de las palabras clave evocadas en los cuestionarios. Para este análisis se identificaron palabras potentes usadas por los encuestados con particular frecuencia o en conexión con una valoración fuertemente negativa. Los estudiantes emplearon una variedad de palabras para identificar prácticas equivocadas en el trato al extranjero. Tres mencionan la discriminación en cuanto al trato diferencial. Otros comentarios emplean términos más fuertes, reconociendo la existencia en México de la xenofobia y del racismo. Cuando se realizan estos comentarios los participantes cuidadosamente se deslindan de estas ideologías al ocupar expresiones de polaridad negativa. Son otros los mexicanos para quienes estas ideas rigen su interacción con el mundo. Otra mala práctica relacionada con el racismo y la xenofobia, por ser en contraste directo con éstos, es el malinchismo, manifestación mexicana de la xenofilia.

Por otro lado, un par de términos representan las buenas prácticas en el trato al extranjero. El respeto (seis menciones) y la diversidad cultural (nueve menciones) son las representaciones simbólicas más recurrentes. Aparecen en colocación con elementos léxicos como: *importante*, *gusto*, *encanto*, *riqueza* y *celebración* que se caracterizan por ser valoraciones fuertemente positivas. Además de aparecer junto a estas valoraciones positivas, el respeto, en particular, se asocia al concepto de reciprocidad, sobre todo con palabras como *mismo* y *mutuo*. Esta asociación se retomará en la siguiente sección, dado que subyace la ideología de justicia social que adscriben muchos de los participantes.

### *Análisis de irrealis*

*Irrealis* es un término general gramatical que se aplica a los modos verbales que se asocian con la expresión de la no-realidad, o sea, la proposición expresada en la oración no refiere al estado de las cosas como son, sino como pueden o deben ser. La proposición resultante puede ser falsa, hipotética o posible solamente en el futuro (Huddleston, 2002). El modo *irrealis* no corresponde a un solo tiempo verbal, sino más bien se trata de un modo expresivo de la actitud del hablante hacia la proposición y, en este caso, que proyecta la expresión de acciones o eventos abstractos o potenciales. En español se trata de aquellas formas del subjuntivo (ame, amara, amase del verbo amar), el pospretérito (amaría) y del futuro (amaré, voy a amar), así como algunos verbos modales (puede amar, debe amar) que expresan aspectos sistemáticos de la modalidad como el deseo o el anhelo, así como el razonamiento contrafactual (Vásquez González, 2013). El concepto de modo pertenece al plano del significado, no es sólo una cuestión de forma, por lo que hay usos de los tres tiempos indicados que no corresponden a hechos irreales. Por ejemplo, en “Me alegro que hayas venido”, a pesar del subjuntivo en el segundo verbo, el hablante refiere al hecho real e incontrovertido de la llegada del oyente; no proyecta duda (Vásquez González, 2013).

Dado que los encuestados recurrían a los espacios para comentarios con la finalidad de expresar sus anhelos con respecto al trato de los extranjeros en México y de los mexicanos en su país y fuera de él, se consideró oportuno organizar el análisis de los anhelos en términos del modo *irrealis*. En primer lugar se identificaron 18 planteamientos de los estudiantes que utilizaron este modo de expresión para luego indagar el objeto de los anhelos. El más frecuente (cinco comentarios) fue el deseo de tener mayor contacto con extranjeros. Podemos suponer que esto haya sido un motivo importante por el cual ingresaron a la carrera de Lenguas, debido a que ésta puede suponerse un medio para incrementar el contacto con personas de otros países como profesores, compañeros y amigos. En segundo lugar mencionan el deseo de que los mexicanos fueran tratados en el extranjero con la misma amabilidad y respeto que ellos tienen para los que visitan el país. Por otro lado, los participantes expresan interés en el fomento a la diversidad cultural en México, lo que se relaciona con el deseo de conocer a un número mayor de extranjeros.

El análisis del uso del modo *irrealis* en los comentarios de los participantes permitió la identificación de un concepto de justicia social, que subyace en muchas

de las representaciones mentales acerca de los extranjeros en los integrantes de esta población. Esta noción se presenta como una suerte de negociación entre individuos, grupos y naciones. Se plantea en condicionales hipotéticos; si los mexicanos respetan a los países que visitan, entonces los extranjeros deben respetar a México cuando lo visitan. Es un argumento informal que cuenta con una lógica truncada, lo que es típico de los modelos mentales informales. No todos los mexicanos necesariamente respetan cada país al que viajan. No todos los extranjeros estarán plenamente informados acerca del estado actual del respeto que los mexicanos tienen para su país ni para otros países. No todos los extranjeros podrán saber exactamente cuáles acciones suyas puedan considerarse respetuosas y cuáles por parte de los mexicanos. La condición de respeto mutuo asume un estado de información perfecta para todos los involucrados que no es posible alcanzar. Sin embargo, el trato implicado alcanza cierto nivel de realismo para los estudiantes, toda vez que lo utilizan como justificante de sus acciones.

El trato que subyace a la justicia social se manifestó de varias maneras en los datos. A continuación se presentan algunos ejemplos.<sup>1</sup>

- a. “**Debemos** respetar la llegada y estancia a extranjeros en nuestro país, esperamos lo mismo de otros países”.
- b. “El recibir de buena manera a un extranjero habla bien de nosotros y por consiguiente de nuestro país. No hay que hacer lo que no nos gustaría que nos hicieran”.
- c. “[...] no me gusta la discriminación hacia algún extranjero pero que ellos tampoco lo **hagan**”.
- d. “Creo que México **debe** aceptar a extranjeros en cuanto a opinión pública y cultural. Así como nosotros **debemos** ser aceptados”.

Los planteamientos demuestran una necesidad de esperar algo a cambio, pues el respeto hacia la cultura ajena representa un sacrificio. No es una respuesta natural ante lo diferente. Este concepto de justicia social parte de las mismas generalizaciones necesarias para procesos de estereotipificación. En la negociación ficticia entre

---

<sup>1</sup> En cada caso se marca el uso del irrealis con negritas.

los mexicanos y los extranjeros el uso de *irrealis* indica que ni los mismos participantes creen en el estatus formal del acuerdo. No obstante, están dispuestos a recurrir al trato para explicar sus acciones sociales.

Otro código frecuente en el uso de *irrealis* es un discurso acerca de la diversidad cultural y lingüística que se manifiesta en los datos de manera regular. El concepto diversidad cultural se mencionó de manera directa nueve veces. Se presentan algunos ejemplos a continuación.

- a. “Me **gustaría** que **hubiera** muchísima más diversidad cultural”.
- b. “Me encanta la diversidad cultural y me **gustaría** que se **fomentara** más”.
- c. “Este es un mundo con una gran diferencia cultural tanto en el lenguaje como en las tradiciones y eso se **debería** de celebrar”.

Ahora bien, en estos casos el *irrealis* se ocupa en el plano de nuestras acciones ante la diversidad cultural; *debemos* fomentarla, *debe* encantarnos. La diversidad cultural en sí se considera un hecho, por lo que aparece en modo indicativo. Lo que está en duda es nuestra capacidad de actuar de manera adecuada en su presencia.

## REFLEXIONES FINALES

Este estudio se llevó a cabo entre estudiantes de nuevo ingreso a una Licenciatura en Lenguas en una universidad pública mexicana. La ciudad de Toluca, donde se ubica la universidad, es conservadora e industrial, no es un destino turístico significativo en México. En el momento del estudio, Donald Trump estaba manejando una campaña presidencial en la que se percibía un fuerte componente antimexicano en parte por su promesa electoral de realizar deportaciones masivas de *bad men* mexicanos y construir un muro fronterizo cuyo costo será cubierto por los mexicanos. Se puede asumir que estas circunstancias afectaron las respuestas dadas por los participantes.

El propósito del presente estudio era indagar las percepciones de las actitudes hacia los extranjeros en una población de jóvenes estudiantes de lenguas extranjeras. Los datos presentan una tensión entre lo que es y lo que debe ser. El cuestionario fue diseñado para ver qué pensaban los participantes acerca de lo ideal y lo real en cuanto al respeto a los derechos y el trato recibido por los extranjeros en México. En varias

de estas preguntas se apreció una tendencia hacia respuestas positivas, sobre todo con respecto a la situación ideal. En los casos, en particular en relación con la situación deseada, en que los participantes no sentían que podían responder de manera positiva, su tendencia era hacia dar respuestas neutras, en lugar de dar una respuesta negativa.

Una parte importante de los comentarios señalaban la necesidad de respetar al otro y ofrecer un buen trato a los extranjeros. Se aprecia entre los encuestados una tendencia hacia una autoimagen endogrupal favorable, negando su manejo de estereotipos y recalcando la necesidad de tratar a las personas de manera individual sin formular prejuicios. Al mismo tiempo que se expresa esta resistencia a la estereotipificación de los migrantes; sin embargo, los participantes se autocaracterizan en identificación grupal como mexicanos tolerantes y generosos con los migrantes. Esta caracterización es, a su vez, un estereotipo, lo que constituye un punto de conflicto en el modelo mental. No obstante, la incongruencia no les genera disonancia.

Lograr esta autoimagen positiva en que sin excepción en México los extranjeros reciben un buen trato implica pasar por alto la marginalización y la criminalización de algunos grupos de migrantes que han sido ampliamente documentados (Barja Coria *et al.*, 2011). Ahora bien, los encuestados no usan términos que criminalizan al migrante como indocumentados ni ilegales, pero hay que recordar que el cuestionario indaga sobre las actitudes hacia los extranjeros. Tampoco se toma en consideración el aumento reciente en las repatriaciones forzadas (registradas en la prensa como “el aseguramiento”) en los que participa el gobierno mexicano. No se reconoce la vulnerabilidad de los extranjeros y migrantes en su paso por el territorio mexicano, donde la misma marginalización facilita la adsorción de migrantes a las hinchas del narcotráfico y ejecuciones masivas. Nada de lo anterior se presenta en la autoimagen del trato hacia extranjeros en México para estos estudiantes.

El estudio se realizó con una población muy pequeña, aunque la muestra es representativa para esta cohorte estudiantil. Los resultados del estudio no son generalizables hacia otras poblaciones de otras generaciones en la facultad ni hacia otros grupos de mexicanos. Sin embargo, el grupo analizado es interesante, porque su deseo de estudiar lenguas extranjeras lo convierte en una población particularmente dispuesta hacia los extranjeros. Su especificidad abre la posibilidad a futuro de estudios que comparen estos resultados con la misma población hacia su egreso del plan de estudios. Esto permitiría ver si el programa educativo les habrá facilitado la oportunidad de convivir con extranjeros y comprender más profundamente la

comunicación intercultural. Por otro lado, también ayuda a realizar comparaciones con otras poblaciones, tanto de universitarios como del público en general.

## REFERENCIAS

- Barja Coria, J., Carreño Nigenda, C. y De la Peña Rodríguez J. A. (2011). *Pese a todo, México siempre te abre los brazos: Estudio sobre la integración sociocultural de extranjeros*. México, CDMX, Sin Fronteras IAP.
- Baca Tavera, N. y Salas Alfaro, R. (2015). *Migración internacional, territorios y sujetos migrantes del Estado de México*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Bar-Tal, D. (1994). "Formación y cambio de estereotipos étnicos y nacionales: un modelo integrado". En *Psicología Política*. 9: 21-49.
- Condor, S. y Antaki, C. (2000). "Cognición social y discurso". En van Dijk, T.A. (ed.). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona, España: Gedisa, pp. 453-489.
- Espinosa, Agustín, Calderón-Prada, Alicia, Burga, Gloria y Güímac, Jessica (2007). "Estereotipos, prejuicios y exclusión social en un país multiétnico: el caso peruano". En *Revista de Psicología (Lima)*, 25(2), 295-338. Recuperado de: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0254-92472007000200007&lng=pt&tlng=es](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472007000200007&lng=pt&tlng=es).
- Grondin, G.M.K. y Velázquez Vilchis, V. (2015) Análisis de procesos de construcción identitaria en historias de vida. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 61. 105-138. En línea: <http://ela.cele.unam.mx/index.php/ela/article/view/154>
- Hofstadter, D. (2007). *I am a strange loop*. Nueva York: Basic Books.
- Huddleston, R. (2002). The verb. En Huddleston, R. y Pullum, G.K. *The Cambridge Grammar of the English Language*. Cambridge: Cambridge University Press. 71-213.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2010). *Migración*. Recuperado de: <http://www.beta.inegi.org.mx/temas/migracion/>
- Maldonado, G., Morales Castillo, R., González González, G. Crow, D. y Schiavon, J.A. (2015). *México, las Américas y el mundo, 2004-2014: Diez años de opinión pública y política exterior*. CDMX, México: CIDE.
- Montoya Arce, J., Salas Alfaro, R. y Soberón Mora, J.A. (2011). La migración de retorno desde Estados Unidos hacia el estado de México: oportunidades y retos. En *Cuadernos Geográficos*, 49: 153-178.

- Morales Sales, E.S. y Carrillo Torea, G. (2015). Expresiones relevantes de la xenofobia en México en el siglo XX y en los primeros años del XXI. En E.S. Morales Sales (coord.). *Temas de historia y discontinuidad sociocultural*. México: Library Outsourcing y Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 131-165.
- Pfleger, S., Steffen, J. y Steffen, M. (2012). *Alteridad y aliedad: La construcción de la identidad con el otro y frente al otro*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ross, J.A. (2006). The reliability, validity and utility of self-assessment. *Practical Assessment, Research and Evaluation* 11, 10. Recuperado de: <http://pareonline.net/getvn.asp?v=11&n=10>
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tajfel, H. (1984). Intergroup relations, social myths and social justice in social psychology. En H. Tajfel (Ed.), *The social dimension. Vol. II* (pp. 695-715). Cambridge: Cambridge University Press.
- Valencia, J.F., Gil de Montes, L. y Elejabarrieta, F. (2004). Creencias y actitudes hacia la inmigración: estereotipos, prejuicio y regulaciones normativas. En *Revista de Psicología Social* 19, 3: 299-318.
- Vásquez González, J.A. (2013). Los modos verbales del español actual. *Lingüística y Literatura*, 255-271. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476548728015>

## ANEXO

### **Cuestionario. Proyecto en busca de una voz mexicana**

Como parte de esta investigación estamos interesados en indagar acerca de las actitudes de los jóvenes mexicanos con respecto a los extranjeros, por lo que te pedimos que nos ayudes contestando este cuestionario. El tiempo de respuesta no debe exceder de los 25 minutos. Tus respuestas se tratarán de manera confidencial y los resultados que se generan se podrán reportar en artículos e informes de investigación, pero sin hacer referencia a ti por nombre. Cuando se reportan los resultados de la investigación se disfrazará la identidad de la institución educativa en la que estás estudiando para proteger lo más posible tu identidad. Solamente si deseas participar después deberás llenar el formato final en la que asientas tu nombre y tus datos de contacto. Se

entenderá que no deseas participar más en este estudio si omites llenar esta parte del formato, lo que no generará repercusión alguna para ti ante la facultad ni ante los investigadores.

**Datos personales de respondiente**

Edad: \_\_\_\_\_ Género: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

Localidad de residencia: \_\_\_\_\_ Estado de residencia: \_\_\_\_\_

**Competencia lingüística (español y otras lenguas)**

1. El español es mi lengua materna. Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. Mi inglés es tan bueno como mi español. Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. En cuanto al inglés me considero.  
Avanzado Intermedio Principiante En ceros

4. Mi francés es tan bueno como mi español. Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. En cuanto al francés me considero.  
Avanzado Intermedio Principiante En ceros

6. ¿Cuentas con alguna certificación de tu competencia en inglés o en francés?

De ser así, favor de anotar el certificado y el mes/año de obtención (por ejemplo, Trinity College, Grade 8, Noviembre 2015)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Sección 1: Afiliación nacional**

7. ¿Naciste en México? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Anota localidad y país \_\_\_\_\_

8. ¿Cuentas con la nacionalidad mexicana?

Sí	Sí y además tengo otra nacionalidad (anotar cuál. Por ejemplo, estadounidense, nicaragüense, etc.)	No (anota tu nacionalidad)

9. ¿Alguno de tus padres cuenta con una nacionalidad distinta a la mexicana?

No	Sí (anotar cuál(es) y nacionalidad)

10. En México, ¿con cuántos extranjeros has tenido contacto en el último año?

---

11. En México, ¿con cuántos extranjeros has tenido contacto en los últimos 5 años?

---

12. En México, ¿consideras que la cantidad de contactos con extranjeros que tienes ha aumentado, quedado igual o disminuido en los años recientes? De ser positiva la respuesta, ¿a partir de qué año es notorio el cambio?

Ha aumentado a partir del año: \_\_\_\_\_

Ha sido igual: \_\_\_\_\_

Ha disminuido a partir del año: \_\_\_\_\_

13. ¿El contacto con extranjeros ha sido pasajero (un encuentro por extranjero) o duradero (relación continua durante al menos un mes)?

---

14. ¿De dónde son los extranjeros con los que has tenido contacto en México?

Centroamérica

América del Sur

España

Estados Unidos o Canadá

Europa

Asia

África

Otro (precisar) \_\_\_\_\_

15. ¿Qué lengua han hablado los extranjeros con los que te has encontrado en México? (Enlista todas las lenguas e indica cuál ha sido la frecuencia relativa de exposición)

---

---

---

---

---

16. ¿En qué lengua hablaron durante el encuentro?

---

17. ¿Dominas este idioma?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Sección 2: Movilidad internacional**

18. ¿Has estado afuera de México ya sea para vivir o de vacaciones?

Sí (anota el número de salidas) \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

19. Enlista los países y duración de estancia (puedes continuar en la parte de atrás de la hoja de ser necesario).

País	Duración de la estancia	Año (aproximado)

20. Describe brevemente tu experiencia en el extranjero (elige al menos uno de los momentos en el extranjero).

---

---

---

---

21. ¿Cuál(es) lengua(s) usaste para comunicarte en el extranjero?

---

---

22. ¿Cómo describirías tu nivel de competencia en estos idiomas en el momento de la estancia?

Avanzado                      Intermedio                      Principiante

23. ¿Notaste alguna mejora en tu competencia lingüística durante tu estancia?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### Sección 3: Actitudes hacia el extranjero

Para las siguientes preguntas indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con los planteamientos. La escala de los valores cuenta con la siguiente correspondencia:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

Por favor, sé lo más honesto posible en tus respuestas.

#### El extranjero en México

	1	2	3	4	5
24. Es fácil ser extranjero en México.					
25. Las leyes migratorias mexicanas protegen a los extranjeros.					
26. En Toluca tratamos bien a los extranjeros.					
27. Los extranjeros en México tienen acceso a los mismos derechos que los mexicanos.					
28. Los extranjeros en México deben tener acceso a los mismos derechos que los mexicanos.					
29. Los extranjeros en México tienen mejores sueldos.					
30. Los extranjeros en México cuentan con mejores oportunidades de empleo.					
31. En México, a los extranjeros se les trata mejor que a los mexicanos.					
32. Los extranjeros en México tienen la libertad de practicar su propia religión.					
33. El extranjero en México debe tener la libertad de practicar su religión.					
34. El extranjero en México debe tener la posibilidad de abrir asociaciones civiles sobre su propia cultura.					
35. El extranjero en México debe ganar lo mismo que un mexicano con la misma formación.					
36. Si un extranjero es dueño de una empresa en México, debería emplear mayoritariamente a mexicanos.					

Comentarios:

---

---

**Cierre**

Por favor agrega cualquier comentario adicional que quisieras compartir con el equipo de investigación:

---

Agradecemos mucho tu apoyo

Si deseas participar más en este proyecto, favor de anotar tu nombre y datos de contacto a continuación.

Nombre completo: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_



## ¿CHINGADOS O CHINGONES? UN ESTUDIO DE CASO SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS DE MEXICANIDAD EN FACEBOOK

*Sabine Pflieger\**

*Betsy Fabiola Castillo Ríos\*\**

La información y la tecnología conectan hoy en tiempo real a miles de personas, construyendo, así, nuevas formas y patrones de consumo, modas y tendencias. Las redes sociales son capaces de generar noticias virales, *shitstorms* o posiciones de protesta diversas en poco tiempo y con una distribución casi mundial. Nunca antes hemos tenido la posibilidad de interactuar con tantas personas en una casi simultaneidad de tiempo y espacio. Facebook es una de estas nuevas ágoras para el intercambio de ideas y brinda a sus usuarios no solamente una plataforma para compartir noticias privadas y públicas, sino, sobre todo, un espacio para construir, deconstruir o reconstruir identidades individuales y colectivas.

La meta de esta contribución es explorar las construcciones de identidad en Facebook y determinar cómo estos nuevos foros sociales nos pueden abrir una ventana de oportunidad para estudiar construcciones identitarias, sociales y lingüísticas en movimiento. Consideramos que el estudio de la construcción de la identidad en Facebook tiene un gran potencial porque los sujetos no saben que son sometidos a estudio y, en consecuencia, sus participaciones discursivas o *posts* no tienen ningún sesgo investigativo inicial, ofreciendo así posicionamientos identitarios más auténticos y de mayor espontaneidad. Las intervenciones discursivas de Facebook generalmente presentan los elementos conceptuales en instanciaciones lingüísticas directas, semiorales y no filtradas. En estas instanciaciones discursivas emergen patrones identitarios que reproducen estructuras identitarias macrosociales vigentes.

---

\* Universidad Nacional Autónoma de México, [pflieger@unam.mx](mailto:pflieger@unam.mx)

\*\* Universidad Nacional Autónoma de México, [literaturacastillo@gmail.com](mailto:literaturacastillo@gmail.com)

El dato de la red social es siempre uno de esencia fenomenológica, una especie de termómetro puntual para medir el sentir social (*momentum*, Benjamin, 1927) frente a ciertos hechos o desarrollos sociopolíticos y culturales. E indistintamente de posibles restricciones del medio mismo, Facebook nos ofrece datos frescos a lo que consideramos “[nuestras] narrativas y nuestras historias subjetivas propias” (Davies y Harré, 2007: 249), que nos construyen una idea de quienes somos.

#### IDENTIDAD SOCIAL. MODELOS MENTALES IDENTITARIOS COLECTIVOS

Sea en las redes sociales o en la vida fuera de ellas, creamos constantemente modelos identitarios de grupos macro o micro, como naciones o familias, o de subgrupos que son importantes para nosotros en nuestras sociedades. Así definimos identidades colectivas para políticos o deportistas, o construimos modelos identitarios categoriales como la élite o los pobres. Pero también podemos crear modelos identitarios *ad hoc* para agrupar en una categoría rasgos de ciertos individuos percibidos como similares, como en “la generación X” o “mujeres como ella”.

En un proceso constante generamos identidades sociales en las que nos identificamos como pertenecientes a un grupo (endogrupo) y nos delimitamos hacia otros que no pertenecen a él (exogrupo). Los modelos mentales de la identidad social obedecen a autopercepciones y heteropercepciones que se nutren de discursos e interdiscursos que circulan en una comunidad y presenta una serie de datos, informaciones y circunstancias en un continuo espaciotemporal delimitado. Las identidades sociales son construcciones simbólicas realizadas en torno a un referente compartido (*cognición social*, Abrams y Hogg, 1999: 29ff). Los referentes de la cognición social, ya sean comportamientos visibles o referentes sociohistóricos y culturales son utilizados como datos fehacientes a partir de los cuales se teje una serie de atributos, conductas prescritas o prohibidas, esperadas o posibles para el grupo social. Se genera una focalización en términos de fenotipo, rasgos, atributos o conductas deseables o no deseables que permiten delimitar los grupos sociales ofreciendo categorías analíticas para los procesos de identificación y alterización (Pflieger *et al.*, 2012).

El modelo mental de identidad que se configura en las participaciones discursivas en Facebook, tipo comentario u opinión a una nota periodística, es simple y complejo a la vez. Por un lado, es un modelo simplificado y estereotipado porque los rasgos

identitarios que se instancian conforman un subconjunto de rasgos tipificados de un modelo identitario colectivo mucho más amplio y socialmente distribuido. Por el otro, es un modelo identitario complejo porque bastan pocos rasgos instanciados para referir a múltiples patrones identitarios con un fuerte arraigo histórico y una enculturación innegable, tanto para los productores como para los lectores. Esta enculturación transporta información identitaria densa sobre estructuras sociales subyacentes, relaciones intrasociales vigentes, y permite así que los individuos interactúen e intercambien posicionamientos y percepciones sobre quiénes son o desean ser.

El modelo mental colectivo identitario no es normativo ni sigue patrones científicamente comprobables (Pfleger, 2018), sino que está arraigado ampliamente en modelos *folk* enculturados que socializan toda la riqueza de la construcción de la identidad a lo largo de un continuo de *creencia-deseo* (Andrews, 2017), que, a su vez, permite la regulación de un comportamiento deseable frente a uno no deseable. En la interacción se activan estos modelos *folk*, se socializan, se actualizan y forjan de esta manera un entendimiento consensuado sobre la identidad colectiva. Ahora bien, dentro del entorno de los estudios sobre la identidad social, la mayoría de las investigaciones se han centrado en la construcción del otro y buscan definir, a partir de ciertos referentes (etnia, fenotipo, género, estatus social, entre otros), como se generan estereotipaciones y prejuicios por parte del endogrupo hacia el exogrupo (Abrams y Hogg, 1999). Lo que se ha estudiado en menor medida son las autopercepciones de la identidad social del endogrupo, es decir, aquellas percepciones de un modelo mental identitario colectivo propio, donde el otro es un *alter*, pero no un *alius* (Pfleger *et al.*, 2012). Por eso carecemos frecuentemente de datos fiables de cómo nos vemos a nosotros mismos en un entorno y tiempo determinados. En el caso del estudio que presentamos aquí analizamos la construcción de una identidad *folk* colectiva desde adentro, es decir, desde las producciones discursivas que hacen los mexicanos en intercambio con otros mexicanos. Todo con el fin de ver qué es lo que emerge como rasgos percibidos en un moldeo *folk* de mexicanidad.

#### EL NÚCLEO ESTEREOTIPADO DEL MODELO IDENTITARIO COLECTIVO

Ya establecimos que el estereotipo se forma en la cognición social como un simbolismo cultural compartido y se manifiesta con creencias simplificadas

consensuadas. El estereotipo refleja nuestro mundo social y los modelos mentales que tenemos sobre grupos y categorías dentro de él. Siempre ocupa la parte nuclear de un modelo mental identitario más complejo. Es una percepción simplificada y generalizada de la categoría de personas o grupos sociales que estamos viendo y nos brinda así la oportunidad de orientar la construcción identitaria propia y la del otro (Tajfel, 1981; Abrams y Hogg, 1999; Haslam, 1999; Banaji y Greenwald, 1995; Bar-Tal, 1994; McGarty, 2002).

Dada la complejidad de todo modelo identitario social necesitamos, para poder referenciarlo, forzosamente, una reducción de su complejidad para asegurar un fácil acceso que nos permite ubicar a otros miembros del grupo. Los procesos de estereotipación prueban ser muy útiles porque logran un razonamiento expedito, generando una evaluación rápida de hechos, de interacciones y de posibles implicaciones futuras (Anderson y Klatzky, 1987; Stangor *et al.*, 1992; Pandy y Macrae, 1996). El estereotipo funge como una herramienta de juicio heurístico al eliminar todo aquello que podría considerarse información no estereotipada, que ahorra recursos cognitivos para la interpretación en la interacción, y facilitar el procesamiento de la información entrante. En este sentido, el estereotipo en sí no es simple, sino una estructura abstracta compactada, cuya interpretación o “desempaque cognitivo” (Fauconnier y Turner, 2002) requiere de un enorme conocimiento sociocultural, y definitivamente la pertenencia al grupo social que generó el modelo.

En estudios precedentes (Haslam, 1999; Tajfel, 1981) se ha hablado frecuentemente de que los estereotipos del endogrupo resaltan, sobre todo, los rasgos positivos del grupo. Pero esto solamente es cierto si las valoraciones identitarias se hacen entre miembros del endogrupo frente a o hacia un exogrupo. Cuando el intercambio discursivo se da exclusivamente entre miembros del endogrupo emergen no solamente consensos sobre aquellos patrones que se consideran deseables en la identidad social compartida, sino también aquellos que son indeseables. Un estudio restringido a miembros del endogrupo puede llevar, en consecuencia, a nuevos puntos de vista sobre la autopercepción estereotipada de una identidad social determinada: “Members will both actively seek out and respond to information about the nature of their group stereotype and its action implications in the immediate context” (Haslam, 1999: 18).

## EL MODELO MENTAL ESTEREOTIPADO *FOLK* DE MEXICANIDAD

Si ahora hablamos de los estereotipos dentro el modelo mental de mexicanidad o de lo que los miembros del endogrupo consideran o creen ser sus rasgos identitarios deseables o indeseables, hay que entender que el modelo identitario colectivo del mexicano se fundamenta en un modelo *folk* con bases sociohistóricas fuertemente enculturadas. Por eso, la meta no es entrar a una discusión histórica exhaustiva sobre la creación de una identidad nacional mexicana desde un punto de vista sociopolítico de la construcción del Estado-nación mexicano (Vizcaíno Guerra, 2004), sino todo lo contrario, nos interesa la vigencia del núcleo estereotipado del modelo *folk* en la autopercepción del mexicano actual.

El modelo *folk* de la identidad colectiva del mexicano se configura en una dinámica de fuerzas de oposición entre dos polos estereotipados que, por un lado, concentran rasgos deseables y, por el otro, exhiben rasgos indeseables. Estos dos polos se conocen en la *vox populi* como “chingón” y “chingado” (Paz, 1950; Bartra, 1987, 2002, 2011). Lo “chingado”, de acuerdo con Octavio Paz, corresponde simbólicamente a la Malinche, la india débil violada por el hombre conquistador español, Cortés, quien es el fuerte, el que se impone. Es el “chingón”. De esta violación histórica nace el mexicano quien de aquí en adelante vivirá con dificultades para reconciliarse con su identidad mítica. Paz (en Bartra) observa que: “Lo chingado es lo pasivo, lo inerte y abierto [en la identidad del mexicano], por oposición a lo que chinga, que es activo, agresivo y cerrado” (2002: 23). Así que dentro del mito de su génesis desfavorable, el mexicano no solamente es un chingado por su herencia de conquista, sino simultáneamente es un chingón porque logra sacar siempre lo mejor de esta condición perniciosa. Viven en él al mismo tiempo el legado de una mujer débil y un hombre fuerte. Para Paz, resulta de esta contradicción que “para el mexicano la vida es una posibilidad de chingar o ser chingado” (1950: 69).

La pregunta es si el mexicano moderno se sigue percibiendo de acuerdo con esta mitificación histórica estereotipada de su identidad colectiva. Queremos determinar cómo se posiciona en su entorno actual y cuál es su percepción de los rasgos identitarios deseables (chingón) y no deseables (chingado) en su mexicanidad. Deseamos averiguar qué tan relevantes siguen siendo estos ejes identitarios *folk*, y qué tanto esta construcción identitaria mitológica crea

un panorama generalizado de unión (solidaridad) o disgregación (soledad) para los mexicanos. Dicho de otra manera, nos interesa ver como a través de diferentes posicionamientos individuales en las opiniones de Facebook emergen patrones recurrentes para la construcción identitaria colectiva, y, si de ahí surge un espíritu de mexicanidad actualizado.

Para cumplir con este objetivo revisamos en un estudio de caso cómo se posicionan los mexicanos en su identidad colectiva frente a notas periodísticas virales de Facebook en el entorno de los desarrollos sociopolíticos complejos a finales de 2016 e inicios de 2017. El tema de las notas virales son la migración y la inmigración, la relación bilateral tensa entre Estados Unidos y México, la economía insegura o eventos de la vida interna de México, como la celebración del día de la virgen de Guadalupe. En las intervenciones discursivas que se someten a estudio buscamos patrones que nos indicaran si el entorno macropolítico y social se percibe como una fuerza antagónica (Talmy, 2002) que impide una construcción identitaria colectiva deseable (chingado), o si el mexicano se asume con una renovada fuerza agónica y una identidad colectiva afirmada y estable (chingón). Queremos entender si persisten los estereotipos *folk* que apuntan hacia una identidad colectiva mexicana, la cual se percibe como victimizada dentro de un entorno nacional e internacional o si se muestran claras señales de agentividad que construyen solidaridad y unión para la mexicanidad.

#### PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Analizamos 3 000 opiniones de 10 noticias virales en Facebook-México, de noviembre de 2016 a febrero de 2017. Para la interpretación de los datos, nos servimos de un modelo multimodal cuantitativo y cualitativo que reúne análisis estadístico, del discurso y lingüístico, así como representaciones visuales-gráficas. Con ello buscamos describir el grado de agentividad identitaria dentro del modelo estereotipado de mexicanidad.

Como punto de partida situamos el concepto de mexicanidad sobre un continuo de agentividad, percibida entre los polos de una dinámica de fuerzas de oposición entre un polo agónico (chingón) y un antagónico (chingado). Esto con la finalidad de encontrar rasgos discursivos que favorezcan el logro de una identidad positiva,

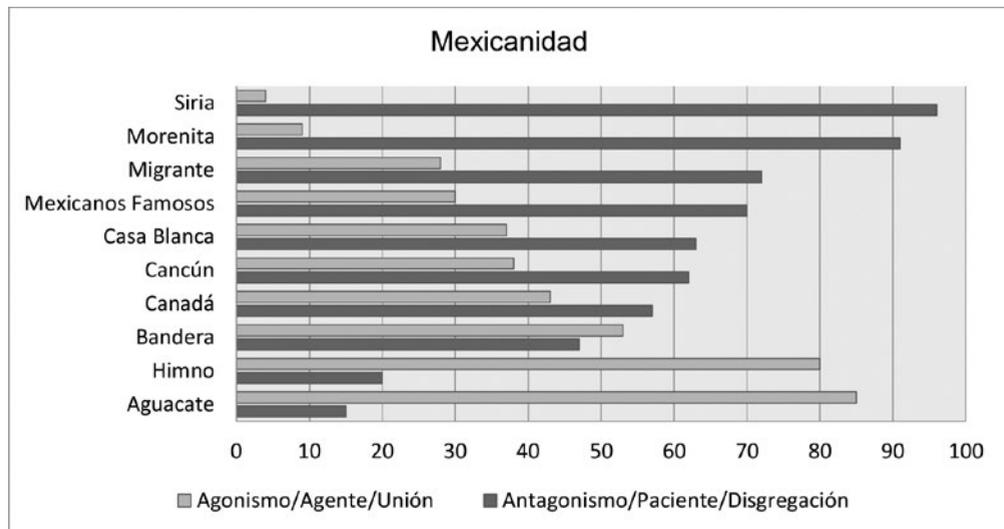


## ANÁLISIS DE LOS DATOS

*El análisis cuantitativo macro*

En un primer paso realizamos el análisis cuantitativo macro con la totalidad de las 10 notas de Facebook y sus 3 000 entradas o *posts*, para poder ver la distribución de la agentividad percibida entre los polos agónico y antagonico del continuo de la construcción de la identidad colectiva de mexicanidad. El resultado se muestra en la gráfica a continuación:

Gráfica 1. Distribución general de la agentividad percibida en las 10 notas de acuerdo con el continuo de fuerza agónica y fuerza antagonica



Fuente: elaboración propia.

En la distribución general de los datos podemos ver que en la mayoría de las opiniones que sometimos a estudio se perciben importantes fuerzas antagonicas que según los usuarios de Facebook promueven la disgregación de los mexicanos, favoreciendo un polo antagonico estereotipado. Solamente en tres de las 10 notas (Bandera, Himno y Aguacate) emerge un grado de agentividad percibido por los sujetos que rebasa



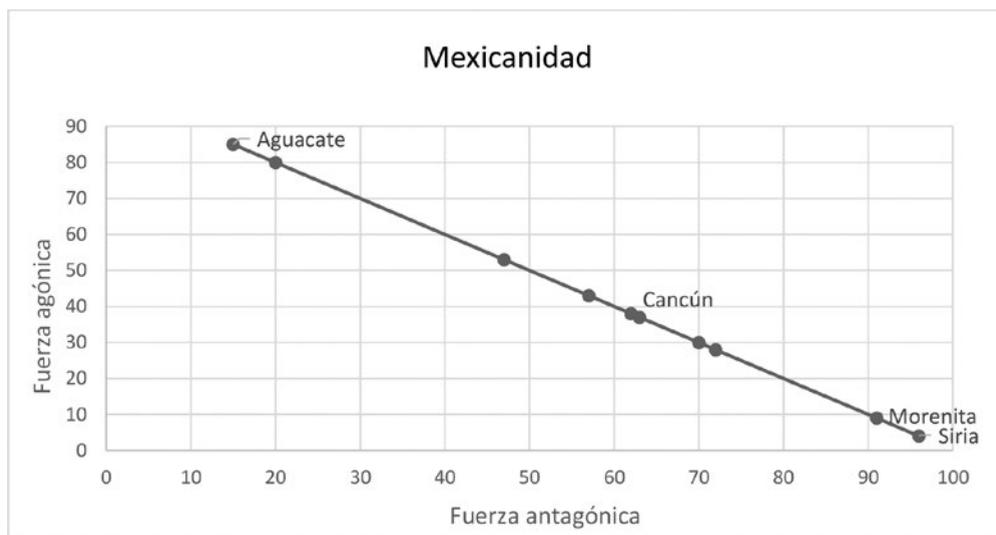
Unión	Disgregación	Disgregación	Disgregación
Bandera Himno Aguacate	Cancún	Canadá Casa Blanca	Siria Morenita Migrante Mexicanos famosos

Fuente: elaboración propia.

Veamos a continuación estos patrones recurrentes en la discusión de algunas notas selectas. Se describen, por un lado, los patrones recurrentes de la construcción de mexicanidad que se encuentran en los extremos del continuo de la dinámica de fuerzas; esto es, en el polo agónico la nota “Aguacate”, y en el polo de fuerza antagónica, las notas “Morenita” y “Siria”. Por el otro, someteremos a una mirada más cercana la nota de “Cancún” que exhibe un patrón identitario irregular.

Siguiendo estas ideas, observamos que en la nota “Aguacate” se tiene un patrón de fondo de fuerza agónica/agente/unión que fomenta una construcción identitaria colectiva positiva. En el análisis de “Cancún” describimos que todavía se percibe ese patrón de fuerza agónica inicial, pero que no lleva a la construcción de una identidad positiva, porque simultáneamente surgen fuerzas antagónicas inmanentes en la sociedad mexicana, lo que nos deja aquí con un patrón de fuerza antagónica/agente/disgregación. Mediante el ejemplo de la nota “Morenita” analizamos el patrón de antagonismo/paciente/disgregación, en el que encontramos un rasgo importante en la construcción de la identidad colectiva mexicana que bautizamos el “autosabotaje” a una identidad colectiva positiva. Finalmente, observaremos las opiniones sobre “Siria”, en la que el mexicano no percibe ningún tipo de agentividad y se siente víctima de fuerzas antagónicas ajenas a su influencia, con lo que se refuerza el patrón de antagonismo/-----/disgregación. Mostramos a continuación la ubicación de las cuatro notas seleccionadas para un análisis cualitativo detallado sobre una curva general de todas las notas analizadas de Facebook:

Gráfica 2. Ubicación de las 4 notas del análisis cualitativo sobre el continuo de fuerza agónica y antagónica



Fuente: elaboración propia.

### *El análisis discursivo<sup>1</sup>*

El patrón: fuerza agónica/agente/unión. El sueño de una mexicanidad unida o “despierta México”

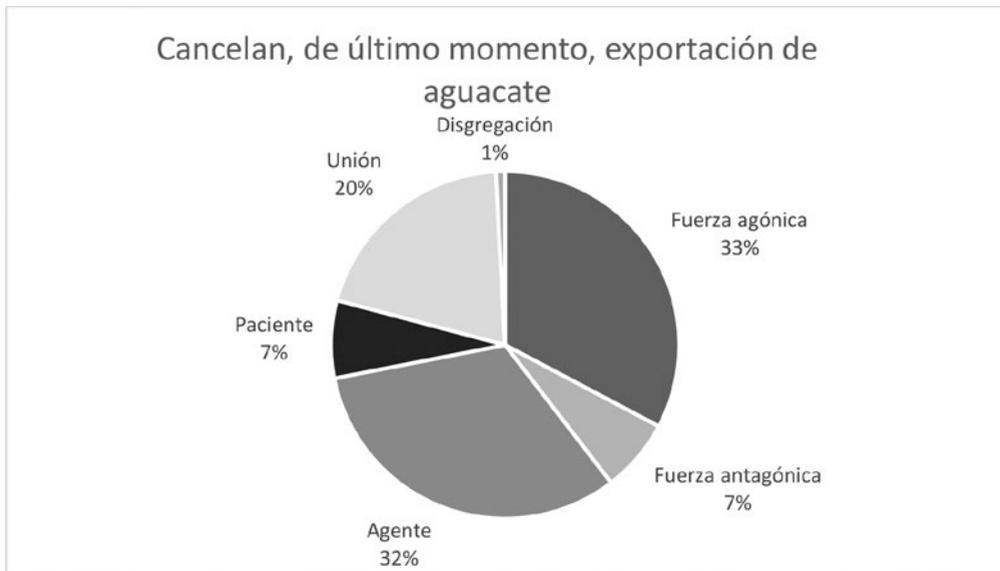
La nota “Cancelan, de último momento, exportación de aguacate a EU” de *SDP Noticias* del 23 de enero 2017<sup>2</sup> informa que Estados Unidos rechazó una carga de 120 toneladas de aguacate. Esto se debió a que el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) junto con las autoridades estadounidenses no formalizaron a tiempo la firma de un plan de trabajo para la exportación del producto.

<sup>1</sup> Todas las citas se dejaron en su aparición original (con errores ortográficos, de puntuación, etcétera).

<sup>2</sup> Disponible en <https://www.facebook.com/sdpnoticias/posts/1512940228730684>

Los opinadores reaccionan de manera viral a esta nota de la cancelación del aguacate. Omiten en sus comentarios que el problema radica entre la burocracia de ambos países y únicamente reaccionan al rechazo de la entrada del aguacate a Estados Unidos. En la gráfica 3 se aprecia el posicionamiento de los opinadores en Facebook con respecto a esta exportación cancelada. Ellos se reconocen como agentes (agente 32%, fuerza agónica 33%) capaces de enfrentar unidos (20%) la fuerza antagónica (7%) de los Estados Unidos.

Gráfica 3. Distribución de agentividad percibida en la nota “Cancelan, de último momento, exportación de aguacate”



Fuente: elaboración propia.

Los comentarios a esta nota reflejan que los opinadores perciben que una mexicanidad unida genera la posibilidad de enfrentarse a fuerzas antagónicas provenientes de Estados Unidos, abriendo una ventana de oportunidad para estabilizar y reafirmar la identidad propia:

- (1) “Es nuestra gran oportunidad de pensar y actuar como uno solo, unidos a favor de nuestro país del que somos parte y hacer lo necesario para quitarnos

el yugo de tantos años que nos ha impursto Estados Unidos. Es tiempo de ser mexicanos”.

- (2) “Hay que con sumir nacional hay paises que con sumen sus propios productos y no dejan que lleguen tiendas como Wal-Mart, y su país es de primer mundo a la chingada trump México es grande”.

La gran mayoría de los opinadores se saben dueños de un bien muy codiciado en los Estados Unidos: el aguacate, lo que nutre su fuerza agónica y les permite idear diferentes posibilidades de acción frente a la detención de las exportaciones mexicanas:

- (3) “Manden el aguacate y todas las verduras con los asiaticos les juro que jamas despreciaran a mexico en ningun aspecto, mexico no seas cerrado haz negocios con otros paises y peligro creceremos mas”.
- (4) “Productores vayan a vender su aguacate a los mercados del país, los supermercados, la frutería de la esquina, la vendedora de verduras de la banqueta..! Nada de andar llorando aquí sobramos Mexicanos para comer nuestro rico aguacate..!! Consumamos lo nuestro y ayudamos a nuestros productores, comerciantes, empresarios mexicanos..!”

La fuerza agónica percibida aviva, además de una mexicanidad “victoriosa”, el conflicto histórico de fondo con los Estados Unidos desplegando en los posicionamientos todo tipo de insultos hacia el país vecino:

- (5) “Como si México necesitará andarle rogando a los pinches gringos locos y como si hubiera aguacate de esta calidad en su país MÉXICO el mejor en todo”.
- (6) “Y nosotros los mexicano cuando vamos a dejar de consumirle a lo re \_ cochinos gringos ... Yo creo q ya es hora !!! Xq siempte tenemos q umillarnos y estarles rogando si aquí ay cosa muy buenas !!! Corajo !!! Ya debemos ponernos las pilas !!!! Despierta MEXICO !!!!!!!!”

Este patrón de fuerza agónica/agente/unión fomenta dos construcciones identitarias fundamentales y recurrentes del mexicano ante fuerzas antagónicas

externas provenientes de Estados Unidos. Por un lado, el deseo de enfrentar unidos los problemas que vienen del vecino del Norte y, por el otro, la búsqueda de soluciones creativas, como propiciarle alguna humillación. Ambas construcciones identitarias encuentran su motivación en un orgullo mexicano exacerbado (“*MÉXICO el mejor en todo*”, “*Despierta MEXICO!!!*”) y una mexicanidad que no debe ser lastimada (“*pinches gringos locos, Ya debemos ponernos las pilas!!!*”). Hay una percepción colectiva de que se puede pasar de ser el chingado a ser el chingón, sólo es cuestión de unirse frente a la fuerza antagónica.

El patrón: Fuerza antagónica/agente/disgregación. México lindo y herido o “todo el que tiene poder, abusa lo más que puede de los demás”

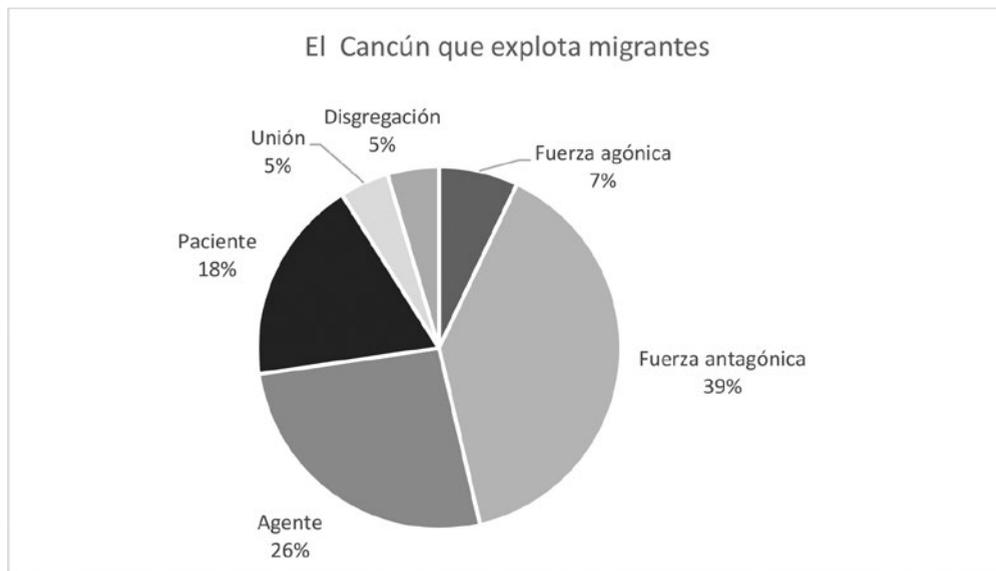
La nota titulada “El Cancún que explota migrantes”, publicada por *El Universal* el 6 de febrero 2017,<sup>3</sup> refiere a la situación de los migrantes centroamericanos en México. Se señalan específicamente unas situaciones de abuso en Cancún, donde muchos de ellos son contratados bajo pésimas condiciones laborales.

La reacción a esta nota presenta un patrón identitario inesperado en los comentarios, porque tenemos un patrón de fuerza agónica/agente pero que no lleva a la unión, sino a la disgregación. Normalmente, los migrantes representan una fuerza antagónica (véase la nota Siria), pero en este caso esa fuerza está dentro de la misma sociedad mexicana que los explota (39%). Muchos opinadores piensan que estas fuerzas pueden ser activamente controladas respetando al migrante y mejorando su condición (26%), mientras que otros muestran claras señales de racismo. Los participantes están divididos y no logran construir en sus comentarios la idea de una mexicanidad unida, sino todo lo contrario: se disgregan.

---

<sup>3</sup> Disponible en <https://www.facebook.com/ElUniversalOnline/posts/10155336291550681>

Gráfica 4. Distribución de agentividad percibida en la nota “El Cancún que explota migrantes”



Fuente: elaboración propia.

En la gráfica 4 se aprecia cómo la fuerza antagonica interna de explotar y tratar mal a migrantes de otros países divide a los opinadores generando reacciones polarizadas. Por un lado, se reconoce que el estereotipo de México como un país amigable y hospitalario no siempre se cumple del todo:

- (7) “Que triste que pase esto en Mexico....como si los mexicanos no emigramos tambien. Siempre nos ha caracterizado nuestra hospitalidad, donde quedaron nuestros valores?”
- (8) “Nosotros no somos así si supieran lo que se siente ser discriminado por ser extranjero!!! Soy orgullosamente mexicana y vivo en España y he sido discriminada. [...] Yo que tanto presumo a mi México”.

Por otra parte, se reconoce que la fuerza antagonica sale del mexicano mismo, más que de los migrantes. Existe en el país el abuso a grupos vulnerables que lleva a una fuerte incongruencia conceptual, pues mientras se pelea por los derechos de los migrantes mexicanos en Estados Unidos, se maltrata a los migrantes centroamericanos en México:

- (9) “Existen personas que contratan gente del centro y sur de México para explotarlos laboralmente en diversos tipos de trabajos : domésticos , de la construcción inclusive en las cafeterías de la UANL (ciencias biológicas). Para pagarles una miseria y abusar de la ignorancia de las personas lejos de sus lugares de origen.☹️☹️☹️☹️”
- (10) “Quiero ver que las autoridades federales hagan algo para que se respeten los derechos de estas personas y que no permitan el abuso así como le exigen al gobierno de estados unidos respetar los derechos de lo migrantes mexicanos”.

En muchos comentarios se refleja la molestia de los opinadores hacia sus compatriotas, que abusan y explotan a los migrantes, lo cual se corrobora en el bajo índice de unión (5%). También hay un alto grado de conciencia sobre la distancia que existe entre el estereotipo identitario de hospitalidad, amistad y compañerismo del mexicano y una realidad circundante llena de actitudes racistas y de explotación laboral. Así, un gran número de comentarios reaccionan de manera despectiva o abiertamente racista:

- (11) “Q se vayan a su pais si no les gusta aparte de arrimados wevones nada es facil y estas en otro pais q querias estar acostado pelandote el chile, cabron si te quedas sin dinero en otra ciudad siendo del mismo pais te tratan feo por tan solo arrimarte apedir chamba temporal asi q mejor jalele pa su tierra y chingele”.
- (12) “Que se los cargue la verga.que otras nacionalidades a guatemaltecos robando cerca de las estaciones del tren que se larguen a sus pinches países solo vienen a quitarles el trabajo a los locales.pura escoria que viene huyendo de los delitos que cometieron en sus países”.
- (13) “QUE BUENO!! por que cuando ellos llegan a USA se sienten más que americanos y se mofan de los demás, solo por que ellos tienen y tenían el beneficio del asilo político”.

Los opinadores se dividen entre quienes desean mantener una imagen identitaria estereotipada e idealizada de la hospitalidad y la calidad del mexicano hacia los extranjeros, y aquellos que se manifiestan abiertamente contra los migrantes. La conciencia acerca de la incompatibilidad de ambos polos en una identidad mexicana idealizada se hace patente en los comentarios, en los que se reconoce que el mexicano vive una realidad identitaria disgregada:

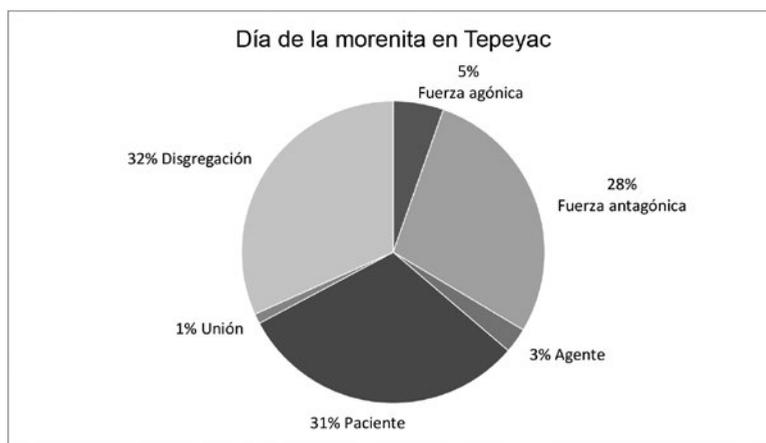
- (14) “Una vez más sale a la luz la verdadera naturaleza de los mexicanos. Quejarse por la discriminación y ser uno de los países con mayor índice de ello. Se discrimina a migrantes y a los propios mexicanos por sus creencias, nivel socioeconómico o por su orientación sexual. Viva México!!!”

El patrón: fuerza antagónica/paciente/disgregación. El autosabotaje a la mexicanidad o el “México idiotizado”

La nota “Día de la morenita en Tepeyac” de *Aristegui Noticias* en Facebook del 12 de diciembre 2016<sup>4</sup> reporta cómo los fieles devotos a la Virgen de Guadalupe se congregan, como cada año, en la Basílica de Guadalupe para festejarla.

La siguiente gráfica recaba los valores del posicionamiento de los opinadores, expresando que el ritual del festejo de la virgen de Guadalupe se percibe por muchos de ellos como una fuerza antagónica (28%) que resulta en una agentividad muy reducida (3%) y hace que los mexicanos sean más bien víctimas de las circunstancias de un fervor religioso exagerado (paciente 32%), el cual resulta negativo para la construcción de una mexicanidad positiva (disgregación 32%):

Gráfica 5. Distribución de agentividad percibida en la nota “Día de la morenita en Tepeyac”



Fuente: elaboración propia.

<sup>4</sup> Disponible en <https://www.facebook.com/AristeguiOnline/photos/pb.183919588401049.-2207520000.1481605580./1221029731356691/?type=3>

La religión y la resultante devoción a la virgen de Guadalupe se perciben por la mayoría de los opinadores como una afronta a la construcción de una mexicanidad positiva y poco en sintonía con los valores de una sociedad moderna. Se refieren al culto de la virgen de Guadalupe como algo arcaico y una fuerza antagónica identitaria impuesta:

(15) “[Es un] falso ídolo creado por los españoles para dominar a nuestros antepasados”.

Esta devoción religiosa se percibe como un referente a la conquista española, que le robó a la identidad mexicana sus verdaderos ídolos y dioses:

(16) “Esa mierda fue inventada y reemplazada por nuestra verdadera y auténtica diosa Tonantzi”.

(17) “LA GUADALUPE JAMAS EXISTIÓ LA INVENTARON LOS ESPAÑOLES PARA MANIPULAR Y ESCLAVIZAR A LOS PUEBLOS DE LA TIERRA”.

Esta fuerza antagónica de “lo español” en la cultura mexicana que suprime lo autóctono y prehispánico no permite, en la apreciación de muchos usuarios, avanzar hacia una identidad mexicana propia y positiva, porque al ser constantemente víctimas de símbolos que no pertenecen a la historia originaria del país se impiden los procesos de la construcción consciente de una mexicanidad autodeterminada:

(18) “No nos deja avanzar hacia una sociedad más consciente”.

(19) “México idiotizado. Mueve montañas por que no mueve mexico”.

(20) “La fe mueve a millones...de pendejos. La ciencia es lo que debería mover a esos millones de PENDEJOS”.

(21) “Borregooooos!!!! fanaticos, etc.”

Esa misma idea de no ser dueño de símbolos patrios propios también pudo ser observada en otras notas en los que los usuarios se expresan escépticos sobre la posibilidad de la construcción de mexicanidad favorable y de salir adelante como sociedad, ya que existen fuerzas foráneas inmanentes:

- (22) “Por eso de tercermundistas no salimos”.
- (23) “Nos encanta enaltecer los pendejos”.
- (24) “Así somos los mexicanos. Nunca dejaremos el subdesarrollo”.
- (25) “La mediocridad de los mexicaneros es sorprendente, por eso están destinados a su Miseria”.

Este patrón identitario de fuerza antagónica/paciente/disgregación presenta un fenómeno que bautizamos como el “autosabotaje a la propia identidad”, puesto que la fuerza antagónica, en este caso la devoción a símbolos religiosos impuestos, impide a los mexicanos ser “chingones”. Los mexicanos mismos reprochan a sectores importantes de su propia sociedad por sus rituales y sus valores religiosos con el argumento de que esto no está conforme con una identidad autóctona y autodeterminada.

- (26) “Todos somos indios... Pero los que le van a la Lupe si se pasan de indios y pendejos”.
- (27) “Este país es el primer lugar a nivel mundial en ignorancia”.
- (28) “Nos merecemos ese muro...ni como ayudarnos”.

Con estas corrientes sociales negativas, así las opiniones en su mayoría, no habrá una mexicanidad fuerte, sino más bien un panorama de permanecer en la condición de que México se va a la “chingada”:

- (29) “Los mexicanos **nos está llevando la chingada**”.
- (30) “Que **se vayan a la chingada**” por eso estamos como estamos.

El patrón: Fuerza antagónica/-----/disgregación. No hay mexicanidad o “El peor enemigo del mexicano es otro mexicano”

La nota “Llega a México estudiante siria” apareció en Facebook el día 2 de febrero de 2017 publicado por el periódico *El Universal*.<sup>5</sup> Inmediatamente después de su publicación se hizo viral recabando muchos comentarios por parte de los usuarios de

---

<sup>5</sup> Disponible en <https://www.facebook.com/ElUniversalOnline/posts/10155327525035681>

Facebook. En la nota se narra que la joven refugiada siria Samah Habulhamid será la primera de 30 estudiantes sirios en México que estarán en el país con ayuda del proyecto Habesha.

La siguiente gráfica recaba los valores del posicionamiento de los opinadores, que en su mayoría expresan que recibir extranjeros en México es una importante fuerza antagonica (32%) que debilita a los mexicanos, resultando en una agentividad casi nula (1%). Convierte a los mexicanos en víctimas (paciente, 32%) e impide en consecuencia la construcción de una mexicanidad positiva (disgregación, 32%):

Gráfica 6. Distribución de agentividad percibida en la nota “Llega a México estudiante siria”



Fuente: elaboración propia.

Tal parece que con esta nota se aviva el miedo profundo de los mexicanos a tener una nueva conquista por parte de fuerzas exteriores y extranjeras. Si bien Samah Habulhamid o sus 29 compañeros que estudiarán en México no representan una fuerza social relevante para el total de mexicanos, sí lo son en la percepción emocional de los usuarios de Facebook. Muchos temen aquí una ayuda indebida a extranjeros que no se está brindando a sectores necesitados de la propia sociedad:

(31) “carajos apoyen a los mexicanos no a gente extranjera”.

- (32) “conozco muchos mexicanos que también quieren seguir estudiando y conocer su propio país y no tienen las mismas oportunidades que un refugiado. mejor deberían ayudar a estudiar a un indígena”.

Este odio expresado hacia los extranjeros replica la autopercepción identitaria *folk* que hemos venido desarrollando en esta contribución. El extranjero siempre ha venido a México a conquistar y a humillar a los mexicanos. En consecuencia, muchos se expresan por no aceptar a refugiados sirios en México, tampoco brindarles ayuda para que puedan estudiar. La comunidad de usuarios se posiciona en un nacionalismo de fronteras cerradas:

- (33) “deberíamos bloquear la entrada a todo extranjero que solicite asilo hasta que se mejoren las condiciones de vida de todos los mexicanos”.
- (34) “no se le debe de permitir el acceso a nuestro país hasta que se tenga asegurado el 100 % a los estudiantes aztecas”.

Los pocos usuarios que en sus comentarios piden no ser racistas y ser hospitalarios reciben llamados encarecidos de los demás recordándoles que se requiere solidaridad con el pueblo de México frente a una posible invasión extranjera. Una actitud que nos recuerda el fenómeno del autosabotaje tematizado en el patrón identitario anterior:

- (35) “El peor enemigo de un mexicano, es otro mexicano... primero ayuden a su gente...”

Mientras que algunos *posts* se limitan a hacer llamados, otros se manifiestan de manera abiertamente violenta con tintes racistas, nacionalistas y sexistas:

- (36) “Al lahu akbar!!!! \*Boom!\* Al día siguiente”.
- (37) “Tendremos que empezar a comprar trajes antibombas”.
- (38) “seguro va acabar en un table de Cdmx, mesa que mas aplauda!”.
- (39) “Mandenmela a la casa, yo si la “acojo””.

Conforme aumenta el número de intervenciones, las reacciones se vuelven cada vez más enardecidas con un fondo conceptual en el que se autoperciben como chingados

y malinchistas, una clara referencia a la presencia del modelo *folk* de la identidad mexicana. Se constata que no existe solidaridad en la sociedad mexicana frente a fuerzas antagónicas amenazantes y el grado de agentividad para cambiar esta situación se percibe como nulo:

- (40) “Somos **malinchistas**, siempre ayudamos a extranjeros en lugar de ayudarnos a nosotros mismos”.
- (41) “también quiero estudiar en mi País, explorarlo, Pero **me chingo**, no ganó lo suficiente para ambas cosas”.
- (42) “Tengan amor a su país y a su raza, **chingada madre** cuando vamos a entender...”
- (43) “**Qué chingue** su Siria madre”.

### *El análisis lingüístico*

Pudimos constatar en las notas de opinadores de Facebook-México que se usan los mismos patrones lingüísticos que se han estudiado para otras lenguas (Crystal, 2004). El discurso de opinión en Facebook oscila entre valores epistémicos y valores evidenciales (Castillo, en preparación), que se nutre de recursos pertenecientes tanto de la modalidad oral como de la escrita. Ejemplos de ello son la no copresencia de los interlocutores porque el diálogo no se da en tiempo real, la ausencia de una planificación del discurso y un uso excesivo de recursos paralingüísticos. Existe una densidad enorme de elementos que emulan la emocionalidad, característica de un intercambio cara-a-cara y cuya función principal es enfatizar la propia postura o actitud, por ejemplo la duplicación de los signos de puntuación:

- (44) “Todos los mexicanos somos valiosos!!! Deberíamos denunciar a los discriminadores...como en Canadá!!!”
- (45) “Porque no se ocupan de la vilencia real de todos los días y dejen en paz al himno??? Son unos pendejos!!!”

O un alargamiento de vocales:

- (46) “hijos de su **putaaaa** madre pero a los pinches delincuentes **segurooo** les va dar menos ganas de robar si ni se lo saben pinches propuestas de diputados pendejas”
- (47) “**Haaaa!** Y dicen que Trump es culero? Los mexicanos somos tan malos anfitriones , en las fronteras con Guatemala y Belice hay explotadores , trata de personas y algunos hasta exclavizan a los inmigrantes , nos quejamos del norte y en el sur estamos por los suelos”.
- (48) “**Borregooooos!!!!, racistasss!!!,**”

También es frecuente el uso de mayúsculas que representa que el opinador está gritando:

- (49) “**PUTO LAVADO DE CEREBRO, PENDEJOS**”.
- (50) “Pero si as i es en todo **MEXICO** de que se asustan **TODOS!!!!!!**porque hay”.
- (51) “**TANTO** reclamo de sus 73.40de sueldo minimo en **MÉXICO???**y se dice que hay seguridad popular!!!de que les sirve cuando !!no hay medicina!???en **USA** tampoco te pagan tu seguro social tú!!tienes que comprarlo!!!y si te atienden aunque no tengas un segura en algunos hospitales,,pero te llega una cuenta que tienes que pagar estratosferica!!!”

Es de notarse también las reelaboraciones dialógicas propias de la modalidad oral:

- (52) “No cabe la menor duda de que el pendejo lo es, voy a explicarte algo ignorante, en todo cuánto compran ya sea indocumentado o legal están pagando impuestos. **Y quién crees que hace el trabajo pesado que no quieren hacer los americanos?**”
- (53) “veeeeeoo muchos tachando a los creyentes de ignorantes, siegos, tontos, manipulados, etc. Bueno si segun ustedes ya despertaron y no los idiotisan con esas mentiras. Que les trae de relevante o extraordinario sobre los q si creen. **Si uno dise “no pues yo soy muy exitoso en tal cosa”** te haseguro q hay un creyente igual o mas exitoso q tu. Respeto al derecho ajeno por favor. Tan simple”.



La “disgregación” se identifica con el uso de la tercera persona del singular y plural. Los pronombres él, ella, ellas, ellos aparecen siempre cuando miembros del endogrupo perciben fuerzas antagónicas a la unión de todos los mexicanos. Éstos pueden ser tan variados como *los mexicanos en Estados Unidos, los medios, los políticos*, los creyentes católicos o *los mexicanos que explotan a migrantes*:

- (62) “Obvio **ellos** saben que hay traductores, esto es solo muestra de desagrado contra los hispanos y yo creo q simplemente son cosas para tomarlas de quién vienen ...”
- (63) “**Ellos** se quedaron sin aguacate, pienso que ellos perdieron más que nosotros jajajaj”.

En cuanto a la noción de agentividad, se manifiesta tanto en verbos de actividad: *hacemos, escribimos, moveremos, buscaremos*, como en el uso del modo imperativo que refleja la intencionalidad del opinador con respecto al actuar de su grupo: *pongámonos las pilas, actuemos, revisemos, negociemos*.

- (64) “**A buscar otras opciones, otros mercados. Si del cielo nos caen limones, nos toca hacer limonada. Aprendamos a vivir como se nos venga, mercadologos a ponerse las pilas pero en serio...**”

Por el contrario, la ausencia de agentividad o pasividad se instancia en aquellas construcciones con verbos de estado en los que el endogrupo tiene un rol de sujeto paciente:

- (65) “Jajajajajajajaja que les valga tres kilos de riata lo que haga la gente con sus creencias..**por eso estamos jodidos**”.
- (66) “Siempre **le hacen** el feo a México”.

La fuerza agónica se instala en estructuras sintácticas activas donde el grupo del opinador es el sujeto, en las que además de volición se identifican verbos que señalan logros positivos como *llegamos, acabaremos* o *terminamos*.

- (67) “Puede mas la costumbre..que el amor..**Sueltence ya de las naguas gringas y empiecen a caminar** solos sin temor...el peor enemigo es el miedo y parece

que tenemos miedo a que los gringos nos rechacen...basta ya **miremos otros horizontes** y a **hecharle mucho mas ganas**..a demostrarle al guero que Podemos salir adelante y mucho mejor sin su estorbo...**Vamos Mexico!**...si se puede!...”

La fuerza antagónica, en contraste, se instancia en las estructuras en las que el opinador percibe que un exogrupo presiona sobre él y su identidad social con verbos de actividad malefactiva, como *perjudican, molestan, chingan, dañan, afectan, joden*, entre otros, y construcciones transitivas en las que los mexicanos o algún elemento que se considera un bien de éstos ocupan un rol de objeto directo o sujeto en oraciones pasivas:

(68) “Primero derrocar al gobierno es quien **a causado** mas daño.  
ya **se chingaron** todo el oro por cierto regalado por el pri y el pan”.

También pudimos comprobar que cuanto más se percibe a un otro o un evento como una fuerza antagónica que atenta contra la construcción de la mexicanidad, mayor uso hacen los opinadores de un lenguaje altisonante lleno de mexicanismos. Expresiones léxicas como *gringo, huevón, pinche, puta, joder* y *verga* refuerzan en la autopercepción del opinador un sentimiento de impotencia que siente frente a fuerzas antagónicas externas e internas que impiden su agentividad:

(69) “Viva México **a la verga culera**, ya basta de proteger y apoyar a los extranjeros”.

(70) “Pudiendo ayudar a varias raza aquí ,traen a estos **pinches terroristas !!!**  
todos los que VIENEN a mi país **a joder**”.

(71) “**IMAGÍNATE UN PINCHE SIRIO ORDENANDO A UN MEXICANO**”.

Cuando aumenta la fuerza antagónica no solamente incrementa el grado de uso del léxico altisonante en combinación con el uso de mexicanismos, sino también, y conforme los opinadores se mueven hacia el polo antagónico y una agentividad disminuida, emergen muchas acepciones del concepto de chingar (*chingar, a la chingada, chingue a su madre*). Dada la circunstancia de que la mayoría de las notas sometidas a estudio en esta contribución fueron percibidas como desplegando fuerzas antagónicas a la mexicanidad prevalece la percepción en los opinadores de que “ser mexicano” tiene más tintes de “chingado” que de “chingón”:

- (72) “también quiero estudiar en mi País, explorarlo, Pero **me chingo**, no ganó lo suficiente para ambas cosas”.
- (73) “**chingada madre** cuando vamos a entender...”
- (74) “**que se vayan a la chingada** por eso estamos como estamos”.
- (75) “**México esta de la chingada** sólo nos quejamos y no hacemos nada opinemos sobre **nuestro gobierno que nos está chingado**”.

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En esta contribución queríamos ofrecer un *momentum* para entender mejor las construcciones identitarias estereotipadas dentro de un endogrupo en un tiempo y espacio determinado. Esto porque la mayoría de los estudios se dedican exclusivamente a analizar las representaciones identitarias estereotipadas del endogrupo hacia un exogrupo determinado. También fue nuestra meta corroborar si en la actualidad el mexicano sigue construyendo su mexicanidad a lo largo de un continuo de chingón y chingado dentro de su modelo identitario *folk* enculturado.

El análisis muestra claramente que cuando se estudian las construcciones identitarias dentro de un endogrupo, las autopercepciones estereotipadas resultantes son mucho más diferenciadas que los estereotipos idealizados sobre la propia identidad que emergen en el endogrupo cuando se enfrenta a un exogrupo. Esto se debe a que la construcción identitaria en el endogrupo es con y frente a un *alter*, no un *alius* (Pfleger *et al.*, 2012), que desemboca en posicionamientos de sujeto más definidos. Como resultado, nos fue posible elaborar cuatro patrones identitarios recurrentes y característicos que articulan claramente que el endogrupo no siempre se percibe con rasgos positivos, sino que tiene conciencia de que en la propia sociedad existen rasgos no tan deseables que presionan sobre las autoimágenes estereotipadas e idealizadas. Especialmente aquellas notas del patrón fuerza antagónica/agente/disgregación, donde la fuerza antagónica proviene de los mismos miembros del endogrupo y generan divisiones identitarias importantes.

Adicionalmente pudimos constatar que, frente a un determinado tipo de dinámica de fuerzas antagónica que se nutren del pasado histórico y sociocultural, se producen corrientes de autosabotaje identitario en los que el mexicano se percibe como su peor enemigo cuando se trata de dar una autoimagen deseable. Aquí es

donde quizás existen las mayores tensiones sociales, puesto que se advierten fuerzas no reconciliadas en la sociedad mexicana y una intransigencia con la herencia histórica. Esto va en sintonía con nuestros opinadores en Facebook que expresan que la mexicanidad se sigue viendo amenazada por muchas fuerzas antagónicas, ya sea de afuera o desde adentro de la sociedad misma. La construcción identitaria social no parece haber encontrado un punto de estabilidad, sino sigue oscilando entre los polos de chingón y chingado, tal como lo constató Paz en su tiempo. Pudimos verificar que tendencialmente prevalece en la construcción identitaria colectiva del mexicano una idea de sentirse vulnerables, impotentes y no consolidados, es decir, más cerca del polo de chingado que del polo de chingón.

Por supuesto, hay que acotar que nuestra exposición de opiniones de Facebook es únicamente una prueba limitada en número y tiempo. El concepto de identidad nacional es siempre un constructo abstracto, multidimensional y efímero, difícil de captar porque se encuentra en una fluctuación conceptual constante. Los momentos en los que determinados sujetos mantienen entre sí relaciones de unión y disgregación son dinámicos y sus coyunturas están enmarcadas en condiciones políticas y culturales con vigencia temporal.

Aunado a ello, debemos suponer que entre los opinadores de Facebook que sometimos a estudio, existe potencialmente un efecto de “cámara de eco” que genera una dinámica y un pensamiento de grupo que influyen sustancialmente las opiniones con la tendencia a reforzar determinados patrones conceptuales mientras se suprimen otros.<sup>6</sup>

No obstante, de esta limitantes obtuvimos datos suficientes y capaces de señalar patrones conceptuales identitarios recurrentes y distintivos, que nos brindaron una visión más nítida sobre la vigencia de un modelo *folk* estereotipado para la construcción de la mexicanidad.

## REFLEXIONES FINALES

La conquista y la colonia, tematizadas en el modelo *folk* de la Malinche violada por el conquistador Cortés, parecen seguir simbolizando, según la autopercepción

---

<sup>6</sup> The echo chamber effect, disponible en <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2011/04/21/barack-obama-and-the-psychology-of-the-birther-myth/the-echo-chamber-effect>

del mexicano, una herida cultural profunda que no ha podido ser curada del todo en el curso de los siglos. En gran medida es un modelo que sigue impidiendo de alguna manera la construcción de una mexicanidad solidaria; pero México nunca ha sido culturalmente unificado, siempre se ha debatido entre el deseo de un México imaginario y un México heterogéneo que nace de distintas tradiciones y legados culturales. Entre estos polos resulta a veces difícil distinguir lo propiamente mexicano, dado que los procesos culturales y simbólicos de la construcción de una mexicanidad claramente delimitada carecen frecuentemente de un trazo continuo de lo propio y lo ajeno o lo extraño.

Tal parece que el colonialismo externo de antaño sigue vigente en una especie de colonialismo interno en el imaginario colectivo. De este conflicto emergen importantes fragmentaciones identitarias para la colectividad mexicana que afectan a la autoestima de cada individuo. Es aquí donde el modelo *folk* de la mexicanidad llena los vacíos de una identidad nacional solidaria que las fuerzas políticas no han sido capaces de consolidar. El modelo *folk* permite autoconcebirse como una comunidad imaginada dentro de un pensamiento mítico con el que el mexicano puede reflexionar las implicaciones de su historia sociocultural encontrando similitud, unión o una disgregación con otros sujetos o grupos dentro de su misma sociedad.

En este mito originario se narra una autopercepción de mexicanidad que hasta la fecha no es un proyecto consolidado, frecuentemente problemático y confuso. Quizás por eso, nuestros opinadores tematizan su mexicanidad como una condición de “chingados”, o como lo resume uno de los comentarios:

(73) “todo igual, igual de fregados, pobres, amolados, enfermos, ignorantes, agachados, sumisos, moquientos, hambrientos, friolentos, sufridos, esperanzados, explotados.

## REFERENCIAS

- Abrams, D. y Hogg, M. (1999). *Social identity and social cognition*. Oxford: Blackwell.
- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Andrews, K. (2017). Pluristic folk psychology. En J. Kieverstein (ed.) *The Routledge Handbook of Philosophy of the Social Mind* (pp. 117-138), London: Routledge.

- Andersen, S.M. y Klatzky, R.L. (1987). Traits and social stereotypes: Levels of categorization in person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 235-246.
- Banaji, M.R. y Greenwald, A. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem and stereotyping, *Psychological Review*, 142, 1, pp. 4-27.
- Banaji, M.R. y Hardin, C. (1996). Automatic stereotyping. *Psychological Science*, 7, pp.136-141.
- Bar-Tal, D. (1997). Formation and Change of Ethnic and National Stereotypes: An Integrative Model. *International Journal of Intercultural Relations*, 21, 4, pp.491-523.
- Benjamin, W. (1927(1982). *Das Passagenwerk*. Frankfurt a./Main: Edition Suhrkamp.
- Bodenhansen, G. y Lichtenstein, M. (1987). Social stereotypes and information-processing strategies: The impact of task complexity, *Journal of Personality and Social Cognition*, 52, 5, pp. 871-880.
- Castillo Ríos, F. (en preparación). *Los verbos de actitud proposicional en discurso con Oralidad secundaria* (Tesis de maestría no publicada). México: UNAM.
- Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davies, B. y Harré, R. (2007). Posicionamiento: La producción discursiva de la identidad. *Athenea Digital*, 12, pp. 242-259.
- Fauconnier, G. y Turner, M. (2002). *The way we think*. New York: Basic Books.
- Haslam, A. et al. (1999). Social Identity Salience and the Emergence of Stereotype Consensus, *Journal of Personality and Social Cognition* 25, 7, pp. 809-818.
- McGarty, C. y Yzerbyt, V. y Spears, R.(2002). Social, cultural and cognitive factors in stereotype formation. En C. McGarty/ V. Yzerbyt/R. Spears (pp. 1-15). *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Páez, D. (2003). Relaciones intergrupales. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta. (pp. 752-769). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson.
- Pendry, L.F. y Macrae, C.N. (1996). What the disinterested perceiver overlooks: Goal-directed social categorization. *Personal and Social Psychology Bulletin*, 22, 249 - 256.
- Pflieger, S. (en preparación), (coord.) *Lenguaje y construcción de la identidad: Una Mirada desde diferentes ámbitos*, México: ENALLT, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pflieger, S. y Steffen, J. y Steffen, M. (coords.) (2012). *Alteridad y aliedad. La construcción de la identidad con el otro y frente al otro*, México: CELE/ Universidad Nacional Autónoma de México.

Tajfel, H. (1981). Social stereotypes and social groups. En J.C. Turner and H. Giles (eds.) *Intergroup behavior* (pp. 144-167). Oxford: Blackwell.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS SOBRE ESTUDIOS DE ESTEREOTIPOS EN MÉXICO

- Aguilar-Morales, J.E. (2011). *Prejuicios, estereotipos y discriminación*. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Bartra, R. (1987). *La Jaula de las melancolías. Identidad y metamorfosis del mexicano*. México: Grijalbo.
- Bartra, Roger (ed.) (2002). *Anatomía del mexicano*. México: Plaza y Janés.
- Batra, R. (2011). *Axolotiada. Vida y mito de un anfibio mexicano*. México: FCE-INAH-Semarnat.
- Paz, O. (1950/2004). *El laberinto de la soledad*. México: Catedra.
- Vizcaíno Guerra, F. (2004). *El nacionalismo mexicano en los tiempos de la globalización y el Multiculturalismo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto de Investigaciones Sociales.



## EL OTRO MÉXICO, ESTEREOTIPOS SOBRE EL MÉXICO INDÍGENA

*Virna Velázquez\**

*Roland Terborg\*\**

México es conocido como un país multilingüe y multicultural; un país en donde conviven los que hablan el español y los hablantes de lenguas indígenas. Sin embargo, cuando un mexicano se refiere a otro mexicano cuyo origen es indígena la cosa puede ser diferente, pareciera que se tratara de una comunidad lingüística que no forma parte del país.

Por ejemplo, al llenar un formulario, si se pide información personal como la nacionalidad, la respuesta normalmente es mexicana; sin embargo, en otros ámbitos como en los discursos públicos, es usual escuchar que se habla de los grupos indígenas de forma casi independiente, como si fueran ciudadanos de otro lugar o una persona no mexicana. Para ejemplificar lo anterior nos pueden servir los textos impresos en los periódicos. En este trabajo reflexionamos sobre la forma en que los periódicos de circulación nacional y estatal refieren a los indígenas, así como los discursos estereotipados que de cierta forma contribuyen a dicha separación social.

En ese sentido nos interesa saber qué tanta presencia tienen las noticias indígenas en los medios periodísticos nacionales y estatales hoy día y cuáles son los estereotipos que se muestran sobre las comunidades indígenas en los periódicos.

### PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

Los estereotipos (Muñoz, 2010: 2) son generalidades que representan el rechazo de las diferencias personales que caracterizan a miembros de los exogrupos y tienen como fin

---

\* Universidad Autónoma del Estado de México, [virnalenguas@hotmail.com](mailto:virnalenguas@hotmail.com)

\*\* Universidad Nacional Autónoma de México, [roland.terborg@gmail.com](mailto:roland.terborg@gmail.com)

ignorar la variación en un grupo dado. Simbolizan también las “creencias almacenadas sobre las características de un grupo, [que] se desarrollan en los procesos intergrupos” (Bar-Tal, 1994: 21-22). Aunque los estereotipos se manifiestan de individuo a individuo, tienen una base social consensuada por los integrantes de un grupo. Este consenso tiene que ver con el sentido de pertenencia y cómo perciben a aquellos que no forman parte de su grupo. Detrás de un estereotipo viene una categorización manifiesta o inconsciente de lo que el individuo o grupo piensa, pero ¿cómo surgen los estereotipos? En principio emergen de un aprendizaje colectivo en los que “rasgos, intenciones, habilidades específicas y otras características atribuidas a otro grupo pueden influir las conductas de los miembros del grupo hacia ese grupo” (Bar-Tal, 1994: 22). La percepción que se tiene de unos depende del grupo al que se pertenezca, pero no siempre es así. Dentro de un mismo grupo pueden existir estereotipos encontrados o diversos. Para Bar-Tal, un modelo que explique los estereotipos debe cubrir cuatro cosas: que muestre que el estereotipo aplica para un grupo dado, que los grupos forman los estereotipos en términos de su relación histórica, política y social con los otros grupos; que dentro del grupo pueden existir diferencias en términos de lo que se considera como estereotipo por las experiencias individuales de los sujetos que conforman ese grupo, ya que los estereotipos se adquieren sobre una enseñanza cultural, y que éstos son cambiantes dependiendo de la época. Existen tanto estereotipos positivos como negativos, estos últimos “son consecuencia del conflicto de intereses percibido por los miembros del endogrupo con un exogrupo” (Bar-Tal, 1994: 28) y los positivos son el resultado de intereses comunes entre los endo y los exogrupos.

Los estereotipos se transmiten al grupo de diversas formas (Bar-Tal, 1994); los canales sociales son de especial importancia para la formación de los estereotipos en los endogrupos, ya que son fuentes institucionalizadas que contribuyen grandemente, pues para algunos grupos puede ser la única fuente de información que tengan y para otros se perciben como fuentes confiables, entre ellos, los textos escolares, discursos de líderes y los periódicos. De todos éstos, los periódicos (junto con la radio y la televisión) se consideran como autoridades epistémicas, aquel conocimiento que se acepta sin cuestionarse en términos de su validez y autenticidad. En todos los casos la información se puede transmitir de forma directa cuando se describen características del grupo o indirectamente, cuando se infiere la información.

Muñoz (2010: 1) comenta que “los estudios sobre la representación de las minorías en los medios de comunicación han demostrado que los grupos minoritarios han sido

normalmente infra-representados y estereotipados en los programas, desempeñando papeles menores y con ocupaciones de bajo estatus”. Asimismo, asegura que son pocos los estudios de representación mediática de los grupos minoritarios. Es nuestro objetivo analizar los estereotipos presentes en el discurso periodístico de circulación nacional y estatal para ver cómo se presenta al indígena mexicano en dichos medios; también observar qué tanto se privilegia la publicación de temas indígenas y de qué tipo de información se trata. Se parte de la idea de que se percibe a estos grupos casi como comunidades aparte, como si el México actual estuviera constituido por mexicanos e indígenas y no como se difunde en el discurso político nacional: un país multicultural y multilingüe.

#### LOS ESTEREOTIPOS DEL INDÍGENA

La Comisión de Derechos para los pueblos indígenas señala que

[...] si bien era de esperarse que los resultados cualitativos y cuantitativos confirmaran la situación de discriminación que viven los indígenas, lo cierto fue que rebasaron las expectativas en cuanto a la profunda ignorancia, mitos y estereotipos que muestra una gran parte de los mexicanos (CDI, 2006: 6).

Esta afirmación nos permite reflexionar sobre la situación de los indígenas, quienes muchas veces son estereotipados por el resto de la nación o ignorados por la mayoría del país como lo señala la CDI, pues una gran conclusión a la que llega es que los indígenas son “invisibles” para el mexicano común quien no los ve ni los conoce.

Para Muñoz (2010: 2), los estereotipos “son producto de procesos de tipo cognitivo que se desarrollan para categorizar en diferentes grupos a las personas, un proceso que conlleva la creación de ciertas creencias estereotipadas”. Estas generalizaciones no siempre son resultado de la experiencia del sujeto, sino del aprendizaje dentro del grupo, aunque no se tenga contacto con el mismo. Los estereotipos son movibles, ya que cambian dependiendo de las experiencias que se van teniendo en la vida.

Sámano Verdura (2010: 153) asegura que la imagen estereotipada del indígena no es necesariamente una impuesta desde fuera, pues desde el porfiriato en México

se aceptó la idea de que Occidente era la cúspide de la civilización, situación que de alguna forma contribuyó a crear imágenes despectivas sobre los indígenas, como personas incivilizadas, tontos, feos o torpes para comprender las cosas. Es decir, que dentro del mismo país se debate políticamente sobre la situación de los indígenas, lo que influye en la percepción de la población mestiza de este grupo. De esta manera, la imagen estereotipada fue impuesta tanto de fuera como desde dentro en la que se consolida la idea de una inferioridad tanto física como cultural. Sámano cita a Lumholtz para establecer la distinción entre indígena y mexicano, los primeros eran los racialmente puros, mientras que los segundos representaban al mestizo, que además simbolizaba el vínculo positivo entre los indios y blancos. Así, el mestizo o mexicano representaba la figura positiva de México, pues en la escala de civilización estaban por encima de los indios. No sólo por su apariencia, indumentaria y actividades culturales, sino por las expresiones corporales y actitudes, representaban un aspecto cultural de los indígenas mexicanos quienes, a decir de Lumholtz, en ocasiones se negaban a parecerse a los blancos:

[...] es que a pesar de que hubo un proceso de mestizaje, donde “los españoles no repugnaron mezclarse con los conquistados”, éste se mantuvo inconcluso, principalmente en el aspecto cultural, pues los mestizos tendieron a definirse, por decirlo de alguna manera, como “blancos incompletos”, más que como “medios indígenas”, además, aun cuando en teoría reconocieron su pasado indígena, en la práctica buscaron un mayor acercamiento con la “blanquitud” (Lumholtz en Verdura, 2010a: 190).

De esta manera se fue desarrollando poco a poco un sentimiento ambivalente de afecto-desprecio por la cultura y los pobladores indígenas, sentimiento que podemos ver hasta la fecha.

En ese sentido, Zúñiga González (1998: 6) habla de algunas características en los discursos sobre los indígenas: la dificultad para ver a esta población como grupos contemporáneos y la tendencia a usar su voz como si ellos no pudieran hacerlo por sí mismos. Así, define a lo indígena como objeto y no sujeto. Otra característica que señala el autor se refiere a considerar lo indígena como sinónimo de rezago. Tal vez este último argumento tiene su base en la historia de nuestro país, pues es sabido que en la escala económica y social los grupos indígenas se han mantenido desde la conquista en los últimos peldaños. El INEGI señala el porcentaje de la población analfabeta de 15 a 64 años, por entidad federativa y sexo.

A nivel nacional se observa que en el año 2000 había un poco más de 1 238 905 de hablantes que no sabían leer ni escribir (que representaban 30%), mientras que para 2005 era aproximadamente de 1 125 843 (27.3%). En todas las entidades, el número de mujeres analfabetas es superior al de los hombres con una diferencia de 18.4 puntos en 2000 y de 15.3 en 2005.

Otro elemento importante dentro del discurso mestizo refiere a la idea de que los mexicanos somos todos “indígenas”:

[...] un elemento característico de la identidad nacional del mexicano es la referencia constante al componente indio, ya sea al asumir el pasado prehispánico como propio, o bien por el énfasis con el que se destacan manifestaciones culturales actuales que poseen un profundo vínculo con la tradición histórica de los pueblos indios (Zúñiga González, 1998: 10).

Así, por historia nos autorreconocemos como tal y estamos orgullosos del folclore que rodea al indígena, pero en la vida cotidiana nos distinguimos de ello. Otra postura que señala es la mitificación del indio en el lenguaje como actor glorificante de los antepasados o como cultura superior. Finalmente, discute que en el discurso de Estado se percibe un sentir de protector del indígena, sin que este mismo sea capaz de ver por sí mismo sus asuntos, algo que este autor denomina como el tutelaje estatal.

Por último, Sámano Verdura (2010b: 95-96) reflexiona sobre el contexto nacionalista del país y dice que lo indígena es considerado un elemento antinacionalista, esto tiene que ver con la creencia de que la resistencia cultural de los indios a dejar sus costumbres impiden su integración al contexto nacional; entonces, los indígenas mexicanos entorpecen el progreso de la nación, a esto se le reconoce en la literatura como el “problema indio”. Mientras que Muñoz (2010: 12) señala que al indígena se le representa como sumiso, trabajador, agradecido con los que le ayudan y carente de conducta violenta.

## LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS

La presencia de las noticias indígenas y la clase de estereotipos activados sobre las comunidades indígenas representadas en los periódicos, crean y reproducen la imagen que tiene la mayoría de la población sobre esas etnias.

Hace algún tiempo los indígenas eran casi invisibles en la prensa mexicana. Entre 1989 y 1995 Carbó y Salgado (2006) realizaron un análisis de las notas en trece periódicos nacionales para obtener una panorámica de la presencia de las lenguas indígenas en el discurso periodístico. Las autoras concluyen lo siguiente:

[...] a lo largo de varias de las unidades que integran este corpus, la voz del presidente Salinas se hace presente para reiterar, una y otra vez, el orgullo que debemos experimentar ante nuestra herencia indígena, demasiado obvia para ignorarla y demasiado espléndida como para no hacer de ella un rico filón ideológico [...] Son también constantes los reclamos presidenciales por el descuido hacia los indígenas, para recordar que son “parte de lo que somos” y no “objeto de museo”, o que no son “los derrotados de la historia” (Carbó y Salgado, 2006: 559-560).

En marcado contraste con la exuberancia de la voz presidencial, los indígenas como enunciadores ocupan un lugar considerablemente menor, incluso acerca de lo que les atañe de la manera más inmediata. Rara vez se les menciona con nombre y apellido, y forman parte, por lo general, de una gran masa denominada indígenas, etnias o grupos, sin ubicación lingüística, geográfica o temporal precisa.

Al final del sexenio del presidente Salinas surgió el movimiento zapatista de Chiapas que tuvo como efecto una mayor visibilidad de los indígenas en general y de Chiapas en especial, entonces aumentaron las noticias sobre ellos en todos los medios de comunicación.

Nosotros partimos de la recolección de información de 15 periódicos: 12 de circulación nacional y tres de circulación estatal a lo largo de cinco semanas. A grandes rasgos hemos analizado los mismos periódicos que Carbó y Salgado (2006). Comenzamos desde dos grandes objetivos, el primero es recuperar información que trate la problemática indígena para ver qué tanto interesa a estos medios divulgar este tipo de noticias. En segundo lugar, queremos identificar el tipo de información de interés para dicho periódico a fin de clasificarla y analizarla a la luz de los estereotipos. Se parte de la hipótesis de que los periódicos se interesan sobre todo en la temática indígena desde una perspectiva folclórica, más que desde la problemática que viven los pueblos y comunidades indígenas en el país. Los medios que se monitorearon fueron los de mayor circulación e impacto en la población:

**Tabla 1. Nombres de periódicos y tipo de circulación**

<i>Núm.</i>	<i>Periódico</i>	<i>Circulación</i>
1	<i>La Jornada</i>	nacional
2	<i>Diario de México</i>	nacional
3	<i>El Heraldo de México</i>	nacional
4	<i>El Sol de México</i>	nacional
5	<i>El Universal</i>	nacional
6	<i>Esto</i>	nacional
7	<i>Excélsior</i>	nacional
8	<i>Reforma</i>	nacional
9	La Crónica	nacional
10	<i>La Prensa</i>	nacional
11	<i>Milenio</i>	nacional
12	<i>UnomásUno</i>	nacional
13	ABC	estatal
14	<i>Puntual</i>	estatal
15	<i>El Sol de Toluca</i>	estatal

Fuente: elaboración propia.

Sobre la primera pregunta ¿qué tanta presencia tiene las noticias indígenas en los medios periodísticos nacionales y estatales? Encontramos lo siguiente:

**Tabla 2. Frecuencia de información por semana, de alguna temática indígena en los periódicos de la investigación**

<i>Periódico</i>	<i>Publica información</i>	<i>No publica información</i>
<i>La Jornada</i>	3	2
<i>Diario de México</i>	5	0
<i>El Heraldo de México</i>	2	3
<i>El Sol de México</i>	4	1
<i>El Universal</i>	5	0
<i>Esto</i>	0	5
<i>Excélsior</i>	5	0

Continúa...

<i>Reforma</i>	0	5
<i>La Crónica</i>	5	0
<i>La Prensa</i>	5	0
<i>Milenio</i>	3	2
<i>UnomásUno</i>	3	2
<i>ABC</i>	5	0
<i>Puntual</i>	5	0
<i>El Sol de Toluca</i>	5	0

Fuente: elaboración propia.

Encontramos que siete de los 15 periódicos publicaron alguna información acerca de la población indígena a lo largo de las cinco semanas, esto representa casi la mitad de los medios periodísticos. Nueve de los 15 periódicos divulgaron alguna información sobre temas indígenas en cuatro noticias durante las cinco semanas. Esto parece indicar que esta temática tiene presencia a nivel nacional. En su mayoría los periódicos de circulación nacional se interesan en hablar de ello. Sin embargo, haciendo un análisis particular sobre el tipo de información que publican encontramos algunas particularidades, que nos llevan a la siguiente interrogante: ¿qué tipo de noticias es de interés para los medios periodísticos? y ¿cuáles estereotipos se muestran en estos medios de comunicación?

Ciertos tipos de estereotipos nos han llamado la atención y los queremos presentar a continuación.

El periódico *El Herald de México* muestra en su sección de noticias nacionales el encabezado: “Mancera defiende constitución en EU”, noticia que trata sobre la presentación de la nueva constitución de la Ciudad de México (CDMX) ante la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Nueva York. Lo interesante de esta noticia radica en que el discurso que el jefe de gobierno de la CDMX, Miguel A. Mancera, usa para legitimar dicha constitución reside en que se encuentra sustentada en la protección de los derechos de los pueblos indígenas. Así lo indica Roa (2017):

18 artículos que dan sustento y soporte a la regulación indígena de la Ciudad de México [...] es un referente porque se abordan los temas sustanciales desde la declaración misma

de ser un pueblo pluricultural, plurilingüe, pluriétnico, hasta llegar [...] a los mecanismos que los pueblos indígenas han reclamado y que hacen una lucha permanente [...] la Ciudad de México dio un paso sustancial al reconocer a los pueblos originarios y comunidades indígenas como sujetos de derecho público y garantizar su derecho a la autonomía y libre determinación.

Esta declaración muestra el estereotipo del tutelaje estatal que mencionaba Zúñiga González (1998), es sorprendente este anuncio, pues la Ciudad de México en realidad no se caracteriza por su alto número de habitantes de origen indígena y porque desde 2003 a nivel nacional existe dicho reconocimiento. Mancera usa este tipo de discurso para legitimar la emisión de esta constitución en el extranjero y obtener una empatía internacional, es decir, la preocupación gubernamental de garantizar a los indígenas “autonomía y libre determinación”.

La siguiente noticia es de *El Sol de México*; Mayorga (2017a) comenta en relación con el Día Internacional de la Lengua Materna que la directora de la UNESCO, Irina Bokova, exhorta a que la educación plurilingüe se reconozca en el mundo, tanto en los sistemas educativos como administrativos, en los medios de comunicación y en los intercambios comerciales, e indica que en años recientes se han encaminado acciones desarrolladas tanto por poblaciones indígenas como por instituciones públicas gubernamentales como el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI), la Dirección General de Educación Indígena (DGEI), la Secretaría de Cultura y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), por mencionar algunas. Esta noticia es alentadora; sin embargo, no es clara en cuanto a qué tipo de reconocimiento se refiere, tampoco sobre las acciones desarrolladas para contribuir a fortalecerlas. Sólo se señala que son los líderes naturales, maestros, estudiantes y especialistas los que efectúan diversas actividades para apoyar la recuperación de las lenguas maternas, tales como talleres o desarrollando materiales en diferentes aplicaciones informáticas, sin precisar cuáles. Termina su noticia diciendo:

Como se puede ver, hoy como nunca antes, se están desarrollando y acumulando diversas experiencias para la reproducción de las lenguas indígenas, pero aun así los compromisos y responsabilidades por parte de todos nosotros, indígenas, instituciones y población en general, son amplias a fin de contribuir y continuar trabajando en la valoración y difusión de las lenguas encaminadas a favorecer su transmisión y permanencia como una de las grandes riquezas culturales de México, una nación pluricultural.

Es aquí donde se refuerza el estereotipo de mexicano *vs* indígena. Cuando se señala “todos nosotros” y más adelante “indígenas”, ¿todos nosotros no incluye a los indígenas? ¿Por qué sería necesario precisarlo de forma independiente? Enseguida se reconoce el estereotipo de lo indígena como una “riqueza cultural” como si se tratase de una artesanía. Esta misma autora (Mayorga, 2017b) publicó el 30 de abril en relación con la “Celebración del Día del Niño” los juegos tradicionales de algunos grupos como los tarahumaras de Chihuahua y los kumai y cucapá de Baja California: “Entre algunos de los juguetes tradicionales mexicanos, elaborados por manos indígenas, podemos encontrar el trompo, el balero [...]”. Nuevamente se distingue a lo mexicano de lo indígena, lo que reafirma la idea de que existen dos grupos diferenciados en el territorio: los mexicanos *vs* los indígenas.

El siguiente artículo es también de *El Sol de México*, del viernes 21 de abril de 2017, la noticia “Herencia indígena, ícono del Estado de Michoacán”, de la sección de Cultura (s/a), en la que se habla sobre la vestimenta indígena de este estado y se le describe como una de las entidades con mucha riqueza cultural por sus culturas indígenas. Lo interesante de este texto es la forma en la que se presenta la información como si los indígenas fueran personas homogéneas: “las mujeres purépechas utilizan dos tipos de enaguas (faldas) para vestir sus delicadas caderas y fuertes piernas” y más adelante señalan: “las purépechas recogen su largo cabello color negro con dos trenzas que acompañan con listones de lana”. Al inicio de la noticia se indica que: “La etnia indígena de los purépechas es la poseedora de uno de los vestuarios autóctonos más conocidos del país, el cual continúa vivo gracias a que sus pobladores siguen portándolo con orgullo en su día a día”. Si bien varias mujeres de esta etnia usan dicha vestimenta, lo que se presenta aquí es la imagen estereotipada de la mujer purépecha que no permite ver a la población que no todas visten con faldas ni tienen pelo largo, negro y trenzado, lo que refuerza el estereotipo de la mujer indígena.

El jueves 11 de mayo de 2017 en el periódico de *El Sol de México* se anunció en la sección de Exposiciones lo siguiente: “Dedican exposición a pueblo de Sinaloa”. La noticia inicia:

Mientras el arqueólogo Luis Alfonso Grave Tirado realizaba trabajos de campo en la región sur del Estado de Sinaloa, encontró comunidades de indígenas tepehuanes cerca del río Las Cañas: el asunto llamó su atención ya que oficialmente los tepehuanes solo habitan en Durango y Nayarit.

Se inicia la noticia dando crédito a la figura de autoridad, “el arqueólogo”, alguien que por su posición está acreditado socialmente para dar testimonio de lo que se discute en este texto. Posteriormente, se usa el verbo “encontró”, lo que refuerza el estereotipo de que al indígena se le percibe como objeto y no como sujeto, pues es ‘algo que se encontró’.

El periódico *El Universal* en la sección Nación señala: “El 80% de los indígenas presos se procesaron con irregularidades: PRD”. La noticia reporta lo señalado por la diputada perredista Natalia K. Barón Ortiz, quien “acusó que la mayoría de los procedimientos están plagados de irregularidades, no solamente por la falta de traductores, intérpretes y defensores capacitados, sino porque el Ministerio Público y los jueces suelen desdeñar sus casos”, lo que muestra el desprecio que los medios gubernamentales tienen sobre los grupos indígenas y la violación a la que son objeto en la actualidad, pese a una garantía en papel de sus derechos.

En otra fecha, el 20 de abril de 2017 *El Universal* reportó: “Delfina promete apoyo a indígenas mazahuas”. Se dice que: “En el evento organizado en un descampado, una joven indígena, Margarita, le dijo en lengua mazahua que la comunidad carece de muchas cosas y son muy pobres, y que cuando gane las elecciones, no se olvide de su pueblo”. Es sabido que en la escala social ser mujer y además indígena te posiciona en el último lugar, esta idea se refuerza aquí, pues es una joven indígena que le habla en su lengua a Delfina cuando sabemos que ella no habla el mazahua; el estereotipo del pobre indígena que requiere apoyo del gobierno se refuerza con esta noticia.

El 2 de mayo este periódico publicó en la sección Metrópoli de la Ciudad de México (CDMX): “Pueblos originarios defienden la constitución”; se reporta la participación de Juan Cervantes Chávez, representante de la Convención de Pueblos y Barrios Originarios de la Ciudad de México, quien dijo: “Ante el mundo estamos defendiendo lo ya establecido en la Constitución de la Ciudad de México, el esfuerzo de hombres y mujeres, jóvenes, mayores, quienes han resistido y luchado por tener mejores condiciones de vida; y de exigir hacer realidad políticas públicas”. Entonces, si se exige hacer realidad la política pública significa que la realidad actual no la garantiza. En esta misma fecha y periódico, pero en la sección del Estado de México (EDOMEX) se presenta la noticia: “Del Mazo se compromete a apoyar a indígenas de Temoaya”; en la noticia se dice que: “Con el gabán y el collar de flores le ofrecemos la amistad; el bastón de mando representa la sabiduría, relató Gualterio Ramírez jefe supremo de la etnia otomí”. Se retoma la idea expresada por Muñoz sobre el indígena

concebido como una persona sumisa, trabajadora y sobre todo agradecida con los que le ayudan, en este caso el entonces aspirante a la gubernatura.

Finalmente, el 15 de mayo, *El Universal* presentó en su titular: “Maestros rurales de Guerrero dan su mejor esfuerzo pese a carencias”; en este texto se señala que: “en muchas ocasiones los libros de texto no llegan completos a las escuelas indígenas, lo que demuestra la discriminación de la cual continúan siendo objeto los niños y niñas indígenas de Guerrero”; la situación de rezago social y educativo se manifiesta con este tipo de noticias.

El periódico *Excelsior* presenta en su sección Nacional del martes 2 de mayo: “Ofrecen promover defensoría indígena”, acerca del evento de “El defensor público electoral: su contribución a la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas” en Nueva York. En la declaración la magistrada Janine Otálora Malassis “ofreció llevar a cualquier parte del mundo el modelo de Defensoría Pública Electoral para los Pueblos y Comunidades Indígenas”. Esto pareciera mostrar que nuestro modelo es exitoso; sin embargo, ella misma señala que: “No se puede hablar de justicia en un país democrático si no hay acceso efectivo a los tribunales para todas las personas, sin importar su condición económica, la complejidad del procedimiento o las cuestiones de lengua o distancia”. Con esto, reconoce que aunque existe una defensoría para los pueblos indígenas no es efectiva.

Hasta el momento hemos presentado ejemplos aislados que muestran la forma en la que los periódicos presentan estereotipos de las comunidades indígenas. Como hemos mostrado, en algunos casos es más directa la forma en la que se presenta la información y en otras más indirecta. Enseguida, queremos mostrar de manera más general los macrotemas encontrados, los que presentamos en las siguientes tablas:

Figura 1. Estereotipos positivos (+) y negativos (-) encontrados en los periódicos de la investigación

PERIÓDICO	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
La Crónica	+	-	+	-	+
	Política Cultura	Discriminación	Política	Discriminación	Educación

Continúa...

La Prensa	+	+	+	+	+
	Identidad	Orgullo nacional	Política	Derecho	Derecho
Milenio		+	-		+
		Historia Derechos Orgullo	Abuso de autoridad		Identidad
UnomásUno	+	+			-
	Patrimonio	Derecho			Muerte
ABC	+	+	-	+	-
	Tecnología Cultura	Educación	Discriminación	Lengua	Discriminación Política
Puntual	-	+	+	-	-
	Pobreza	Orgullo nacional	Derechos Orgullo	Política	Política
El Sol de Toluca	+	-	+	+	
	Patrimonio	Discriminación	Política	Moda	

Fuente: elaboración propia.

La clasificación se estableció con un signo de más (+) para aquellas noticias que se consideran de forma positiva hacia los grupos indígenas y un signo de menos (-) si se estiman negativas. Debajo de cada signo usamos un sustantivo que engloba el tema general de la noticia del periódico. Recordemos que Bar-Tal (1994) reconoce que existen tanto estereotipos positivos como negativos, dependiendo del conflicto de intereses comunes entre los endo y los exogrupos.

*La crónica* tuvo al menos un tema semanal sobre los pueblos indígenas, identificamos tres como positivos sobre política, cultura y educación. *La Prensa* también trató al menos una nota semanal con respecto a los pueblos originarios; fue el único periódico que mantuvo a lo largo de las semanas temáticas a favor de ellos. Los temas presentados fueron: la identidad, el orgullo nacional, la política y el derecho. Los periódicos *ABC* y *Puntual*, ambos de circulación estatal, tuvieron todas las semanas

un tema de interés indígena. El *ABC* presentó cuatro temas positivos: tecnología, cultura, educación y lengua, mientras que tuvo dos notas negativas: discriminación y política. *Puntual* expuso dos textos positivos enfocados al orgullo nacional y los derechos, así como dos negativos: pobreza y política. *El Sol de Toluca* publicó por cuatro semanas de las cinco de la investigación noticias relacionadas con los pueblos indígenas, tres categorizadas como positivas: patrimonio, política y moda, y una hacia la discriminación. Finalmente, *UnomásUno* mostró por tres semanas noticias de esta naturaleza, los temas positivos eran sobre el patrimonio y el derecho, y uno negativo enfocado a la muerte.

Figura 2. Estereotipos positivos y negativos encontrados en los periódicos de la investigación

PERIÓDICO	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
La Jornada	+ Identidad	+ Orgullo Nacional	+ Arte Derechos		
Diario de México	- Discriminación	+ Orgullo Nacional	+ Cultura Orgullo	+ Lengua	- Discriminación
El Heraldo de México		+ Derecho		+ Política	
El Sol de México	+ Lengua	+ Patrimonio cultural	+ Cultura	+ Cultura	
El Universal	+ Lengua	+ Orgullo Nacional	+ Patrimonio cultural	+ Lengua	- Discriminación Política Educación

Continúa...

Esto					
Excélsior	- Pobreza	- Derechos	+ Política	+ Lengua Orgullo Nacional	- Discriminación
Reforma					

Fuente: elaboración propia.

En esta tabla se puede ver que algunos periódicos abordan con mayor frecuencia temas de grupos y culturas indígenas, mientras que para otros esto no es prioridad. Es el caso del *Esto* y *El Reforma* que en nuestra revisión no tuvieron ninguna noticia al respecto. De tal manera que los temas clasificados como positivos son el orgullo nacional, la cultura, el patrimonio cultural, la lengua y el derecho. Otros menos frecuentes que se identifican como positivos son la política, la educación y la moda. Los textos categorizados como negativos más frecuentes fueron acerca de la discriminación, el abuso de autoridad, la pobreza y la política. Un tópico con menor presencia es la muerte. Otros dos que aparecen tanto positivos como negativos son la política y la educación. Podemos resumir la frecuencia de los temas analizados como sigue:

Tabla 3. Frecuencia de noticias en el estudio

<i>Periódico</i>	(+)	(-)	<i>No se publica información</i>
<i>La Jornada</i>	5	0	2
<i>Diario de México</i>	5	2	0
<i>El Heraldo de México</i>	2	0	3
<i>El Sol de México</i>	4	0	1
<i>El Universal</i>	4	3	0
<i>Esto</i>	0	0	5
<i>Excélsior</i>	4	3	0

Continúa...

<i>Reforma</i>	0	0	5
<i>La Crónica</i>	4	2	0
<i>La Prensa</i>	5	0	0
<i>Milenio</i>	4	1	2
<i>UnomásUno</i>	2	1	2
<i>ABC</i>	4	3	0
<i>Puntual</i>	2	3	0
<i>El Sol de Toluca</i>	3	1	1

Fuente: elaboración propia.

De estos números podemos ver que nueve de los 15 periódicos analizados favorecen los estereotipos de los grupos y culturas indígenas, ya sea porque en sus noticias incluyen al menos un tema semanal positivo o porque los que se discuten favorecen a estas culturas. Mientras que seis de éstos publican poca información o nada en absoluto, como *Reforma* y *Esto*, que a lo largo de cinco semanas no publicaron ninguna noticia sobre estas culturas.

Este análisis nos permite decir que en general existe presencia indígena en los medios periodísticos y que en ocasiones la información tiende a favorecer alguno de los aspectos de la vida de estos grupos minoritarios, pero que en otros momentos, como se ha mostrado del análisis individual, dicha información contribuye también a fortalecer los estereotipos negativos sobre los grupos indígenas.

## REFLEXIONES FINALES

Así como el tema de los indígenas ha ganado visibilidad en los medios (Carbó y Salgado Andrade, 2006), también ha cambiado el discurso oficial sobre ellos. Los hablantes del español ya no son considerados gente de razón (Bartolomé, 1997; Terborg y García Landa, 2013; Terborg *et al.*, 2015) en oposición al hablante de una lengua indígena. No se habla más de la necesidad de un proceso de civilización de los indígenas. Sin embargo, tampoco hay una emancipación total como mexicanos entre los hablantes de la lengua oficial y de las lenguas nacionales, como hemos tratado de mostrar.

Los grupos forman estereotipos de otros grupos con base en la relación histórica, política y social que mantienen con esos otros grupos. La sociedad mexicana, como señala Zámamo Verdura (2010), ha creado imágenes estereotipadas de los grupos indígenas no impuestas desde fuera, sino desde la misma sociedad mexicana, que, aunque en el discurso, se declaran como multiculturales, en realidad se manejan con dos grupos, desde la concepción de Lumholtz, la indígena y la mexicana. A este segundo conjunto se le ve como superior en la escala de la civilización, los mestizos que simbolizan desde el porfiriato el vínculo entre indio y blanco, aquellos que se les define como blancos incompletos más que “medio indígenas”; es decir, se asemejan más al grupo hegemónico de la cultura conquistadora.

Los puntos que aquí interesaban eran acerca de qué tanto los medios periodísticos discuten hoy aspectos de los grupos indígenas y qué tipo de estereotipos manejan. Sobre el primer punto, al parecer en la actualidad existe presencia de estas comunidades en los medios impresos. Sin embargo, sobre el segundo aspecto podemos ver que el tipo de información que se maneja contribuye en ocasiones a reafirmar los estereotipos negativos que, como Bar-Tal (1994) asegura, sufren como consecuencia del conflicto de intereses entre los endo y los exogrupos.

Así, estos estereotipos sirven para fortalecer la creencia de que los grupos indígenas son sumisos, agradecidos y objeto de la sociedad mexicana, más que sujetos activos que en general siguen siendo invisibles para los mexicanos no indígenas que no los conocen y que se dejan llevar por este tipo de información.

## REFERENCIAS

- Anónimo (2017). Dedicación a pueblo de Sinaloa. *El Sol de México*, Exposiciones. Recuperado de: <https://www.elsoldemexico.com.mx/cultura/exposiciones/658264-dedicacion-a-pueblo-de-sinaloa>
- Bar-Tal, D. (1994). “Formación y cambio de estereotipos étnicos y nacionales. Un modelo integrado”, en *Psicología política*, núm. 9, 21-49.
- Bartolomé, M. A. (1997). *Gente de costumbre y gente de razón. Las identidades étnicas en México*. México, D. F. Instituto Nacional Indigenista, Siglo Veintiuno Editores.
- Carbó, T. y Salgado Andrade, E. (2006). “Invisibilidad de las lenguas indígenas en la prensa nacional mexicana, o: el recuento de un ¿olvido? (1989-1995)”, en Terborg, R. y García

- Landa, L. (comps.) *Los retos de la planificación del lenguaje en el siglo XXI*. México: UNAM, pp. 525-562.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indígenas (CDI) (2006). “Los pueblos indígenas de México Pueblos Indígenas del México Contemporáneo” Recuperado de: <http://www.cdi.gob.mx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2005). “Porcentaje de población analfabeta en hogares indígenas (2000 y 2005)”. Recuperado de: [http://www.inec.edu.mx/bie/mapa\\_indica/2006/PanoramaEducativoDeMexico/CS/CS16/2006\\_CS16\\_.pdf](http://www.inec.edu.mx/bie/mapa_indica/2006/PanoramaEducativoDeMexico/CS/CS16/2006_CS16_.pdf), 10, septiembre.
- Mayorga, N. (2017a). “Fortalecimiento de las lenguas indígenas.” *El Sol de México*. Recuperado de: <https://www.elsoldemexico.com.mx/columna/fortalecimiento-de-las-lenguas-indigenas>, 20 Abril
- Mayorga, N. (2017b). “Celebración del día del niño.” *El Sol de México*. Recuperado de: <https://www.elsoldemexico.com.mx/columna/celebracion-del-dia-del-nino>, 4 mayo.
- Muñoz Muriel, C. (2010). “Estereotipos del indígena mexicano. Un análisis de contenido de los programas de entretenimiento y ficción de la televisión local de Monterrey” en *Las jornadas internacionales de investigación y posgrado en ciencias sociales*, Ciudad Victoria, Tamaulipas, México.
- Periódicos de circulación nacional: <http://consulmexsd.org/prensa/periodicos-nal.html>, marzo de 2018.
- Sámano Verdura, J. (2010a). *Hacia la construcción de un estereotipo del indígena mexicano, 1810-1920. La fotografía y las investigaciones etnográficas de Aleš Hrdlička, Frederick Starr, Carl Lumboltz, Leon Diguel, Nicolas Leon y Manuel Gamio*, Tesis de maestría, México: UAM.
- Sámano Verdura, J. (2010b). “De las indígenas necias y salvajes a las indias bonitas. Prolegómenos a la construcción de un estereotipo de las mujeres indígenas en el desarrollo de la antropología en México, 1890-1921”, en *Signos históricos*, núm. 23, enero-junio, pp. 90-133.
- Terborg, R. y García Landa, L. (2013). “Linguistic Discrimination, Poverty, and the Otomí in Mexico” en Pascale, C.-M. (ed). *Social Inequality & the Politics of Representation. A Global Landscape*. Los Angeles, SAGE, pp. 35-48.
- Terborg, R., Velázquez V. y Trujillo Tamez, I. (2015). “Discursos del pasado y actitudes hacia los hablantes indígenas”, en Terborg, R., Alarcón, A. y Neri, L. *Lengua española. Contacto lingüístico y globalización*. México, D.F. UNAM, CELE, pp. 97-116.

- Roa, Wendy (2018). “Mancera defiende constitución en EU, *El Heraldo de México*. Recuperado de: <https://heraldodemexico.com.mx/busqueda/portada+8/pagina/3/>
- Zúñiga González, V.A. (1998) “De cómo hablamos de los indígenas los mexicanos (no indígenas) en el México actual”, en *Región y sociedad*, Vol. IX, núm. 15, El Colegio de Sonora.
- (s/a) *El Sol de México*, abril 2017 Recuperado de: <https://www.elsoldemexico.com.mx/cultura/644343-herencia-indigena-icono-del-estado-de-michoacan>
- (s/a) *El Universal*, 20 abril 2017 Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2017/04/15/el-80-de-los-indigenas-presos-se-procesaron-con-irregularidades>
- (s/a) *El Universal*, 2 de mayo 2017 Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2017/05/2/pueblos-originarios-defienden-la-constitucion>
- (s/a) *El Universal*, 15 de mayo 2017. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/05/15/maestros-rurales-de-guerrero-dan-su-mejor-esfuerzo-pese-carencias>
- (s/a) *Excélsior*, 2 de mayo 2017. Recuperado de: [www.excelsior.com.mx/periodico/flip-nacional/02-05-2017](http://www.excelsior.com.mx/periodico/flip-nacional/02-05-2017)



# LA CREACIÓN DEL ESTEREOTIPO DESDE LOS CÍRCULOS DEL PODER. EL CASO DEL ESTADO DE MÉXICO

*Edgar Samuel Morales Sales\**

El objetivo de este trabajo es tratar de evidenciar cómo y por qué se ha construido en el tiempo y en el espacio el estereotipo de “lo mexiquense” y de “los mexiquenses”. Tomando en consideración que es un constructo social, como procuraré evidenciar, es interesante ver que en ese proceso complejo se involucran aspectos históricos, sociales, culturales, políticos y económicos. No se trata de una evolución espontánea surgida de grupos sociales determinados, ajenos a la entidad federativa mexicana conocida bajo el nombre de Estado de México, que nos permita conocer cómo se piensa y se define a los habitantes de dicha entidad; con base en ciertas categorías, o se les asignan positiva o negativamente valores, conductas, actitudes y formas de percepción determinadas. Tampoco parece nacer de la mentalidad propia de quienes pueblan el estado: de sus formas de vida, prácticas, hábitos cotidianos, costumbres y valores o maneras de percibir las cosas y actuar en el mundo. En tanto que la discontinuidad en cada uno de esos factores es propia del grupo social que sea tomado en consideración, sino de las necesidades de los órganos del poder público de la entidad.

## PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Por estos motivos, inicialmente recurriré al método histórico mediante la consulta de fuentes documentales que nos permitan conocer cuál ha sido la trayectoria de conformación de la entidad federativa tomada en consideración, también cómo

---

\* Universidad Autónoma del Estado de México, [esmorales@hotmail.com](mailto:esmorales@hotmail.com)

aparecieron, se transformaron y permanecieron las identidades regionales del centro del país, y posteriormente cómo y por qué se ha tratado de construir una identidad estatal única. Por lo anterior, usaré el método sociológico, observando a la llamada sociedad estatal en sus procesos que resultan mayormente significativos: los de conformación, de transformación y de control, manejo y transmisión del capital simbólico construido mediante mecanismos fundamentalmente ideológicos, organizados, manejados, controlados y transmitidos desde las cúpulas del poder público.

#### ESTADO DE MÉXICO: ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Desde estas perspectivas, recordaré que el Estado de México se fundó sobre la demarcación territorial creada por la administración colonial española, y conocida como Provincia de México, cuando el actual territorio mexicano se denominaba Nueva España. El toponímico México proviene del náhuatl, lengua perteneciente a la familia lingüística denominada uto-azteca, que practicaban los antiguos mexicanos. La ciudad prehispánica, capital del imperio azteca, era conocida bajo un nombre doble: el primero era México, del náhuatl *Me*, sílaba inicial de *Meztli*, Luna; *xico* o *xicu*, literalmente ombligo, por extensión centro, pues se supone que la cicatriz umbilical se localiza en la parte media del cuerpo humano, y *co*, sufijo locativo que se traduce generalmente como en. Por tanto: *En el centro de la Luna*. El segundo nombre era: Tenochtitlan, de *Tenochtli*: cactus de pencas redondas que produce el fruto llamado en náhuatl *nochtli* y en español tuna; más el sufijo locativo *tlan*, esto es: *tierra o lugar del cactus que produce el nochtli*. Para los antiguos mexicanos este fruto, especialmente cuando su pulpa es de color rojo, evocaba el corazón del sacrificado; en el escudo nacional mexicano actual aparece en el centro del lábaro patrio.

Según la tradición mexicana, su ciudad era reflejo de una ciudad cósmica ideal; a su vez, fiel reproducción de la ciudad terrestre. Es evidente que estos dos términos conducen a la dimensión mitológica de los antiguos mexicanos, que tienen que ver con la fundación misma de la Ciudad azteca y con sus prácticas del sacrificio por cardiectomía, de todo lo cual no me ocuparé en detalle en este trabajo. En todo caso, es interesante observar que el glifo de la Ciudad de México está compuesto por un fondo azulado, el cielo nocturno, tapizado de figuras parecidas a ojos que representan

a las estrellas, en cuyo centro aparece una olla, la luna. A su vez, en el interior se encuentra la figura de un conejo blanco con manchas negras; visto de cuerpo entero y de perfil. Todavía, en el México del siglo XXI, las manchas de la luna llena evocan, para muchos pueblos, la figura de un conejo (Tibón, 1993).

Al triunfo de los españoles sobre los antiguos mexicanos, Hernán Cortés, conquistador del imperio azteca, estableció como sede del territorio invadido la antigua ciudad mexicana, denominándola simplemente México. Con el paso de los años, la zona aledaña a México se nombró así y el valle en donde se emplaza se proclamó como Valle de México. A través de los siglos el nombre de México se aplicó a toda la comarca del centro del país y más tarde se empleó para aludir a todo el territorio geográfico conquistado por los españoles del siglo XVI. Aunque inicialmente se le asignó el nombre de Nueva España, actualmente así se designa a todo el país en prácticamente todas las lenguas del mundo, a pesar de que el nombre oficial del país es Estados Unidos Mexicanos.

En este aspecto, tendríamos que insistir en que los únicos mexicanos que existían en este vasto país eran los habitantes de la Ciudad de México-Tenochtitlan. Fuera de sus límites, se encontraban, por nombrar sólo algunos de los pueblos asentados en las márgenes del Lago de Texcoco, los xochimilcas, acolhuas, tepanecas, texcocanos y otomíes, y así se autodefinían, obviamente, percibiéndose diferentes de los mexicanos. Más alejados de dicha ciudad estaban los mazahuas, matlatzincas, purépechas, zapotecas, mayas residuales, etc. Es cierto que existieron tardías implantaciones aztecas en varios puntos geográficos del altiplano mexicano, pero los demás pueblos indígenas no dejaron de existir ni se fundieron con los aztecas de manera amplia. Cada uno siguió conservando su identidad propia.

Desde 1786 España había establecido el sistema administrativo de las llamadas intendencias. La primera de ellas fue la Intendencia General del Ejército y Provincias de México, con capital en la Ciudad de México, para ese entonces ya hispanizada. La Intendencia de México comprendía los partidos de la Ciudad de los Reyes, Acapulco, Tetela del Río, Azuchitán, Zacualpan, Tabasco e Iguala, Tepecuacuilco y Oapan, más Tixtla y Chilapa. Los partidos de Chilapa, Taxco, Iguala y Acapulco dependieron de la Intendencia de México durante muchas décadas (INAFED, 2010).

Se trataba de un territorio muy grande que ocupaba prácticamente todo el centro del país. Desde el Océano Pacífico hasta las tierras próximas de lo que hoy es el estado de Veracruz. Con la llegada de la Independencia del país, al adoptarse el régimen federal,

la entidad comenzó a perder territorios porque los poderes federales se establecieron en su capital original: la Ciudad de México. Conforme a la Constitución Federativa de 1824, el territorio estatal quedó repartido entre los estados de Michoacán y Oaxaca; ese mismo año se estableció el primer Congreso perteneciente a la entidad mexiquense. El primer gobernador se llamaba Melchor Múzquiz, y el gobierno del Estado de México despachaba en la actual sede del gobierno de la Ciudad de México. Para evitar la confusión de poderes, la entidad debió trasladar su capital a San Agustín de Las Cuevas; esto es, a Tlalpan, al sur de la actual capital nacional, y posteriormente, a Texcoco, en el Valle de México. Más tarde a Lerma, por un breve periodo, y finalmente a la ciudad de Toluca, en 1830.

El 15 de mayo de 1849, el presidente Joaquín de Herrera envió al Congreso la iniciativa de creación del estado de Guerrero, con territorios pertenecientes a los estados de Michoacán, Puebla y México. El 27 de octubre del mismo año, en sesión solemne del Congreso de la Unión, fue declarado constituido legalmente el Estado Libre y Soberano de Guerrero y se nombró al general Juan Álvarez como comandante general interino.

Veinte años más tarde, el 17 de abril de 1868, se creó el estado de Morelos, pero debe decirse que ya desde 1862 el territorio original del Estado de México se dividió en tres distritos militares: el actual Estado de México y los territorios que ahora comprenden los estados de Hidalgo y Morelos. Como puede identificarse por sus nombres, las nuevas entidades federativas recibieron los apellidos de Vicente Guerrero, Miguel Hidalgo y José María Morelos, héroes de la guerra de Independencia contra España (INAFED, 2010).

Ya en el siglo XX, luego de la Revolución de 1910-1917, el territorio del estado ubicado en el Valle de México volvió a estrecharse, pues las demarcaciones de Tlalpan, Coyoacán, Xochimilco y otras porciones territoriales de las actuales delegaciones del sur de la Ciudad de México pasaron al dominio del entonces Distrito Federal.

La pérdida de los diversos territorios estatales y con ello todo lo que implica: población, recursos económicos, ciudades, pueblos, zonas económicas, etc., se tradujo en un variado conjunto de fenómenos históricos, sociales y culturales, en tanto que, al constituirse los nuevos estados: Guerrero, Morelos e Hidalgo, se dio paso, además de la pérdida de identidad de los habitantes originarios de la entidad, a la aparición de nuevas identidades regionales. Así surgieron los guerrerenses, los morelenses y los hidalguenses, que hoy se declaran diferentes unos de otros, con formas de expresión

cultural aparentemente propias, y especialmente visibles en sus indumentarias tradicionales, en los géneros musicales populares, en el carácter y conductas habituales de la gente, incluso en sus creaciones gastronómicas, que aunque son sumamente parecidas, al mismo tiempo son muy diferentes.

Pero no existía un gentilicio específico para los habitantes del Estado de México porque el nombre compuesto de la entidad dificultaba construirlo y emplearlo, ni había una identidad estatal consolidada. Esta situación deriva, en gran parte, del hecho de que existen tres regiones geográficas distintas: el sur de la entidad, que ha sido tradicionalmente rural, montañoso y caluroso; durante muchos años fue una zona con muy pocas vías de comunicación y pasaba por ser una región olvidada. La zona del Valle de México, que rodea casi todo el territorio de la actual Ciudad de México y se le percibía como una extensión de la capital nacional. La gente que ahí vivía se identificaba más con la capital nacional; finalmente, la región del Valle de Toluca, que es el más alto del altiplano mexicano, pues se ubica a 2 640 metros sobre el nivel del mar y supera al Valle de México por aproximadamente 240 metros; aunque está en las montañas, sus tierras planas son resultado del peso de las aguas que cubrían la mayor parte de su extensión, y durante siglos albergó culturas lacustres, hoy desaparecidas; está rodeado de elevadas montañas, en donde abundan las coníferas y tiene fama de ser una tierra muy fría. La identidad se reflejaba en la forma de denominar, autodenominarse e identificarse, los habitantes de las regiones de referencia: “sureños”, de “México” y “del Valle de Toluca”. Nadie empleaba expresiones absurdas como: estado-mexicanos; doblemente mexicanos o bimeicanos. No obstante, es interesante que el Himno del Estado de México defina a los habitantes de la entidad en los términos siguientes:

Son sus hijos, su carne y su sangre,  
en la pena sufridos y estoicos;  
en la guerra patriotas y heroicos;  
y en la paz, hombres son de labor.  
Mexicanos por patria y provincia,  
responsables en este momento  
son un solo y viril sentimiento;  
son un alma de fuerza y de amor.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Recuperado de [http://sgg.edomex.gob.mx/himno\\_edomex](http://sgg.edomex.gob.mx/himno_edomex). Las negritas son mías.

Hacia los años sesenta del siglo xx, el Estado de México vivió un proceso de desarrollo industrial que detonó la inmigración de habitantes de diferentes entidades, primero al Valle de México, en donde se instalaron las primeras factorías de grandes dimensiones, y posteriormente al Valle de Toluca, cuando se saturaron de empresas los espacios del Valle de México. Los inmigrantes que llegaron a vivir alrededor de la Ciudad de México, casi todos provenían, en una primera etapa, de las zonas rurales del país, y después de otras ciudades y pueblos de toda la geografía nacional.

Los primeros inmigrantes al Valle de México sentían que llegaban a vivir a la capital nacional y no faltaron grupos sociales que, en el curso de varios años, reclamaron ser incorporados a la Ciudad de México como colonias suburbanas, pues se decían desatendidos por las autoridades municipales y estatales; algo que resultaba parcialmente cierto, pues los municipios del Valle de México eran originalmente rurales; la llegada masiva de inmigrantes a las colonias proletarias de Ciudad Nezahualcóyotl o de Chimalhuacán sin servicios públicos elementales, como pavimentación, redes de agua potable, drenaje y transporte, por no hablar de la carencia casi absoluta de servicios educativos y médicos. Estos hechos hacían de esos asentamientos poblacionales, zonas de miseria extendida y de gran incidencia delictiva.

Este hecho llevó al gobierno del Estado de México a enfatizar la diferencia entre el Distrito Federal y el territorio de su entidad. Los intelectuales orgánicos de la época se vieron motivados a inventar el término “mexiquense” para aludir a la población del Estado de México, que fue construido según el modelo de los gentilicios de los guerrerenses, los hidalguenses y los morelenses. Empezó a usarse como gentilicio y como adjetivo para rotular todo aquello que pertenecía a la entidad. Más recientemente, se le ha sustantivado y se le emplea de manera profusa, como veremos un poco más adelante.

Pero en este punto, habría que subrayar que no han faltado las visiones ingenuas sobre lo que constituye la identidad estatal. Así, no han faltado aquellos que declaran como personajes mexiquenses al Tlatoani,<sup>2</sup> el rey precortesiano de Texcoco, Nezahualcóyotl, o a Sor Juana Inés de la Cruz y otras figuras del México novohispano, que actuaron en la historia regional, cuando ni siquiera existía el país llamado oficialmente Estados Unidos Mexicanos.

Aunque no es mi intención abrumar al lector con datos numéricos acerca de algunos aspectos demográficos, económicos y sociales, los siguientes elementos le

---

<sup>2</sup> Del náhuatl *tlatoa* = hablar y *ni*, partícula posesiva = el que tiene la palabra; es decir, el soberano.

proporcionarán una imagen cercana de la realidad de la entidad. Así, recordaré que el Estado de México alcanza, en 2017, una cifra de población de 17 363 387; de los cuales, casi nueve millones son mujeres y poco más de ocho millones y medio son varones. En contraste, la ciudad de México, capital del país, cuenta con 8 811 266 habitantes para el mismo año.<sup>3</sup>

El Estado de México posee la planta industrial más grande del país y es considerado la entidad más desarrollada económicamente hablando. En 2010 el número de empresas en la entidad era de 585 000, mientras que en la Ciudad de México existían 414 000. Su parque vehicular es mayor que el de la Ciudad de México, pues sólo en 2014 el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) contabilizó 57% de los vehículos que circulan en la zona metropolitana del Valle de México, esto es, 2.7 millones eran del Estado de México. Se le percibe, en muchos espacios, como una de las entidades más “ricas” del país, y para los gobernantes del Estado, el más importante de la nación, no sólo en sus aspectos demográficos, económicos, políticos y sociales, sino, incluso, culturales, pues fue la primera entidad en contar con una Orquesta Sinfónica propia.<sup>4</sup>

Actualmente, la mayor parte de su población vive en zonas urbanas. De acuerdo con datos del INEGI para 2010, 87% de la población era urbana, mientras que sólo 13% era rural. Los municipios del Valle de México superan en cuanto a número de habitantes a los del Valle de Toluca, incluido el de Toluca, capital del estado. Al lado de estos datos, también debe decirse que es la entidad en donde se comete el mayor número de feminicidios, especialmente en el municipio de Ecatepec de Morelos. Según el sitio de internet: [almomento.mx](http://almomento.mx): “[...] De enero de 2015 a junio de 2016 se produjeron 550 asesinatos de mujeres, de los cuales solo 18 por ciento se investigan como feminicidios...” En las mismas fechas desaparecieron de la entidad 2 895 mujeres, 80% de ellas tenían entre 10 y 17 años de edad. El número de homicidios es considerablemente elevado: para 2015, de acuerdo con el INEGI, ocurrieron 2 671.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Recuperado de: [www.saberespractico.com/estudios/población-de-los-estados-de-mexico](http://www.saberespractico.com/estudios/población-de-los-estados-de-mexico)

<sup>4</sup> Recuperado de: [www.archivo.eluniversal.com.mx/notas/710522.html](http://www.archivo.eluniversal.com.mx/notas/710522.html); [www.economista.com.mx/sociedad/2016/0317/edomex-aporta-mas-crecimiento-vehicular-que-cdmx](http://www.economista.com.mx/sociedad/2016/0317/edomex-aporta-mas-crecimiento-vehicular-que-cdmx)

<sup>5</sup> Recuperado de: [www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mex/poblacionzdistribucion.aspx?tema-m&e=15](http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mex/poblacionzdistribucion.aspx?tema-m&e=15); [www.almomento.mx/cruviel-avila-mexico-se-convirtio-en-la-capital-los-feminicidios](http://www.almomento.mx/cruviel-avila-mexico-se-convirtio-en-la-capital-los-feminicidios); [www.elfinanciero.com.mx/nacional/edomex-con-la-tasa-mas-alta-de-homicidios-durante-el-2015-inegi.html](http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/edomex-con-la-tasa-mas-alta-de-homicidios-durante-el-2015-inegi.html)

## CREACIÓN DEL ESTEREOTIPO MEXIQUENSE

Ante este panorama tan complejo y para poder afirmarse frente a una población cuyo mayor número de individuos no son originarios del estado, desde los círculos gubernamentales de la entidad se crearon instituciones como Radio Mexiquense, en una etapa inicial, y más tarde Televisión Mexiquense; posteriormente, ambas se fusionaron en la entidad denominada Sistema de Radio y Televisión Mexiquense, cuyas tareas están orientadas a promover la figura de la entidad. También se instituyeron, en los años sesenta del siglo pasado, las preseas Estado de México, para premiar a los mexiquenses que destacan en la vida pública de la entidad y en los medios nacionales. Poco tiempo después aparecieron, en la capital, el Centro Cultural Mexiquense, El Colegio Mexiquense y la vialidad denominada Circuito Exterior Mexiquense. En las instituciones de educación privada también ha cundido el uso del adjetivo y así existe una Universidad Mexiquense, un Instituto Tecnológico Mexiquense. Por el lado oficial, se creó el Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología. En los primeros años del siglo XXI han aparecido las Universidades Mexiquenses del Bicentenario, en varios rumbos del estado, o la Red Mexiquense de Apoyo al Emprendedor. Existen, también, la Escuela de Gobierno y Administración Pública Mexiquense, el Colegio Mexiquense de Estudios Psicopedagógicos de Zumpango (Valle de México), el Hospital Mexiquense de la Salud Visual, el Instituto Mexiquense del Emprendedor. En la sociedad civil se tiene al Deportivo Independiente Mexiquense y la Concesionaria Mexiquense, S.A de C.V., esta última construye, administra y mantiene varias vialidades en el territorio estatal.

Recientemente, en el Valle de México se han puesto en servicio las líneas de transporte urbano denominadas Mexibus, un sistema de transportación por medio de funicular en las colinas del municipio de Ecatepec, y Mexicable, ambos creados a partir de la intención de enfatizar lo mexiquense. Se diseñó el Sistema de Atención Mexiquense, un portal de información pública referente al estado, además de otras instancias oficiales y privadas en donde se emplea la expresión mexiquense como gentilicio, adjetivo o sustantivo.

Incluso en los espacios académicos de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) han aparecido trabajos de investigación en los que se emplea la expresión mexiquense para aludir a pueblos que no tienen nada, hablando en sentido estricto, ni de mexicanos ni de mexiquenses, puesto que sus identidades son otras,

las étnicas, las regionales y frecuentemente hasta las aldeanas, como el intitulado *Migración mexiquense a Estados Unidos: un análisis interdisciplinario* (González y Montoya, 2012). En otra investigación, se reproduce esta situación, incluyéndose un apartado intitulado “Estructura y composición de la población indígena mexiquense”; otro más habla de la “Mortalidad de la población indígena en la entidad mexiquense”, y un tercer apartado emplea la expresión: “Migración interna e internacional de la población indígena mexiquense” (Sandoval *et al.*, 2013: 44-47).

En las primeras décadas del siglo XXI se sigue con estas prácticas que entran en el campo de la creación, manejo, dominio y transmisión del capital simbólico social. Mucho de ese capital tiene como finalidad que los nuevos inmigrantes no confundan a la entidad con la capital nacional y que los gobiernos estatales se autoafirmen frente a los otros.

Es evidente que se trata de procesos de creación del estereotipo propiamente mexiquense, que en varias etapas históricas recientes dio paso a la intolerancia social y al regionalismo extremo. A finales del siglo XX aparecían en las calles de la ciudad capital del Estado, Toluca, grafitis con la leyenda: “Haz patria. Mata a un chilango”, queriendo aludir a los habitantes de la Ciudad de México, a quienes frecuentemente se les atribuyen las conductas de pedantería, discriminación y altanería frente a los provincianos.

El culto a *lo mexiquense* se mantiene, en 2017, con vigor. De este modo, la periodista Lizbeth Méndez Mendoza publicó un artículo periodístico intitulado “Arranca el Primer Festival de Cine Internacional Mexiquense”, en el que señalaba que se desarrollaría del 23 al 26 de marzo en el Museo del Alfeñique de la ciudad de Toluca, y tendría, como sedes itinerantes, las ciudades de Zinacantepec, Lerma, Metepec y otras poblaciones. El objetivo es “...enriquecer el talento mexiquense para que los participantes registren sus largometrajes y cortometrajes...”<sup>6</sup> creando, al mismo tiempo, una página en la red social Facebook con el nombre del festival. Los mexiquenses –señala otra nota aparecida en el periódico *El Universal Estado de México* el lunes 13 de marzo de 2017– “[...] celebran el 193 aniversario de la fundación del Edomex...”, dando por hecho de que se trata de una celebración civil y no una acción orquestada desde los círculos del poder político local.

---

<sup>6</sup> Recuperado de [www.elsoldetoluca.com.mx/espectaculos-local-arranca-primer-frdtiva-de-cine-internacional-mexiquense](http://www.elsoldetoluca.com.mx/espectaculos-local-arranca-primer-frdtiva-de-cine-internacional-mexiquense)

La Secretaría de Turismo de la entidad publicó en su cuenta de Twitter: @EdomexTurismo: “193 aniversario de la fundación del Estado de México: orgullosamente mexicanos por patria y provincia #FelizJueves”. A su vez, la Secretaría General del Partido Revolucionario Institucional publicó igualmente en Twitter: “2 de Marzo. Con orgullo y amor a nuestra tierra, conmemoramos el aniversario No. 193 de la Fundación del Estado de México. Yo soy Mexiquense”. La cadena estatal TV Mexiquense, canal de televisión abierta, no se quedó atrás, pues en su cuenta de Twitter @MexiquenseTV exhibió un video intitulado *Yo soy mexiquense*, en el que se decía: “[...] habitantes de la entidad cantan y exhiben con paisajes naturales la belleza del estado”.

La Secretaría de Cultura y Deporte del gobierno estatal, dirigida a principios de 2017 por el ex rector de la UAEM, Eduardo Gasca Pliego, tiene un programa denominado *Mexiquenses en movimiento*, que busca impulsar a los ciudadanos que destacan en el ambiente deportivo, y para seguir subrayando la importancia de lo mexiquense.<sup>7</sup> Entre sus proyectos institucionales, el gobierno estatal promueve el de “identidad mexiquense” en el que afirma, en sus documentos básicos, lo siguiente: “Para sentirse orgulloso de ser parte del Estado de México, es importante primero, conocerlo”.

Laura Barrera, autora del sitio de internet [laurabarrera.org](http://laurabarrera.org)2011/11identidad-mexiquense, anota: “[...] la identidad mexiquense se construye día a día a través del sentido de pertenencia y orgullo que todos tenemos de ese arraigo a nuestra tierra”.

## EL PARAÍSO MEXIQUENSE

En abril de 2017 comenzaron a aparecer en todo el territorio estatal, pero especialmente en la zona que colinda con la Ciudad de México y en las principales vías de comunicación, anuncios publicitarios de gran formato, comúnmente llamados espectaculares, en los que se indica: “Descubre los 9 Corredores del Paraíso Mexiquense. Estado de México”. En ellos aparece el mapa de la entidad y con

---

<sup>7</sup> Recuperado de [www.elsoldetoluca.com.mx/deportes-local/pondran--mexiquenses-en-movimiento](http://www.elsoldetoluca.com.mx/deportes-local/pondran--mexiquenses-en-movimiento)

rótulos que indican en dónde se encuentran ciertos lugares o sitios de interés, como el Esplendor Mazahua; la Mariposa Monarca; la Belleza del Nevado; los llamados Santuarios, sin que se especifique en qué consisten; el Circuito de Compras, en las mismas condiciones; los Volcanes, aparentemente el Popocatepetl y el Iztaccíhuatl; Teotihuacán; la Herencia Otomí, y Toluca. De esos anuncios, incluyo el que fue colocado al lado del Paseo Tollocan, en Toluca, a la altura del poblado San Mateo Atenco (figura 1).

Figura 1. Anuncio publicitario del “Paraíso mexiquense”



Fuente: acervo personal del autor.

La idea del Paraíso Mexiquense no es compartida por muchas personas. En la columna periodística Dinero, que publica Enrique Galván Ochoa en el periódico de circulación nacional *La Jornada*, correspondiente al 31 de mayo de 2017, se destacan en un recuadro titulado “Edomex... fábrica de pobres y desempleados”, los siguientes datos:

[...] Población: 16 millones 187 mil habitantes (se trata de un dato desactualizado en 2017). Economía: Aporta 9.3 puntos porcentuales al PIB nacional. Recibió 357 mil 515

millones de pesos en aportaciones federales de 2012 a 2016. Situación Social: El 60.6% de la población no tiene acceso a seguridad social. Aportó millón y medio de los 3.2 millones nuevos pobres del país de 2010 a 2014. El 58.9% de las familias tiene ingreso inferior a la línea de bienestar. Seguridad: Entre 2012 y 2016 ejerció en seguridad pública 71 mil millones de pesos. Primer lugar nacional en secuestros. Segundo estado donde más homicidios dolosos se cometen. 45 mil de cada 100 mil mexiquenses fueron víctimas de algún delito durante 2016. Empleo: El 55.4% de la población ocupada tiene un empleo informal. Deuda Pública: 36 mil 179 millones de pesos hasta 2016. La entidad de la fiera disputa política es un espejo de las carencias del país y el crimen. Fuentes: INEGI, Coneval, Secretaría de Finanzas, CNS...<sup>8</sup>

En materia electoral, no hay que perder de vista que la entidad tiene el mayor padrón electoral del país: 11 317 686 ciudadanos, pero, salvo en el caso de la capital estatal, ubicada en el Valle de Toluca, los municipios que concentran mayor población y representan el mayor número de electores están en el Valle de México. Alonso Urrutia publicó el 1 de junio de 2017 en el periódico *La Jornada* una nota intitulada: *Los 11 municipios determinantes*, en la que destaca: “[...] Toluca, Ecatepec, Tlalnepantla, Naucalpan, Nezahualcoyotl, Chimalhuacán, Atizapán de Zaragoza, Tultitlán, Ixtapaluca, Tecámac y Cuautitlán Izcalli conforman este núcleo de ayuntamientos –de un total de 125 en el estado– donde estará en juego la elección”.<sup>9</sup> Pero también recuerda que la entidad ha estado dominada, históricamente, durante 84 años, por el Partido Revolucionario Institucional. Ha existido alternancia en el poder de varios municipios de la entidad, pero la gubernatura la ha ganado siempre –durante el lapso indicado– el oficialismo, que actúa como Gobierno del Partido, Partido del Gobierno y como filtro para determinar quién puede o no acceder a las esferas del poder público. En general, el Estado de México es percibido como el bastión de una clase política que disfruta de muchos privilegios y que actúa como clase social.

No se puede dejar de lado, en esta materia, que la actividad política, en todo el país, estuvo en manos de militares durante largos años, durante los siglos XIX y XX. México tuvo varios presidentes de la República que ostentaban el grado de general. En los gobiernos estatales ocurría el mismo hecho y gobernadores,

---

<sup>8</sup> Recuperado de [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx), sección Opinión (31/05/2017).

<sup>9</sup> Recuperado de [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx), sección Política (01/06/2017).

alcaldes, diputados federales y locales, provenían de las filas castrenses del país. Este periodo cubre aproximadamente treinta años, desde que concluyó la Revolución Mexicana de 1910-1917, hasta que comenzaron a aparecer los gobiernos de civiles, hacia la década de los cuarenta. A partir de entonces, el panorama político del país estuvo dominado, durante más de setenta años, por el Partido Revolucionario Institucional, aunque hacia los años setenta del siglo pasado, en varias entidades, los partidos de oposición comenzaron a obtener alcaldías o diputaciones estatales y federales; incluso varias senadurías. Con las presidencias de Vicente Fox y Felipe Calderón se interrumpió la hegemonía priista en el poder ejecutivo federal.

En vísperas de las elecciones para designar particularmente al siguiente gobernador de la entidad (4 de junio de 2017), con el sello oficial del gobierno del Estado de México al pie de grandes anuncios espectaculares que se habían colocado, en mayo de 2017, en las principales carreteras y vialidades del territorio estatal, con un fondo completo en color rojo, uno de los colores del partido político hegemónico en el país, se emplean leyendas como las siguientes: “En el Estado de México somos ganadores”, lo que se traduciría en que si alguien no forma parte de la entidad, sería un perdedor; “En el Estado de México somos fuertes”, lo que se traduce en que los habitantes de otras entidades son débiles; “En el Estado de México somos chambeadores” (es decir, trabajadores), lo que significaría que los que no forman parte de él son holgazanes; “Los mexiquenses somos alegres”, lo que se revierte en que los demás habitantes del país no lo son; “El gobierno del Estado de México conserva permanentemente la Avenida Paseo Tollocan”, lo que igualmente se traduciría en que otros gobiernos de otros estados sólo atienden las obras públicas de manera aleatoria. Anuncios semejantes se adaptan a las distintas regiones del Estado. En la parte inferior de los espectaculares se proporcionaba una página de Internet: [www.hazlocorrecto.com](http://www.hazlocorrecto.com).

A partir del 31 de mayo de 2017, en el momento de escribir estas líneas, se comenzó a desmontar este tipo de anuncios y a sustituirlos por mensajes relacionados con la salud pública estatal. La causa fue la queja presentada por el partido político Movimiento de Regeneración Nacional, ante el Instituto Electoral del Estado de México, aduciendo que se intentaba, con ellos, favorecer al Partido Revolucionario Institucional en la contienda electoral por la gubernatura de la entidad. Pocos medios informativos locales dieron cuenta de estos hechos, pero

en la prensa de la capital nacional sí se informó al respecto.<sup>10</sup> Hay informes en las redes sociales de que la página citada es manejada de forma robótica.

Ese tipo de expresiones contienen mensajes subliminales y lo que se quiere decir es lo siguiente: “quienes gobernamos y quienes somos los beneficiarios de todo lo que se genera como riqueza en el Estado de México somos los que manejamos y controlamos estos símbolos del capital y reconoceremos a cualquier ciudadano asentado en el territorio estatal como mexiquense, a quienes acepten nuestras situaciones y condiciones, y no a las de diversos grupos políticos o sociales”. Así, se constituye una propaganda que evoca las prácticas de los Estados totalitarios que han existido en el mundo, como las del Estado nazi, el Estado fascista y el sovietismo stalinista, por tanto, peligrosas, dado que fomentan la exclusión social, las discriminaciones y las intolerancias de todo tipo.

Como puede advertirse nítidamente, el estereotipo *mexiquense* es un constructo que persigue, inicialmente, hacer que las autoridades locales muestren a todos los habitantes del estado quiénes son los que mandan, los que deciden los destinos de la entidad y bajo qué parámetros; quiénes pueden o no usar los símbolos de la identidad local. No es casual que quienes se integran a los círculos del poder local pertenezcan también a los grupos sociales y económicos favorecidos. Pero habría que decir que existen otros beneficiarios de estas acciones: las oligarquías locales incrustadas y fundidas en los grupos sociales y políticos dominantes; los dueños de las grandes extensiones de tierras agrícolas o los acaparadores inmobiliarios en ciudades y poblaciones importantes; los propietarios de las grandes empresas que pagan salarios de hambre a sus trabajadores; los poseedores de los grandes comercios; los dueños de las grandes sumas de dinero, según sea el territorio tomado en cuenta; esto es, local, municipal, delegacional, distrital, regional y estatal. Por eso existen las diferencias nacionales, regionales, estatales, municipales, ciudadanas, de barrios, etcétera.

Quienes insisten en que somos diferentes hasta en el seno de nuestras familias son los privilegiados en cada grupo social, quienes no están dispuestos a perder sus status. Son las oligarquías locales los que gozan del poder público o económico

---

<sup>10</sup> Recuperado de [www.milenio.com/politica/ieem-gem-espectaculares-elecciones\\_estado\\_de\\_mexico\\_2017-milenio-noticias-edomex\\_0\\_962903384.html](http://www.milenio.com/politica/ieem-gem-espectaculares-elecciones_estado_de_mexico_2017-milenio-noticias-edomex_0_962903384.html)

y son los dueños de la sociedad y enfatizan que el vecino es totalmente diferente “nosotros” y por ello hay que rechazarlo, a condición de que los convencidos de esa situación no quieran transformarse en los nuevos beneficiarios y privilegiados de los grupos sociales en que se insertan y viven cotidianamente. Por ello existen los separatismos, las secesiones, los rompimientos sociales, los enfrentamientos de clase y por supuesto, las reprimendas, el combate a los separatistas y el rechazo al resentimiento social.

En general, debe observarse que las secesiones han existido desde la época de la liberación del imperialismo español. Simón Bolívar, el Libertador, proponía en su célebre *Carta de Jamaica*, la necesidad de construir un solo país que abarcara desde México hasta la Patagonia. Escribía Bolívar:

[...] Yo deseo más que otro alguno ver formar en América la más grande nación del mundo, menos por su extensión y riquezas que por su libertad y gloria [...] Los Estados Americanos han menester de los cuidados de gobiernos paternales que curen las llagas y las heridas del despotismo y la guerra. La Metrópoli, por ejemplo, sería México, que es la única que puede serlo por su poder intrínseco, sin el cual no hay metrópoli. Supongamos que fuese el Istmo de Panamá, punto céntrico para todos los extremos de este vasto continente; ¿no continuarían estos en la languidez, y aun en el desorden actual?<sup>11</sup>

Bolívar impulsó la formación de la Gran Colombia, conformada por la entonces Capitanía General de Venezuela, Colombia, Ecuador, el Virreinato del Perú y el Alto Perú, hoy Bolivia. Los primeros en separarse de esa integración fueron los gobernantes venezolanos; posteriormente lo hicieron Colombia y Ecuador; más tarde Bolivia. El sueño de Bolívar fue muy efímero, y lo mismo pasó en la época de la Independencia de México. La Capitanía General de Guatemala decidió emanciparse por su cuenta, tal como lo harían las Provincias Unidas de Centroamérica, quienes estaban integradas en el movimiento independentista de México. En todos esos países se alentó rápidamente la idea de las profundas diferencias entre unos y otros y la necesidad de constituirse como países independientes.

---

<sup>11</sup> Recuperado de [www.patriagrande.net/venezuela/simon.bolivar/](http://www.patriagrande.net/venezuela/simon.bolivar/)

## REFLEXIONES FINALES

Si no es fácil construir las identidades nacionales, estatales, locales, resulta más difícil alentar las identidades continentales, pero no es algo imposible. Obsérvese el ejemplo de la Unión Europea, cuyos países se enfrentaron durante siglos en guerras sangrientas y de larga duración. Hay latinoamericanos que ni se sienten latinoamericanos ni lo quieren ser; el ideal de muchos de ellos es el modelo norteamericano. Su objetivo es alcanzar el territorio de los Estados Unidos, lograr el sueño americano y convertirse en ciudadanos de ese país. Menos aún aceptan que el género humano es único y no conjuntos diferentes ocupando compartimientos estancos. La identidad humana, es decir, la conciencia de que por más diferentes que física o ideológicamente seamos, todos pertenecemos a un solo género, es la más difícil de construir porque se tienen que identificar y rebasar los prejuicios infundados, los estereotipos contruidos de manera inmediata por percepciones espontáneas y las limitaciones de las visiones provincianas o aldeanas. Como apuntaba José Martí en *Nuestra América*:

Cree el aldeano vanidoso que el mundo entero es su aldea, y con tal de que él quede de alcalde o le mortifique al rival que le quitó la novia, o le crezcan en la alcancía los ahorros, ya da por bueno el orden universal...<sup>12</sup>

## REFERENCIAS

- Bolívar, Simón. *Carta de Jamaica*. Recuperado de [www.patriagrande.net/venezuela/simon.bolivar/](http://www.patriagrande.net/venezuela/simon.bolivar/)
- INAFED (2010). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. México: Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). Recuperado de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM12guerrero/>
- Martí, José. *Carta de Jamaica*. Recuperado de [www.ciudadseva.com/textos/otros/nuestra.htm](http://www.ciudadseva.com/textos/otros/nuestra.htm)
- Tibón, G. (1993). *Historia del nombre y de la fundación de México*. México: FCE.

---

<sup>12</sup> José Martí. Carta de Jamaica. Recuperado de [www.ciudadseva.com/textos/otros/nuestra.htm](http://www.ciudadseva.com/textos/otros/nuestra.htm)

González Becerril, J. G. y J. Montoya Arce (comps.) (2012): *Migración mexiquense a los Estados Unidos: un análisis Interdisciplinario*. Toluca: CIEAP-UAEM.

Sandoval Forero, E. A.; J. Montoya Arce y J. G. González Becerril (comps.) (2013). *Demografía Indígena en el Estado de México*. Toluca: UAEM.



# EL INVESTIGADOR EDUCATIVO MEXICANO. IMÁGENES SOCIALES Y PRÁCTICAS PROFESIONALES ESTEREOTIPADAS

*Ma. Dolores García Perea\**

En el presente trabajo se analizan las imágenes sociales del investigador educativo mexicano creadas a finales del siglo XX e inicios del XXI, que además de ser propuestas como ejes rectores de las prácticas profesionales desarrolladas por este actor educativo, son transmitidas de una generación de mayor antigüedad en la profesión a otra que inicia por efectos de la tradición, la costumbre y el principio antiguo romano *autoritativ*.

El análisis realizado para valorar las correspondencias entre las imágenes sociales y las prácticas profesionales del investigador educativo mexicano es llevado a cabo a partir de las variables estructurales (variables socioestructurales, variables transmisoras y variables personales mediadoras) propuestas por Bar-Tal en el modelo integrado para explicar la formación y cambio del contenido, la intensidad y el alcance de los estereotipos nacionales y étnicos.

Las imágenes sociales y prácticas profesionales del investigador educativo mexicano son: constructor del conocimiento, catedrático, científico social, intelectual, líder, autoridad, agente de la investigación educativa, creador de empresas culturales, tejedor de conceptos, intérprete de la realidad, biógrafo, empresario, trabajador del conocimiento, trabajador manual, gerencial del conocimiento, tecnólogo y *knowledge worker*, entre otras.

Los estereotipos utilizados por las comunidades científicas y de investigación en el ámbito psicológico y en el social, cultural, político, religioso, etc., son alternativas, recursos valiosos y significativos para explicar no sólo la configuración del pensamiento

---

\* Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México, [dolgarper@att.net.mx](mailto:dolgarper@att.net.mx)

humano, sino también las maneras de representar, de forma objetiva, lo que yace en el mundo de la vida.

Por tal motivo, en el presente trabajo se analizan algunos estereotipos construidos a finales del siglo XX e inicios del XXI sobre la imagen social del investigador en el sistema educativo mexicano con una doble finalidad, por un lado, identificar los aspectos privilegiados para su construcción y, por otro, proponer que ellas son los componentes principales de las prácticas profesionales que desarrolla al interior y exterior de la institución educativa de posgrado al cual está adscrito laboralmente.

#### PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

Las preguntas a resolverse en este trabajo son: ¿cuáles son las imágenes sociales del investigador educativo mexicano que prevalecieron a mediados y finales del siglo XX e inicios del XXI? y ¿cuáles son las semejanzas y diferencias sobre los estereotipos creados en torno a las prácticas profesionales de este actor educativo?

Por las fuentes de información revisadas, el trabajo es teórico y documental, el análisis es interpretativo, el enfoque es situacional y descriptivo y el objeto de estudio son los estereotipos sobre la imagen social, así como las prácticas profesionales del investigador educativo. No se omite señalar que la experiencia personal sobre la profesión de la investigación es utilizada cuando se considere necesario.

El principal referente teórico son las variables estructurales del *Modelo integrado para explicar la formación y cambio de los estereotipos étnicos y nacionales* de Bar-Tal (1994). También se recuperan algunos resultados de las investigaciones terminadas y tituladas: *Las nociones de formación en los investigadores* y *El investigador educativo en las sociedades del conocimiento y de la información*, Tomo I y II.

El concepto de analogía contemplado en la hermenéutica analógica de Beuchot (1997) es el referente metodológico debido a la necesidad de conocer las semejanzas, pero sobre todo las diferencias existentes en torno a la creación de los estereotipos sobre las imágenes sociales y las prácticas profesionales del investigador educativo mexicano.

El referente epistémico es la condición de historicidad perteneciente a la hermenéutica filosófica de Gadamer (1993). Ha sido elegido debido, principalmente,

al doble impacto que tiene la historia sobre las manifestaciones humanas: influencia y recepción (Grondin, 2000). Este doble carácter proviene del concepto alemán gadameriano *Wirkungsgeschichte*.<sup>1</sup>

Es importante aclarar que en anteriores trabajos se han descrito algunos de los aspectos que aquí se presentan, como son: expresiones sobre el reconocimiento, autoridades, nociones y funciones del investigador educativo. A diferencia de las interpretaciones construidas en aquellos, en esta investigación se pondera la creación y cambios de los estereotipos sobre las imágenes sociales y su correlación con las prácticas profesionales del investigador educativo mexicano.

Los apartados del trabajo son: Imágenes sociales del investigador educativo y Prácticas profesionales del investigador educativo, ambos están estrechamente relacionados debido a que el primero es la base que caracteriza al segundo. Con respecto al contenido, el primer apartado, además de ser más amplio debido a la explicación, argumentación y contextualización de las imágenes sociales, es el referente para comprender las prácticas profesionales. Asimismo, imágenes sociales y prácticas profesionales son construidas a partir de determinadas variables estructurales, pero las segundas dependen más del espíritu de la época. Por último, hay que reconocer que cada uno de los estereotipos creados tiene una historia, un contexto, una intencionalidad y argumentación propia y específica imposible de ser descrita en el espacio de este trabajo.

#### IMÁGENES SOCIALES DEL INVESTIGADOR EDUCATIVO

Si se entiende al estereotipo como “conocimiento que se forma generalmente a partir de información que llega de fuentes externas” (Bar-Tal, 1994: 13), en este apartado se describen los estereotipos de tres imágenes sociales (catedrático, autoridad y categoría laboral) del investigador educativo mexicano, los cuales han sido creados a partir de las dos variables estructurales que caracterizan el modelo integrado de Bar-Tal (1994): relaciones intergrupales y factores sociopolíticos-económicos.

---

<sup>1</sup> Para Gadamer (1993) la historia, al mismo tiempo que determina y reproduce lo existente, también ofrece elementos para su transformación y cambio.

### *Relaciones intergrupales*

En el libro *Las nociones de formación en los investigadores* (García, 2012), se analiza un conjunto de expresiones, frecuentemente utilizadas por los estudiantes, para referirse a los investigadores educativos que participan en las actividades de docencia y comité tutorial de los programas de maestría y doctorado del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México (ISCEEM).<sup>2</sup>

Las expresiones son clasificadas con base en dos criterios: sentido e intencionalidad. El primero está determinado por la subjetividad de los estudiantes y por la posición de ellos en torno a la aceptación o rechazo sobre la autoridad<sup>3</sup> del investigador educativo. El segundo hace referencia a los ámbitos de saber,<sup>4</sup> poder<sup>5</sup> y deseo<sup>6</sup> donde reposa la autoridad del investigador, la cual es otorgada por los estudiantes.

El cuadro 1 contiene las expresiones de los estudiantes, aclarando que éstas no son exclusivas en ellos. De una u otra manera, también son empleadas por algunos investigadores educativos al referirse a la identidad, personalidad y prácticas de otros compañeros de trabajos y colegas que trabajan en instituciones pares.

A las expresiones anteriores hay que incorporar otras cuya naturaleza es paradójica porque contienen de manera simultánea dos sentidos y dos ámbitos. Este tipo de expresiones son insalvables, pues el investigador puede ser reconocido en más de dos ámbitos y al mismo tiempo, en ellos, ser aceptado o rechazado. A manera de ejemplo se citan las siguientes: el investigador tiene autoridad pero es autoritario y es experto en algunos temas, pero ignorante en otros (García, 2012).

---

<sup>2</sup> El ISCEEM es una institución de posgrado mexicano perteneciente al subsistema estatal del Gobierno del Estado de México, creada en 1979 que inicia sus actividades de docencia el 2 de marzo de 1981. Actualmente adquirió el status de institución desconcentrada aunque en los hechos cotidianos en ocasiones es considerada un departamento y, en otros, una institución educativa.

<sup>3</sup> Entiéndase por autoridad al atributo de formación, conocimiento, reconocimiento, confianza, competencia, veracidad, autodisciplina, autocrítica, ética, productividad, liderazgo, etc. otorgado a una persona por otra. Las autoridades más reconocidas en el ámbito educativo son: epistemológica, deontológica, tradicional y legal (García, 2012).

<sup>4</sup> Se refiere al conocimiento acumulado, aprehendido y construido.

<sup>5</sup> Entiéndase como capacidad de hacer algo. Esta noción ha sido construida por Ma. Rosa Palazón Mayoral en una conferencia magistral dictada en el II Coloquio Nacional de Hermenéutica llevada a cabo del 20 al 22 de junio de 2002, en Xalapa, Veracruz.

<sup>6</sup> Entiéndase como aspiración de lograr algo.

**Cuadro 1. Expresiones de los estudiantes sobre el investigador educativo**

	<i>A favor</i>		<i>En contra</i>	
Saber	Experto		Intolerante	Simulador
	Especialista		Embustero	
	Autoridad		Charlatán	
Poder	Tolerante	Responsable	Prepotente	Irónico
	Paciente	Afable	Soberbio	Vanidoso
	Respetuoso	Tenaz	Autoritario	
Deseo	Seductor	Comprometido	Injusto	Intemperante
	Sistemático		Cobarde	Omnipotente
	Creativo		Narcisista	Frustrado

Fuente: García, 2012: 117-118.

Las expresiones son consideradas en este trabajo como estereotipos contruidos a partir de las relaciones intergrupales entre el investigador y los estudiantes, los investigadores y la autoridad institucional. El criterio que lo caracteriza es el desarrollo de la tesis en un periodo de cuatro a ocho semestres y los aspectos subjetivos principales son:

- Estudiantes: tienen poca o nula experiencia en la investigación; no poseen las habilidades, cualidades, capacidades, destrezas o competencias mínimas para desarrollarla; presentan dificultades para escribir, leer, dialogar; tienen pocos referentes disciplinarios y de cultura; muestran impaciencia por hacer una investigación de la noche a la mañana; en ellos hay un imaginario sobre el creer, saber y conocer; no saben escuchar; enfrentan obstáculos epistemológicos y epistemofílicos.
- Investigadores: tienen exceso de actividades en docencia, investigación, difusión, comisiones, cuerpo académico, redes de investigación; deben

terminar la investigación registrada en la institución en dos años; interviene su estilo y personalidad; algunos poseen poca tolerancia y tacto para comunicarse con otras personas; sobreviven a la burocracia administrativa; tienen poca o demasiada trayectoria profesional; muestran miedo o exigencia para que se respeten los derechos laborales; existen arbitrariedades lingüísticas, errores, aciertos y tergiversaciones; padecen trastornos psíquicos; muestran ansiedad de saber y de no conformarse con lo cultivado; necesitan debatir; exigen elaborar juicios acompañados de argumentos; asumen una postura crítica argumentativa; cuestionan las exclusiones, marginaciones y preferencias de las autoridades académicas hacia algunos de ellos, etcétera.

- Autoridades: privilegian la docencia y no la investigación; asumen el papel de funcionarios en el sentido negativo;<sup>7</sup> aplican la estructura burocrática administrativa sin ninguna mediación; evitan los apoyos económicos; tienen celotipia, favoritismo, exclusión y marginación hacia algunos investigadores; toman decisiones arbitrarias y discrecionales; muestran desinterés hacia la publicación, difusión e investigación; desean incrementar el dinero recaudado e ignoran las cuestiones académicas; resuelven problemas desde la lógica administrativa y no académica; no escuchan ni aplican las recomendaciones de los investigadores; evitan la organización democrática, entre otros aspectos.

Los estereotipos en torno a la imagen social del investigador educativo construidos desde las relaciones intergrupales, expresan las representaciones que tienen los miembros del grupo y su vigencia depende del tiempo de la relación.

### *Factores sociopolíticos*

Los estereotipos sobre la imagen social del investigador educativo, construidos a partir de elementos sociales y políticas del sistema educativo mexicano, tienen mayor impacto

---

<sup>7</sup> Para Hirsch (1996), la principal virtud burocrática del funcionario que ha sido considerada como defecto o sentido negativo es la sumisión irrestrictiva a la autoridad superior. A lo anterior hay que incorporar el formalismo y visión fragmentada, estática, lineal, reducida, impositiva, radical, mecánica, pasiva e irreal.

y duración debido a que no se fincan en situaciones subjetivas de los integrantes del grupo, sino en estructuras que reposan y son alimentadas por la tradición y las costumbres. Asimismo, su configuración es lenta, más sólida, pero también pueden ser sustituidas por otros.

Para desarrollar el apartado, se recurre a los planteamientos de Aguirre (1988) sobre la identidad del catedrático en dos escenarios sociopolíticos del sistema educativo mexicano universitario,<sup>8</sup> el primero abarca el periodo 1945-1970 y el segundo que inicia en la década de los setenta y que, aunque no lo precisa la autora y es una opinión personal, actualmente sigue vigente.

Es importante aclarar que a través del artículo “Una crisis dentro de la crisis: la identidad profesional de los docentes universitarios”, la autora analiza la identidad del catedrático universitario en dos momentos históricos. Sin embargo, para este caso, la caracterización construida sobre este actor educativo representa estereotipos a partir del investigador debido a que el trabajo está presente en las prácticas profesionales que realiza.

Otro argumento más para considerar la caracterización del catedrático como estereotipo del investigador educativo gira en torno no sólo al prestigio de la universidad, sino también de reconocer que algunos de los docentes del primero y segundo periodo histórico que analiza la autora, hoy son considerados como investigadores<sup>9</sup> y agentes de la investigación.<sup>10</sup>

En el artículo mencionado, la autora afirma que la imagen social del catedrático formado bajo el “modelo napoleónico” o “liberal” es, al inicio de la década de los ochenta, sustituida por otra debido principalmente a los siguientes factores: la profesionalización de la docencia universitaria implementada, el incremento de universidades, la masificación de los estudios superiores y la diversificación de los programas de estudio.

---

<sup>8</sup> La Universidad Nacional Autónoma de México, conocida por las siglas UNAM, es el contexto del análisis realizado por la autora.

<sup>9</sup> Entiéndase como la persona que realiza la investigación de manera cotidiana, aunque no haya recibido el nombramiento correspondiente.

<sup>10</sup> Los aspectos que caracterizan al agente de la investigación educativa son: producción de conocimientos en un campo de estudio, influir en éste y ser afectado por éste (Colina y Osorio, 2002).

Con la finalidad de diferenciar la identidad del anterior con la del nuevo, la autora utiliza expresiones como: catedrático tradicional o profesional catedrático<sup>11</sup> para el primero y catedrático-profesor para el segundo. Para comprender los aspectos sociales y políticos que sirven de base para caracterizar a los catedráticos, a continuación se presentan los rasgos sociales y políticos de las épocas históricas.

Para Aguirre (1988), el escenario mexicano a mediados de la década de los cuarenta era favorable para la educación superior, de ahí el sobrenombre que recibe: edad de oro de la universidad mexicana. El prestigio y reconocimiento de la universidad se traslada al catedrático; entonces, su autoridad, además de ser innegable, difícilmente era incuestionable debido principalmente a dos factores: el modelo napoleónico o liberal con el que fueron formados y al *ethos* señorial o aristocrático que poseían.

El catedrático clásico o profesional universitario, además de conocer y ejercer su profesión, poseía una amplia cultura general y disciplinaria que le permitió incorporarse a la universidad no sólo con el fin de dictar cátedras, sino también para aglutinar discípulos y constituir escuelas. Posteriormente, los últimos formaron parte de las academias con el único interés de fomentar la superioridad del espíritu, desvinculadas por las exigencias remuneradas (Ben y Zloczower, 1966).

Otros aspectos que caracterizan a este tipo de catedrático son: el interés de difundir la cultura a sectores con menor posibilidad de inscribirse a las universidades, la autonomía y libertad de cátedra e investigación, la primacía sobre el uso de la razón y de la filosofía, además de la construcción del conocimiento. En relación con la docencia, ésta era ejercida por una remuneración simbólica y fue desarrollada de manera magistral debido a la tradición de oratoria incorporada en los planes de estudio en la que fue formado.

A lo anterior hay que incluir que las prácticas profesionales no se restringieron exclusivamente a las actividades de docencia ejercidas en las universidades, generalmente se desarrollaron en la sociedad, creándose así una relación sin conflicto entre la docencia y la profesión en la que fueron formados, así como la articulación aparente entre las demandas sociales, los requerimientos del Estado y lo aportado por ellos de manera personal y colectiva.

---

<sup>11</sup> Este actor educativo se caracterizó por dar mayor importancia al ejercicio de su profesión. La docencia la realizó como un ejercicio de responsabilidad moral, es decir, dar a la sociedad lo que él recibió en y para su formación profesional.

En el periodo de 1940 a 1960, la imagen social del catedrático clásico universitario se incrementó favorablemente debido a que, a partir del desarrollo económico del país, se crearon universidades, fábricas e industrias en todo el país, fortaleciendo con ello tanto la movilidad de la población como la contratación de docentes en otras universidades para impartir alguna cátedra relacionada con su profesión.

El periodo optimista y de bonanza, afirman algunos historiadores y estudiosos de la educación mexicana (Fuentes, 1981; Gómez, 1981; Latapí, 1975; Escobar, 1986; Ronald, 1987; De Ibarra, 1980; Torres, 1980; Sorokin, 1966; Schultz, 1968; Salinas, 1991; Muñoz y Pescador, 1979), se extendió hasta la década de los setenta y, en algunas provincias hasta los ochenta, a pesar de la crisis del sistema capitalista que empezó a manifestarse a pasos acelerados y que posteriormente se reveló de distintas maneras: descapitalización, aumento de la deuda externa, presión inflacionaria, incremento de subempleos, estancamiento de matrículas escolares, etcétera.

La crisis económica mexicana de la década de los ochenta afectó a las universidades y la imagen social del catedrático cambió radicalmente al implementarse el proyecto de modernización nacional llamado Reforma tecnológica educativa; en el caso de la educación superior se inicia la política de modernización y en la universidad el modelo de profesionalización académica. Con respecto a la última, a través de dicho modelo se trató de recuperar la relación aparentemente cordial del Estado y la universidad en el periodo 1945-1968; de crear consenso entre las autoridades educativas, el personal académico-administrativo de las instituciones y la población, así como de articular la universidad a los proyectos estatales, mejorar la eficiencia institucional, ponderar la racionalidad de la burocracia administrativa y, entre otras, incorporar la cultura de la evaluación y la transparencia.

La época de bonanza del sistema educativo desaparece, tal vez por los abusos cometidos por algunas autoridades y por personal académico y administrativo. El Estado evaluador aparece y con ello la justificación de los gastos y la rendición de cuentas son las premisas que caracterizan al modelo neoliberal que sigue vigente.

Regresando al artículo de Aguirre (1988), la autora afirma que con la política de profesionalización académica universitaria, también conocida como política de formación docente, la imagen del *ethos* del catedrático napoleónico cambia sustancialmente y aparecen otros rasgos sociales que caracterizan al catedrático-profesor, también conocido como catedrático profesional. Entre éstos se encuentran: la universidad elitista por la

universidad de masas, la utilización de la tecnología y la nulificación de la creatividad; el estancamiento de la matrícula e incremento de la demanda social; la sustitución de los profesionales catedráticos por los catedráticos profesores o profesor de carrera; la creación de un nuevo mercado ocupacional propio de las instituciones educativas; la fragmentación de las funciones educativas (docencia, investigación y difusión).

Los principales aspectos del catedrático-profesor son: “vive para la docencia de su campo disciplinario, consagra la totalidad de su tiempo al estudio y difusión de una determinada área del conocimiento” (Aguirre, 1988: 12). A lo anterior hay que incorporar la utopía de la vocación de ser docente, lo que significa no involucrarse con otras profesiones (abogado, dentista, ingeniero, etcétera). Asimismo, proviene de estratos económicos medios, su movilidad social hacia estratos superiores será lenta y con gran esfuerzo, el capital cultural es restringido y reducido, con frecuencia no posee suficientes conocimientos, utilizan discursos autoritarios debido a que jóvenes recién egresados visualizan sus disciplinas desde perspectivas teóricas y no tienen experiencia profesional (Aguirre, 1988: 12).

La imposibilidad que tiene el docente de ejercer otras profesiones lo obliga, por un lado, a dar clases como única opción, por otro, a saturarse de horas clase en una misma institución escolar o dar docencia en distintas instituciones con la finalidad de percibir un ingreso económico que le permita vivir cómodamente. Tal hecho, disminuye sus posibilidades de actualizarse o incrementar sus niveles de estudio (Aguirre, 1988: 14).

Desde la perspectiva de Leone (en Rollin, 1986), los rasgos más significativos de la identidad del catedrático-profesor son: sentirse agobiado por las precarias condiciones de trabajo, el incremento de demandas personales, la desarticulación de proyectos educativos, se tornará al individualismo de las masas, el rechazo hacia lo público, resistencia de lo privado, indiferencia hacia la organización y alergia a la política. Por último, hay que agregar un aspecto más al estereotipo sobre el catedrático-profesor elaborado a partir de cuestiones sociopolíticas: existe una incorporación del docente a la investigación, independientemente de que éste no tenga experiencias en la profesión; posee poco dominio sobre los referentes técnicos, teóricos, metodológicos, epistemológicos y ontológicos, sobre todo, carece de la mínima bibliografía e infraestructura institucional para desarrollar un trabajo (Aguirre, 1988: 15).

### *Factores económicos*

El estereotipo sobre la imagen social del investigador educativo mexicano, elaborado a partir de cuestiones económicas, está legitimado no sólo por cuestiones de tipo legal, sino también por aspectos cuantificables tendentes a la planeación, control y evaluación. Su proceso de elaboración depende principalmente del papel del Estado en la educación, la inversión económica y el financiamiento a la educación.

A diferencia de los estereotipos creados a partir de las relaciones intergrupales y cuestiones sociopolíticas, éstos se caracterizan por ser más complejos y multidimensionales, debido a que la base económica o presupuesto económico es el elemento que agrupa una serie de variables de carácter objetivo y subjetivo. Con ellos no sólo legitima un hecho, sino también le otorga validez. Su vigencia es más duradera, sólida, generalizada y de cambios difícilmente negociables. Para desarrollar este apartado, se elige el término “categoría laboral” del investigador educativo, el cual es concebido en este trabajo como un estereotipo económico y profesional, es decir, por un lado tiene un techo financiero, por otro, acredita y legitima a un profesional respaldado con base en los requisitos aprobados por una instancia legal y jurídica. Asimismo, es otorgada con base en dos procesos: la contratación del servidor público y la asignación del nombramiento.

Para desarrollar este apartado se recuperan algunos planteamientos descritos en el libro *Las nociones de formación en los investigadores*, que son presentados aquí desde la lógica de los estereotipos elaborados a partir de la economía. Se inicia primero con el nombramiento y posteriormente con los aspectos que respaldan y legitiman su emisión.

El nombramiento de investigador educativo es un documento oficial expedido por el Estado que expresa la categoría laboral (clave de asignación presupuestal), el puesto (unidad laboral específica e impersonal constituida por el conjunto de tareas, atribuciones, responsabilidades y requisitos de ocupación), el rango (jerarquía laboral interna), la plaza (lugar de adscripción) y las competencias (conocimiento, habilidades, aptitudes, destrezas, entre otras) para ejercer la profesión de la investigación (García, 2012).

A través de éste, se acredita que la persona contratada posee las competencias, experiencias y referentes mínimos para desarrollar el quehacer de la investigación. Dicha acreditación es otorgada por una instancia jurídica y legal que representa al

Estado y, como ya se dijo, respaldada a partir de criterios objetivos y subjetivos y condiciones mínimas para ejercerla. A su vez, hay que tener presente que los aspectos jurídico-legal o tradicional reposan en el término *autoritativ*, cuyo origen se encuentra en la cultura romana antigua y significa una disposición que no es negociable, discutida y cuestionada porque su validez es aceptada (Gadamer, 1996).

Enseguida se describe la ubicación de la categoría de investigador educativo en el sistema educativo mexicano, al igual que otras dos (subdirección académica y administrativa de normal): se ubica en la cúspide de la pirámide laboral correspondiente al tabulador para servidores públicos docentes de la educación básica y normal. En el cuadro 2 se presentan las categorías y salarios correspondientes a 2017.

**Cuadro 2. Tabulador para servidores públicos docentes educación básica y normal 2017 del subsistema estatal del Gobierno del Estado de México**

<i>Categoría</i>	<i>S. B.</i>	<i>L. D.</i>	<i>Despensa</i>	<i>C. R.</i>	<i>Total</i>
HC AL	293.00	28.50	22.50	43.50	387.50
HC PSI "A"	386.80	37.70	29.80	57.60	511.90
HC PSI "B"	311.60	30.30	27.30	46.30	415.50
Director escuela para adultos "A"	5 681.60	562.80	441.90	864.10	7 550.40
Director escuela para adultos "B"	5 682.60	562.80	441.90	864.10	7 550.40
Promotor de educación artística	9 723.70	972.50	529.90	1 485.60	12 711.70
Promotor de educación física	9 723.70	972.50	529.90	1 485.60	12 711.70
Promotor de educación ambiental y salud	9 723.70	972.50	529.90	1 485.60	12 711.70
Coordinador de promotores	21 968.10	2 196.80	1 223.40	3 357.40	28 745.70
Pedagogo Educación especial	10 624.10	1 062.20	836.40	1 627.30	14 150.00
Profesional educación especial	10 591.70	1 059.50	672.70	1 620.20	13 943.60
Profesor supernumerario "B"	4 294.20	429.40	514.10	660.00	5 897.70
Profesor supernumerario "A"	4 688.20	469.00	525.40	719.90	6 402.50
Profesor estudiante	5 953.90	595.30	561.00	913.60	8 023.80
Profesor pasante	6 921.70	682.70	603.00	1 046.40	9 253.80
Profesor titulado	9 525.30	920.80	637.50	1 410.90	12 494.50
Secretario escolar Prees. y Primaria.	9 302.90	930.50	672.40	1 977.80	12 883.60
Subdirector escolar Prees. y Primaria	9 784.90	978.20	683.90	2 160.10	13 607.10
Director escolar Prees. y Primaria	11 812.70	1 170.20	726.70	1 793.90	15 503.50

Continúa...

Profesor telesecundaria	8 972.50	897.60	645.80	1 373.50	11 889.40
Profesor telesecundaria pasante	10 270.40	1 027.30	703.40	1 571.90	13 573.00
Profesor telesecundaria titulado	12 796.10	1 279.80	709.40	1 955.50	16 740.80
Orientador técnico	10 689.60	1 059.30	663.50	1 623.10	14 035.50
Secretario escolar Sec. Gral.	11 022.40	1 102.10	689.00	1 685.50	14 499.00
Subdirector escolar Sec. Gral.	11 221.80	1 122.30	703.90	2 174.80	15 222.80
Director escolar Sec. Gral. Y Ts.	13 780.10	1 364.90	732.90	2 090.60	17 968.40
Pedagogo "B" Sec. Téc.	10 675.00	1 057.60	692.70	1 621.30	14 046.60
Secretario escolar Sec. Téc.	11 032.70	1 103.10	695.00	1 686.90	14 517.70
Subdirector escolar Sec. Téc.	11 481.60	1 148.40	710.50	1 967.30	15 307.80
Director escolar Sec. Téc.	14 050.20	1 392.20	763.80	2 131.80	18 388.10
Asesor Técnico Pedagógico	9 242.30	920.70	637.50	1 410.40	12 210.90
Auxiliar técnico de supervisión	19 150.90	1 880.00	1 032.40	2 885.20	24 948.50
Auxiliar técnico de Coord. regional	21 676.10	2 167.60	1 118.80	3 311.60	28 274.10
Supervisor escolar	27 871.80	2 787.00	1 296.20	4 256.20	36 211.20
Pedagogo "A"	21 875.60	2 187.60	1 118.80	3 342.30	28 524.20
Investigador educativo	27 492.80	2 749.10	1 296.20	4 198.90	35 737.00
Subdirección académico de normal	27 584.20	2 758.50	1 319.30	4 212.50	35 874.50
Subdirector administrativo de normal	27 584.20	2 758.50	1 319.30	4 212.50	35 874.50
Hora clase "A" SU	496.40	48.10	28.70	73.70	646.90
Hora Clase "B" SU	404.30	39.50	25.20	60.10	529.10
Hora clase "A" ME	460.80	44.60	22.90	68.10	596.40
Hora Clase "B" ME	350.70	33.90	21.60	52.20	458.40

Fuente: Convenio de sueldos y prestaciones 2017. Sindicato de Maestros al Servicio del Estado de México.  
 Acotaciones: S. B.: Sueldo base, L. D.: Labores docentes, C. R.: Compensación por retabulación.

La categoría Investigador educativo es deseada por la mayor parte de los actores educativos debido, principalmente, a la remuneración económica, jerarquía laboral, funciones asignadas (docencia, investigación y difusión), condiciones laborales, proyección social, reconocimiento profesional, dinámica, mecánica y logística cotidiana, estímulos a la productividad, vinculación académica con instituciones pares e instancias gubernamentales, invitaciones académicas, formación de investigadores y participación en programas nacionales e internacionales (investigación, estancias, evaluación, seguimiento, financiamiento, etcétera).

Es importante señalar que las categorías laborales, además de estar vigentes en un periodo largo, están determinadas principalmente por el presupuesto económico y en menor medida por las necesidades laborales, las negociaciones entre el sindicato y el departamento de educación, así como por políticas educativas, recomendaciones de organismos internacionales y, sobre todo, por cuestiones presupuestarias.

Otros actores educativos (docentes, personal administrativo y estudiantes) consideran que ser investigador educativo tiene ventajas y beneficios que ninguna otra categoría laboral puede ofrecer. Por ejemplo, algunas personas creen que los gastos económicos generados por las actividades de investigación y difusión son cubiertas por las autoridades institucionales. La situación es falsa. Probablemente, durante el periodo llamado edad de oro o del gobierno benefactor mexicano, los apoyos económicos se asignaron sin restricción. Ahora, con el neoliberalismo, pocas son las instituciones que las otorgan con base en un tabulador presupuestal, como es el caso de las universidades autónomas mexicanas y el ISCEEM, que a partir de 2010 sólo ofrece el apoyo de tiempo laboral y en ocasiones extraordinarias, como el pago de inscripción en eventos nacionales donde se presenta alguna ponencia.

Con respecto a los criterios de contratación, éstos dependen y varían según el sistema educativo (federal, universitario, estatal o privado), la trayectoria y reconocimiento de la institución superior y de posgrado, los momentos coyunturales –cuando se crea alguna institución–, la época histórica y las plazas vacantes. Sin embargo, los aspectos coincidentes giran en torno a que la persona solicitante tengan los siguientes requisitos: grado de doctor, agente de investigación o posea una productividad sólida, así como trayectoria en una línea de investigación, autoridad epistémica o deontológica y cuenta con reconocimiento nacional.

Entre los aspectos que los diferencian está haber realizado los estudios de doctorado preferentemente en Europa y Estados Unidos, han recibido reconocimientos nacionales e internacionales, participan en redes académicas nacionales e internacionales, tienen perfil PROMEP, son líderes o forman parte de algún cuerpo académico, pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores y son recomendados por un investigador educativo ampliamente reconocido en el ámbito nacional o preferentemente internacional.

## PRÁCTICAS PROFESIONALES DEL INVESTIGADOR EDUCATIVO

Se entiende por prácticas profesionales a las funciones específicas realizadas por el investigador –en algunos casos, por los docentes– y que son explicitadas en los acuerdos de la institución educativa de posgrado mexicano, en el contrato y nombramiento laboral, en las nociones existentes sobre este actor educativo, en los criterios demarcados en las políticas educativas y en las recomendaciones hechas por los organismos internacionales y especialistas sobre temas vinculados a la educación y la investigación. Los aspectos que constituyen al apartado son: importancia de la noción, nociones sobre investigador educativo y funciones asignadas.

### *Importancia de la noción*

Las nociones elaboradas sobre algún concepto, persona, objeto o fenómeno son importantes porque, además de ser interpretaciones, percepciones, representaciones, construcciones temporales que expresan el modo de ser de las personas que las crearon, son parte de una totalidad cultural que, al mismo tiempo que es transmitida y reproducida por la tradición, también es susceptible de transformación debido a la historia efectual y a la condición de historicidad que les caracteriza.

La noción es un término que se emplea para hablar sobre una idea o un conocimiento que se tiene de alguna cosa. Tal definición, a pesar de ser aceptada, carece de argumentos para explicar su importancia en el campo de la investigación.

Para Hegel (1987) representa una fase especial de evolución dentro de la totalidad de la trayectoria humana, por ello, no debe exigirse ni esperarse más de lo que puede ofrecer.

En este trabajo, las nociones, además de tener un valor verdadero, tiene un sentido, significado e intención hasta que no se demuestre lo contrario, contienen elementos que, utilizados como indicadores, permiten interpretar la realidad a partir de los componentes culturales. Por lo tanto, se descarta que las ideas que sustentan sean por capricho, de fantasía, aunque el prejuicio y las arbitrariedades lingüísticas estén presentes. Sin duda, las nociones tienen una condición de historicidad (García, 2012).

Comprendida como constructo, la noción es entendida no sólo como el resultado del cúmulo de experiencias vividas, sino también como una posición crítica asumida por la persona sobre algún asunto específico; podemos afirmar que la noción es genuinamente histórica. Tal hecho significa que no sólo se le puede atribuir un sentido personal, sino que debemos reconocer que es una construcción temporal donde el trabajo de teorizar lo empírico adquiere validez en tanto, además de estar enraizado en experiencias de diversos tipos, reflejan signos de la realidad social adquirida y reproducida, pero, sobre todo, enriquecida por la serie de interpretaciones hechas por el investigador educativo (García, 2012).

### *Nociones sobre investigador educativo*

En las nociones sobre el investigador educativo se encuentran elementos e indicadores para comprender no sólo los modos de ser, las funciones, los retos, las utopías, las paradojas, los obstáculos y los principios que caracterizan, estereotipan y representan al actor educativo, sino también la condición de historicidad del quehacer investigativo y de la persona que la desarrolla; los cambios, las transformaciones, los retrocesos, las proyecciones y estancamientos por efecto de tiempo, la historia y del espíritu de la época.

A continuación se presentan los rasgos distintivos y el elemento contextualizador para que una persona pueda ser contratada como investigador educativo. García (1997) identifica que en la década de los setenta para ser investigador en la UNAM se necesitaba tener estudios universitarios. Tal visión cambió en los años noventa al exigirse no sólo el grado de maestro y doctor en instituciones nacionales o de preferencia en el extranjero, sino estar en los registros de excelencia, tener acceso a programas y sistemas que garantizan ingreso económico y simbólico redituable.

Adler y Chamizo (1998) describen la ruta tradicional y de excelencia para llegar a ser investigador. En la primera, las personas contratadas ingresaron a las instituciones educativas con categorías de menor nivel jerárquico, y a través de mecanismos de ascenso adquieren otra de mayor posición en un plazo largo o simplemente se estancan en la lograda. En la segunda, el ascenso es mucho más rápido debido a los grados de

estudio del doctorado,<sup>12</sup> obtenidos en universidades extranjeras. El grado de estudio es determinante para ser un investigador.

Corina y Osorio (2002) describen el capital cultural (institucionado, objetivado y simbólico) que caracteriza al investigador educativo y subrayan que éste tiene que convertirse en un agente de la investigación educativa. Ambos aspectos han sido descritos con anterioridad.

Victorino (1998), al estudiar a la Universidad Autónoma de Chapingo, afirma que el investigador del campo social es el profesional que hace investigación en áreas económico-social, histórico-política y social-educativa y los concursos de oposición son los medios para su contratación.

García (1987) afirma que en la década de los ochenta, ser investigador en el sistema educativo estatal del gobierno del Estado de México, implicaba ser un profesor normalista cuyo grado máximo de estudios era de licenciatura. Las funciones asignadas son la docencia e investigación.

En el reglamento vigente del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), se entiende por investigador nacional al científico y tecnólogo que tiene un contrato o convenio institucional vigente de al menos 20 horas-semana-mes para realizar actividades de investigación científica o desarrollo tecnológico en las instituciones y organizaciones de los sectores público, privado y social o, en su defecto, se encuentre realizando una estancia posdoctoral ya sea en México o en el extranjero.

En el estatuto jurídico y de organización del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) (1975), el investigador es el “profesional de reconocida capacidad, que asumirá la responsabilidad de plantear el proyecto, diseñar el proceso de realización, dirigir su ejecución y presentar sus resultados, en forma de artículos y monografías dentro de plazos previstos”, y es contratado por tiempo completo y con carácter de exclusividad.

En el subsistema de educación normal de la Secretaría de Educación Pública (SEP), el investigador es el personal que forma profesionales de la educación de nivel básico superior y medio superior e investigadores; organiza y realiza investigaciones sobre

---

<sup>12</sup> El término doctor significa personal entrenado para investigar e interactuar con redes científicas internacionales y publicar en revistas de prestigio.

problemas sociopedagógicos de interés regional, nacional o internacional; desarrolla actividades orientadas a extender los beneficios de la ciencia, la técnica y la cultura; además, participa en la dirección y administración de las actividades mencionadas, que la autoridad respectiva le encomiende.

Generalmente en distintos reglamentos y estatutos de la Universidad Nacional de México (UNAM) y la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), se entiende al investigador como el personal académico de tiempo completo que realiza funciones de investigación y difusión de la ciencia y la cultura.

Para Gadamer (1993 y 2000), el investigador posee la capacidad de interpretar lo que otros y él mismo dicen, de pensar y no creer sólo lo que hay en el libro, tiene una postura crítica, está formándose permanentemente, es una persona confiable, competente y sus juicios son objetivos y tienen veracidad y, entre otras cuestiones, potenciar sus fuerzas allí donde uno percibe sus puntos débiles.

A lo anterior hay que agregar que el investigador tiene la libertad e independencia para realizar su trabajo y beneficiar con ello a la humanidad, está consciente de sus fines y límites, considera la verdad como patrimonio humano, se comunica con honestidad, generosidad y alegría, la actitud de búsqueda, constancia y disposición a reformular es constante, no tiene prisa de ser el primero en construir el conocimiento o la interpretación, es meditado en las afirmaciones y competente en el saber, huye de la competencia, disfruta la profesión y a través de ella se realiza personalmente (Núñez, 2000). Gutiérrez (1999) afirma que el investigador es un intelectual, líder social, crítico del Estado y constructor de empresas culturales.

### *Funciones asignadas*

Se entiende que la expresión “espíritu de la época” tiene sus raíces en el término alemán *Zeitgeist*, espíritu (*Geist*) y tiempo (*Zeit*), y se refiere al clima intelectual, cultural, económico, que caracteriza a un determinado periodo histórico. A través de este trabajo se afirma que las prácticas profesionales realizadas por el investigador educativo están sujetas a los avances científicos, tecnológicos, industriales, económicos, políticos, culturales, educativos, ecológicos de la época que le tocó vivir; a las prácticas profesionales creadas en épocas anteriores; las informadas por las autoridades educativas a través del nombramiento y contrato institucional; las transmitidas por el contacto

directo y canales político-sociales-culturales y educativos, así como las ejecutadas por los contemporáneos y reproducidas por él debido a su convicción, creencias, actitudes, valores, motivaciones, personalidad, lenguaje, habilidades cognitivas, *ethos*, ética, posición crítica, militancia, interpretativa, entre otras. Con base en el primer aspecto de la afirmación anterior, a continuación se describen algunas prácticas profesionales del investigador educativo en dos periodos históricos distintos: finales del siglo XX e inicios del siglo XXI.

### Finales del siglo XX

Este periodo histórico forma parte de la sociedad industrial, por consiguiente, las prácticas profesionales del investigador educativo están estrechamente vinculadas con los principios que caracterizaron a la Ilustración: justicia, igualdad y progreso. Otro elemento a destacarse es la idea de nación y, por consiguiente, la configuración de México a partir de la vinculación entre sociedad-ciencia-tecnología-industria.

Se considera que cada práctica profesional tiene una historia y argumentación que las legítima y que no es posible describirla en este momento, por lo que a continuación se describen algunas con la finalidad de señalar que las acciones que realizan no se reducen a la profesión de investigar ni se restringen al interior de la institución al cual está adscrito laboralmente el investigador. Además de ellas, las acciones se amplían debido a las características de la categoría laboral y a la profesión realizada, pero sobre todo, al compromiso y responsabilidad que tiene sobre él mismo, las personas con las que coactúa y correlaciona, la sociedad, el país y el mundo en que habita.

Entre las prácticas profesionales se encuentran: construir conocimientos tendentes al desarrollo del país; crear nuevas pedagogías, modelos, dispositivos, material didáctico, pruebas de evaluación, etc. para solucionar y disminuir los problemas que aquejan al sistema educativo y a la población; la formación y actualización de recursos humanos orientados a la investigación y a la profesionalización; crear empresas culturales a partir de los atributos de autoridad intelectual, agente de la investigación, etc.; asumir el papel de líder en las actividades realizadas en las academias educativas; mantener no sólo una posición crítica hacia el Estado, sino también de vigilancia epistémica y epistemológica; formar grupos académicos dedicados a la investigación; transmitir el entusiasmo por la búsqueda de la verdad (Gadamer, 1993); comunicar

libremente y con honestidad, generosidad y alegría el saber construido; utilizar los descubrimientos de investigación para el beneficio de la humanidad y no para dañar a los seres humanos ni al medio ambiente; pensar que la verdad es patrimonio de la humanidad (Núñez, 2000); asumir una actitud crítica hacia el Estado; impulsar, portar y producir valores sociales y educativos; ser creadores de empresas culturales; ser constructores de consensos y la posesión de un conocimiento especializado en educación, en humanidades o ciencias naturales (Gutiérrez, 1999).

### Inicios del siglo XXI

Esta época pertenece a distintas sociedades: posindustrial, del conocimiento, de la información, sociedad aldea, etcétera. La Internet y la Web son los principales aspectos que vinculan a las anteriores; por consiguiente, las prácticas profesionales que se priorizan, recomiendan y hasta se instituyen en los documentos oficiales educativos son, entre otras, el trabajador manual (tiene una función de ejecutor y aplicador, sus acciones se enraízan en el sentido de lo pragmático, se cree que no tiene conciencia de lo que hace, que su trabajo es repetitivo y carece de un sentido dinámico, abierto y flexible; sin embargo, el hecho de conocer los procesos y los resultados de las acciones lo convierte en un activo para la construcción del saber); el trabajador del conocimiento (produce conocimiento y su acción está dirigida a que éste sea el recurso generador por excelencia de la riqueza económica (Drucker, 2001); los tecnólogos (son grupos integrados por personas y profesionistas que aplican el conocimiento del más alto nivel; en su productividad se destaca y se vinculan las tareas del trabajador del conocimiento y las del trabajador manual (Drucker, 2008: 25); el empresario (adelanta las innovaciones, crea nuevos negocios, conquista otros mercados y clientes (Altarejos, 1999), mantiene negocios rentables y mejora la productividad), y el *knowledge worker*, es decir, empresario-trabajador del conocimiento (Drucker, 1992).

Otras prácticas giran en torno a la gestión del conocimiento: incorporarse a comunidades científicas, de investigación, redes, asociaciones, escuelas, consejos, comités (locales, regionales, nacionales e internacionales); buscar financiamiento económico para desarrollar exitosamente los proyectos de investigación; vincularse con el sector industrial, empresario, político, ecológico, ciencia; tener conocimientos

sobre epistemología, condición humana y construcción de una identidad terrenal del ser humano; mostrar empleo ético del conocimiento, ser exigente para enfrentar incertidumbres, tener una posición crítica hacia la comprensión y habilitar la antropoética del género humano (Morin, 2001).

Desde la perspectiva de Núñez (2000), el investigador debe defender la libertad de la investigación, la elección del tema y metodología a desarrollar; estar consciente de los fines de la investigación; tener capacidad de poner límites a la desmesura; no perder actitud de búsqueda; ser constante y sistemático; estar dispuesto a reformular las propias hipótesis si la evidencia o experimentación muestran que son falsas; no tener prisa por ser el primero en arrojar resultados de la investigación; evitar todo tipo de reduccionismo; ser competente con el saber; huir de la competitividad; gozar de las actividades de investigación; procurar escapar del circuito ciencia-tecnología-sociedad; defender la autonomía, neutralidad y objetividad de la investigación, y buscar libremente la verdad.

En fin, las prácticas profesionales a pesar de estar legitimadas jurídicamente, instituidas por las políticas educativas y habilitadas por las comunidades científicas y de investigación, dependen básicamente del compromiso, responsabilidad, conciencia y formación del investigador educativo y no tanto de los apoyos morales, de tiempo y económicos que ofrecen las autoridades institucionales y académicas.

Algunos investigadores educativos, sin darse cuenta, están realizando las prácticas profesionales heredadas por las generaciones que le antecedieron –y ellos las transmiten a las generaciones futuras–, así como de aquellas que se han creado por internet y la web.

Sólo por citar un ejemplo, ante el poco presupuesto económico para publicar libros a partir de los resultados de la investigación terminada en la institución donde laboran, algunos investigadores educativos utilizan no sólo sus propios recursos económicos para hacerlo, sino también implementan estrategias de compra y venta a través de las páginas web y del internet. Otros cubren sus gastos personales para presentar los hallazgos, resultados y conocimientos construidos a través de las investigaciones desarrolladas en eventos académicos locales, regionales, nacionales e internacionales.

Para la incorporación a las comunidades científicas y de investigación es un hecho fehaciente que los investigadores educativos no dudan en invertir económicamente para mostrar sus construcciones y participar activamente en las actividades realizadas

en su interior con, sin y a pesar del poco o nulo apoyo que ofrecen las autoridades institucionales y del apoyo moral de las familias.

## REFLEXIONES FINALES

Las imágenes sociales y las prácticas profesionales del investigador educativo adscrito a las instituciones de posgrado del sistema educativo mexicano han sido creadas, reproducidas e incrementadas por las variables estructurales que constituyen el modelo integral sustentado por Bar-Tal (1994) (relaciones intergrupales y factores sociopolíticos económicos), transmitidas por los canales sociales, políticos, culturales y educativos y legitimadas por las variables personales del actor educativo (creencias, actitudes, valores, motivaciones, personalidad, lenguaje, habilidades cognitivas, etcétera).

Los estereotipos construidos sobre la imagen social del investigador educativo han sido creados a partir de las relaciones intergrupales, sociales y políticas, además de transmitirse y reproducirse por la tradición y la fuerza de la costumbre; son aceptados por las autoridades educativas siempre y cuando no atenten, violenten y cuestionen las disposiciones económicas que los rigen. Asimismo, representan las prácticas profesionales a desarrollar por este actor educativo, aunque éste no sea consciente de tal asignación, no las reconozca y las dificultades y obstáculos que enfrenta para desarrollarlas con, sin y a pesar de las autoridades institucionales.

Las principales imágenes sociales que representan las prácticas profesionales del investigador se encuentran: catedrático, científico de la ciencia, constructor de conocimiento, intelectual, líder, autoridad, agente de la investigación educativa, creador de empresas culturales, tejedor de conceptos, intérprete de la realidad, biógrafo, empresarios, trabajador del conocimiento, trabajador manual, *knowledge worker* y gestor del conocimiento.

Independientemente del contenido a favor o en contra de la imagen social y de las prácticas profesionales antiguas y de reciente creación asignadas para ser desarrolladas por el investigador educativo, las que se consolidan y generalizan en México se debe a la influencia de la tradición, a la fuerza de la costumbre e imposición a través del nombramiento y la evaluación sobre su desempeño. El clima, las relaciones, los debates y la institucionalización de nuevos estereotipos generados al interior de

las comunidades científicas y de investigación tienen poco impacto si la autoridad político-administrativa no autoriza su contenido y si no son legítimas por cuestiones económicas.

## REFERENCIAS

- Adler Lommitz, L. y L. Cházaro García (1998). “La influencia de los cambios en las políticas académicas y de evaluación en el desarrollo de las carreras de los investigadores de la UNAM: el caso de IIMAS”. En Patricia Ducoing (Coord.), *Investigación educativa 1993-1995. Tomo I. Sujetos y proceso de formación y de enseñanza-aprendizaje*. México: UNAM-COMIE-CEU-ENEFL.
- Aguirre Lora, G.M.E. (1988). “Una crisis dentro de la crisis: la identidad profesional de los docentes universitarios”. *Revista de la Educación Superior*, vol. XVII, núm. 2 (66), 1-21.
- Altarejos, F. (2005). *Dimensión ética de la educación*. Navarra: EUNSA.
- Bar-Tal, D. (1994). “Formación y cambios de los estereotipos étnicos y nacionales. Un modelo Integrado”. En *Psicología Política*, 9, 21-49.
- Ben David, J. y Zloczower, A. (1966). *La universidad en transformación*. Barcelona: Seix Barral.
- Beuchot Puentes, M. (1997). *Tratado de hermenéutica analógica*. México: UNAM.
- Corina Escalante, A. y Osorio Madrid, R. (2002). “Los agentes de la investigación educativa en México”. En E. Weis (Coord), *El campo de la investigación educativa 1993-2001*, México: COMIE.
- Drucker, P. F. (1992). *Post-capitalis Society*. Boston: Butterworkh Heinemann.
- Drucker, P. F. (2001). *Management Challenges in the 21<sup>st</sup> Century*. Harper Business.
- Drucker, P. F. (2008). “La productividad del trabajador del conocimiento: máximo desafío2, *Harvard Deusto Business Review*, núm. 141.
- Gadamer, H. G. (1993). *Verdad y Método I*. Salamanca: Sígueme.
- Gadamer, H. (2000). *La educación es educarse*. Barcelona: Piados.
- García, M. D. (2012). *La noción de formación en los investigadores*. México: Castellanos Editores.
- García, S. (1997). “El dilema existencial de los académicos: ‘ser o no ser’”. En IV Congreso Nacional de Investigación Educativa. Conferencias magistrales. México: COMIE.

- García, L.; Camacho, G.; Moreno, I. L.; Lara, E.; López, M. M. y Larrauri, R. (1987). "Coloquio sobre el perfil del investigador educativo". En *Investigadores Educativos del Estado de México*, Toluca: A. C. INEDEM.
- Gutiérrez, N. G. (1999). *Orígenes de la institucionalización de la investigación educativa en México*. México: DIE-CIESAS-IPN.
- Grondin, J. (2000). *Hans-Georg Gadamer. Una biografía*. Barcelona: Herder.
- Hegel, G. W. F (1987). *Lecciones sobre historia de la filosofía*. México: Porrúa.
- Hirsch Adler, A. (1996). *Educción y burocracia. La organización universitaria de México*. México: Gernika.
- Morin, E. (2001). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. París. UNESCO.
- Núñez de Castro, I. (2000). "Investigación". En Cortina, A. y Conill, J., *10 palabras claves en ética de las profesiones*. Madrid: Verbo Divino.
- Rollin, K. (1986). "Las vicisitudes de una azarosa profesionalización". En *Crítica*, Revista Trimestral de la Universidad Autónoma de Puebla, No. 28.
- Victorino Ramírez, L. (1998): *Los investigadores sociales ante los cambios. Problemas y expectativas*. México: Universidad Autónoma Chapingo.

## LOS ESTEREOTIPOS Y REFERENCIAS CULTURALES COMO BASE PARA EL DESARROLLO DE PERSONAJES E HISTORIAS EN UNA NARRATIVA VISUAL

*Indira Miranda González\**

*Azucena Urbina Arias\**

Al ver una película, cómic, serie o caricatura, nuestro interés radica en los personajes, en los efectos especiales o en la trama, pero pocas veces reflexionamos sobre el impacto del mensaje, es decir, qué efecto tienen las imágenes y los protagonistas sobre nuestro pensamiento crítico, si refuerza o cambia nuestra forma de ver a ciertas culturas o personas. Fuera de la industria de la animación y el entretenimiento, pocas personas logran percibir el trabajo que implica crear una narrativa visual, los personajes, su desarrollo y la trama; así como la cantidad de horas invertidas en investigar y entender el comportamiento humano y cómo cambia dependiendo del contexto sociocultural.

Muchas veces los animadores se convierten en investigadores, se adentran en otras culturas, en sus costumbres, formas de vestir, objetos, idiomas, historias, edificaciones, creencias, expresiones, ceremonias o religiones. Entre más expuestos puedan estar a la cultura que investigan, la entenderán más fácilmente y el proyecto que desarrollen será mejor. Por ejemplo, para la producción de la película *Mulan*, Disney envió a un grupo de supervisores artísticos a China durante tres semanas para tomar fotografías y realizar bocetos de la arquitectura, personas, monumentos y zonas culturales, lo cual llevó a comprender de manera profunda esta cultura, y ayudó a crear un diseño artístico que asemeja obras orientales.

En este capítulo presentamos el desarrollo de personajes para una novela gráfica, creada por dos artistas mexicanas, que mezclan distintas culturas: mexicana, japonesa, gitana romaní, africana, coreana, europea e hindú, convergiendo para el desarrollo

---

\* Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán, imagezdoesart@gmail.com, azul-RS @hotmail.com

de una sociedad mágico-religiosa ficticia. De primer momento nos puede parecer incomprensible el desarrollo de este proyecto, incluso imposible de realizar, pues vemos las diferencias culturales demasiado marcadas y no podemos concebir que puedan entrelazarse de forma armoniosa en una misma historia. Pero no tomamos una cultura completa y la arrojamos en un plan, partimos de estereotipos, los desarrollamos y discriminamos las características que más influyen.

El proyecto, que aún se encuentra en sus primeras fases de desarrollo, es una narrativa visual (cómic) por ahora nombrada Tweedia, cuya pronunciación es /tuidia/, una flor nativa de Sudamérica que se extiende desde el sur de Brasil a Uruguay y que simboliza “corazones que creen el uno en el otro” o “amor dichoso” en el lenguaje de las flores. De este nombre también surgen el de los personajes principales “Tui” y “Diya”, cuya pronunciación conjunta es homófona al nombre de la flor.

Este proyecto<sup>1</sup> surge de la curiosidad por el contraste de conceptos como “bruja” y “magia” entre la cultura mexicana, europea y oriental, así como por el interés de incluir las culturas que hasta ahora han influenciado nuestro trabajo artístico. Aquí es donde la empatía juega un papel importante, esto no significa que el lector o espectador debe ser capaz de llorar cuando alguien más llora; dentro de la industria lo anterior se traduce en poder comprender a otras personas y culturas, ponerse en el lugar de los demás, no sentirse triste porque alguien llora, sino comprender el porqué de su sufrimiento.

#### MANEJO DE LOS ESTEREOTIPOS EN EL DESARROLLO DE PERSONAJES DENTRO DE LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO

La importancia de los estereotipos dentro del desarrollo de personajes e historias radica en la correcta representación de estas personas y culturas. Algunos de estos son negativos y otros positivos, pero ambos deben ser estudiados para elegir en qué momento y de qué forma representarlos. Finalmente, los estereotipos nos ayudan a agrupar y entender características particulares atribuidas a un grupo de personas. En la industria del entretenimiento estos estereotipos son exagerados o negados como parte

---

<sup>1</sup> El proyecto es autónomo, una vez concluida la reproducción será registrado ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

de la trama, cumplen un propósito, aunque la mayoría de las veces esta representación termina dañando más la imagen del grupo representado.

Como generadores de contenido debemos ser cuidadosos y conscientes de cada palabra que escribimos, o dibujo que realizamos, ya que podemos alterar la imagen que las personas tienen de otros. Si ponemos a los padres solteros como agresivos y poco cuidadosos, sin razón aparente y generalizamos esta idea y no tratamos el problema, se vuelve una mala representación de ellos, pues sabemos que, aunque pueden existir personas que entren a esta categoría, no todos son así.

Hay estereotipos negativos representados que pueden ser usados de manera correcta, quizás haciendo énfasis en que estas conductas o características son negativas. Al crear contenido, los estereotipos se vuelven un recurso para la historia. En la película *Ratatouille*, por ejemplo, el chef principal es gordo, a quien automáticamente le atribuimos características como tierno, agradable y simpático debido a la forma en que está representado; pero si nos mostraran a un luchador gordo, quizás le daríamos otras características, como rudo, agresivo o tosco; en ambos casos las dos personas son robustas, pero los estereotipos cambian drásticamente dependiendo del contexto. Retomando el ejemplo, también observamos otros tipos de chefs: altos, delgados, chaparros, carismáticos, enojones, perspicaces, crédulos, etc. Su mensaje final “cualquiera puede cocinar” se manifiesta precisamente así. La mayoría de las personas dentro de un grupo pueden compartir características particulares, pero también hay personas distintas que pertenecen a este mismo.

El uso de estereotipos en la industria del entretenimiento es mucho más complicado, ya que se le está atribuyendo a un grupo de personas una visión de ciertas características. Por ejemplo, si hacemos una película donde la masculinidad es representada de una forma tóxica y lo hacemos ver como lo habitual, estamos contribuyendo así a que esas características negativas del comportamiento masculino se normalicen.

Crear un contenido, en cualquier formato (libro, revista, cuento, serie, película, cómic) implica necesariamente que los pensamientos que se plasmen contribuirán al referente visual y ético de una persona. Se tiene la capacidad de enfatizar a los estereotipos ya marcados por la sociedad, ya sea de forma negativa o positiva. No existe control sobre la forma de pensamiento de nuestro público, sólo se puede esperar que se compartan algunos valores, que se entienda el punto de vista que se quiso transmitir, pero en realidad lanzamos nuestros proyectos a la deriva sin saber realmente el tipo de impacto que va a generar en alguien.

Un punto en común que debe existir en el desarrollo de proyectos es la investigación de los grupos de personas que se van a representar y el criticismo de poder definir qué estereotipos usar, por qué razón y cómo van a apoyar el mensaje final que queremos transmitir.

## PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

La forma en que se eligieron las características específicas de cada cultura fue por discriminación. Generamos una lista de todo aquello en lo que pensábamos al hablar de una cultura en particular, desde vestimenta, joyería, festivales, comportamientos sociales, objetos, valores marcados en la cultura y estéticas particulares. Posteriormente hicimos otras dos listas sobre lo que más nos interesa de esa cultura y lo que nos sirve para tener un impacto en nuestra historia, y qué tipo de impacto (visual o ideológico).

Después realizamos una investigación sobre la cultura o el grupo social del que queremos hablar y generamos esas mismas listas para ver el contraste de ideas antes y después del acercamiento. Analizando el proceso de investigación para el desarrollo de personajes, identificamos cuatro problemáticas principales:

- a) Las percepciones del mexicano sobre otras culturas se basan principalmente en el conocimiento mediático más que en una investigación propia.
- b) Los estereotipos ya establecidos, sobre todo en las generaciones más grandes, son difícilmente cambiables, a menos que vean el proyecto como una ficción que no tiene gran influencia sobre ellos.
- c) Al tomar elementos de otras culturas y adaptarlos a una historia mexicana, debemos buscar un punto medio, no forzarlos dentro una estética particular, sino generar una nueva donde ambas partes puedan coexistir.
- d) Tener en cuenta el conflicto de apropiación cultural.

Posteriormente, buscamos puntos en común en ambas listas y se trató de conservar los términos que se pueden explicar o permiten entender al grupo o persona del que se habla de la mejor manera. Observamos un equilibrio entre los estereotipos que la audiencia puede tener sin conocer la cultura, algunos conceptos o ideas importantes de la misma y la estética a trabajar. Finalmente, la influencia de las características

elegidas debe tener como objetivo la comprensión e interés de los personajes en la historia por parte del público.

Esta novela gráfica parte de los estereotipos que la cultura mexicana tiene sobre otros países; sin embargo, no está dirigida únicamente a un público mexicano. Partimos de lo que conocemos, de nuestros propios estereotipos, tanto internos (de lo mexicano) como externos (de lo extranjero). Lo que nos interesa es la reacción o el interés que los lectores de otros países tengan sobre la historia a pesar de desconocer las clasificaciones o ideas generales que como mexicanos tenemos sobre una cultura en particular.

Nosotras, las creadoras, como consumidoras de productos de entretenimiento, buscamos relatos de diversas partes de mundo, y aunque no comprendemos todos los detalles culturales, la historia es lo que nos atrae. Las diferencias no se vuelven un problema, sino que se convierten en un atractivo visual e ideológico. Partiendo de esta hipótesis, decidimos no poner como público objetivo a los mexicanos, para ver qué es lo que les interesa a los extranjeros sobre la cultura mexicana y qué elementos tanto nacionales como de otros países identifican dentro de la historia.

Es importante agregar que dentro de cada tomo vendrá una explicación de “datos curiosos”, donde se mostrarán algunos de los elementos que tomamos de otras culturas, su significado y qué representan en la historia; como una especie de glosario.

### *Los estereotipos como una necesidad de síntesis y agrupamiento*

Cuando hablamos de utilizar los estereotipos para el desarrollo de personajes, no buscamos retratar lo peor de ciertas personas o culturas, sino identificar a un grupo a través de ciertas características que el lector entienda consciente o inconscientemente. Esto nos sirven para identificar una cultura o forma de pensamiento, la cual permite al artista disponer de una serie de características con las que puede jugar visualmente para ilustrar al personaje, sin describir aún nada de él (ya sea con diálogo o fondos). Nos preguntamos: ¿de dónde viene el personaje, cómo se comporta y cómo se puede llegar a desarrollar?

Imagen 1. Bocetos de vikingos



Fuente: elaboración propia.

En la imagen 1 vemos a tres personas, cuyas prendas y adornos nos dan una idea de la cultura a la que pertenecen, también si viven en una región fría o peligrosa, qué tipo de vida cotidiana llevan, en qué tiempo se desenvuelven y qué tipo de tecnología tienen a su alcance. Todo se basa en especulaciones, en realidad no sabemos nada de ellos, aún no nos describen su procedencia ni su contexto sociocultural. Sin embargo, sólo con un vistazo nuestro cerebro busca dentro de todos los referentes culturales que ha almacenado a lo largo de nuestra vida cada película, anuncio publicitario, comercial, revista, libro, programa, cuento, etc., es decir, indaga información acerca de personas con características similares, lo cual nos permite comprender la imagen y el personaje hasta cierto punto.

El proceso para generar un personaje varía dependiendo del autor, pero usualmente mantendrá los siguientes pasos, aunque en distinto orden:

- idea;
- primeros bocetos;
- referencias;
- investigación;
- un perfil psicológico y emocional para el personaje;
- papel de los personajes en el desarrollo de la trama;
- bocetaje con nuevas ideas y elección de características físicas y mentales.

En particular, este proyecto tardó bastante en asentarse, por lo cual el desarrollo de personajes comenzó tardíamente. El detonador de este trabajo fue un vago interés al escuchar una historia de brujas que implicaba a varias generaciones de una misma familia. Plasmamos algunos bocetos basados en esta el relato, así quedó una “idea interesante”, pero sin pensar más allá en ella. Tiempo después, debido a pláticas relacionadas con el tema, retomamos estos bocetos y continuamos jugando con el tema sin llegar a nada concreto. Hasta que finalmente comenzamos a analizar el concepto de bruja y cómo cambia en México, Estados Unidos y Europa.

#### DESARROLLO DE LOS PERSONAJES PARA FINES DE LA NOVELA GRÁFICA

##### *Las brujas*

Las brujas estadounidenses y europeas estereotipadas comparten algunas características generales, son consideradas feas, viejas, con verrugas, quizás de un color verdoso y usualmente son acusadas, perseguidas y condenadas por la sociedad o una congregación religiosa, llevándolas al autoexilio. Se convierten en una parte de la sociedad que se quiere erradicar.

Imagen 2. Primeros bocetos de brujas



Fuente: elaboración propia.

En México, las brujas, aunque pueden caer dentro de este mismo estereotipo de viejas y feas, cuando llegan a ser acusadas, pocas veces son perseguidas, usualmente son temidas, y se recurre a ellas cuando hay males que los doctores no pueden curar, es decir, juegan un papel en la sociedad.

A partir de este punto entendimos el potencial de la historia, pero no queríamos caer en los estereotipos negativos atribuidos a las brujas, por lo cual comenzamos a construir un mundo con magia, no al estilo europeo, sino mucho más apegado a la naturaleza, la alquimia y la herbolaria. Tomamos como bases el chamanismo tarahumara, los rituales de culturas mesoamericanas y simbolismos muy puntuales; por ejemplo, el búho para la cultura maya es como un símbolo de la muerte, se trata de generar una magia “sagrada”.

A pesar de que el mexicano reconoce estas culturas antiguas y los rituales, no se identifica con ellos, en nuestra experiencia forman parte de lo que representa a México, de su folklore, pero no de las características representativas de un mexicano promedio. También hay que tener en consideración que los rituales y representaciones se han ido distorsionando con el paso del tiempo; que los mexicanos muchas veces niegan su ascendencia indígena y ven ajenos e incluso molestos a los grupos étnicos actuales.

Para nosotras este folklore antiguo es un atractivo visual y conceptual, por ello es que los tenemos en consideración y buscamos la manera de incorporarlos a la historia; de esta manera, se ayuda a generar un interés por su conservación y apreciación.

Imagen 3. Bocetos de rituales y simbolismos



Fuente: elaboración propia.

Buscamos conceptos sobre brujas y magia fuera de lo común, como la bruja rusa Baba Yaga y su casa que se transporta con patas de gallina y los relacionamos con la creencia de las brujas mexicanas que se transforman en guajolotes. Entre más buscábamos puntos en común en estas culturas, más ideas aisladas tomábamos para construir nuestro mundo. Al investigar distintas culturas, las ideas, creencias y objetos que nos parecían interesantes los acumulamos para hacerlas formar parte de nuestra historia.

Nuestras primeras ideas si bien eran interesantes visualmente no eran el resultado (en cuanto a la historia) que esperábamos; no queríamos para este proyecto hacer un cómic de “historias de brujas mexicanas”, nos interesa generarlo en otro formato, pero para este trabajo en particular creímos necesario crear una historia con la cual las generaciones más jóvenes se sintieran atraídas a ella sin el prejuicio de que “es la misma historia de brujas de siempre”. Queremos crear una sociedad de brujas que no usan sombrero picudo ni tienen una gran nariz, y que no se relacionen con gatos negros y calabazas, sino un grupo de brujas que puedan hacer entender a nuestro público objetivo la importancia de la relación con otros y la naturaleza, por ejemplo:

Imagen 4. Green Witch



Fuente: elaboración propia.

En México, la herbolaria es una parte importante del chamanismo y los curanderos; por lo cual decidimos que también deben ocupar un lugar trascendental dentro de nuestra historia. Las brujas y su relación con las plantas no son significativas, pero sí permiten entender cómo funciona su magia y qué peligros enfrentan al no tener en cuenta sus propias limitantes.

Otro punto importante en el desarrollo de las brujas fue la vestimenta, queríamos hacer de ellas unas personas comunes; no son extraordinarias por su magia, simplemente tienen capacidades diferentes, y no por ello demeritan a los demás. Pueden hacer cosas que otros no. La ropa debía, por lo tanto, diferenciar a los tres grupos principales de seres: los humanos, los demonios y las brujas. Pero debido a la especial atención de las brujas en la trama, era necesario enfocarse más en ellas y en su presentación.

Las brujas se dividen en clanes, y al igual que en el mundo real, han viajado y se han establecido en distintas partes del mundo. Por lo cual también se han desarrollado de manera diferente dependiendo del clima, la región y los vecinos. Decidimos unir la vestimenta tradicional de Japón, Corea y Mesoamérica, para generar un tipo de ropa a la cual sólo debemos agregarle las variaciones necesarias. No pretendemos representar estereotipos de la ropa de estas culturas, simplemente buscamos referencias reales, que fueran prácticas, sencillas y que pudieran integrarse visualmente a la ropa mesoamericana.

Nuestras brujas no poseen una tecnología superior, no tienen autos, teléfonos, computadoras ni electricidad, principalmente porque éstos no son necesarios debido a la magia que existe en el mundo, de la cual incluso los humanos se benefician, aunque no la posean. Éste es un dato importante para tener en cuenta, pues define qué tan complicada o sencilla puede ser la ropa de los personajes, qué tipo de herramientas tienen y si debe ser más práctica y cómoda o mucho más preocupada por la estética y la moda.

Imagen 5. Bocetos de prueba de ropa de Tui



Fuente: elaboración propia.

Imagen 6. Armadura de brujas guerreras



Fuente: elaboración propia.

En la vida real, la ropa cambia dependiendo de la actividad que se realice, por lo cual también en esta historia aplicamos esta práctica; por ejemplo, para las brujas guerreras generamos una armadura sencilla, basada en las armaduras samurái, hindú y persa, con base en los estereotipos visuales propios. Pensamos en la estética, pero también en la practicidad de la prenda. Para el clan de brujas nómadas tomamos como referencia a grupos gitanos y algunas tribus nómadas de Mongolia para desarrollar sus vestimentas, decoraciones, artefactos e incluso costumbres que las diferencian de otros clanes.

Otra parte importante a desarrollar es la escritura de las brujas, aunque quizás no es un detalle que sea notado con facilidad, para nosotras es importante tenerlo en cuenta. Para esto utilizamos un elemento que nos ha intrigado desde hace bastante tiempo, las runas nórdicas como método de escritura común, es decir, es compartida por los humanos y demonios. Y la escritura *wicca*, de la cultura celta para los libros de hechizos (curaciones, medicinas, talismanes, etc.) de las brujas en particular. La escritura *wicca* ha sido considerada (en el mundo real) como la escritura de brujas, por lo cual nos parecía interesante retomarla como un dato curioso dentro de esta novela gráfica.

### *Grupos nómadas*

Elegimos dos grupos étnicos específicamente como inspiración para el clan de las brujas nómadas. El referente gitano mantiene un estereotipo demasiado marcado por la sociedad, principalmente en Europa,<sup>2</sup> donde posee una connotación negativa. Sin embargo, esto no quiere decir que todos sean personas malas, ladronas o embusteras; la historia de su origen y de cómo se han ido habituando a los cambios nos habla de la adaptabilidad de este grupo,<sup>3</sup> lo cual fue una de las características que más nos

---

<sup>2</sup> En México este estereotipo de los gitanos también es conocido, pero al haber menos interacción con la cultura romaní no se tiene tan en cuenta.

<sup>3</sup> Idea basada en el documental “Curse of the Gypsies”, transmitido en History Channel en 1990. Sigue el camino de un lingüista que traza las raíces históricas y el verdadero origen de los gitanos desde su lugar de origen, haciendo un recorrido por la historia de la cultura romaní durante los últimos mil años.

llamó la atención sobre ellos. Considerando la naturaleza de la historia del proyecto, los gitanos romaníes encajaban bastante bien dentro de ella, así como los grupos nómadas de Mongolia, los cuales nos sirvieron para complementar ciertos criterios que establecimos para los clanes de brujas, como su interacción con la naturaleza, tradiciones y vestimentas, en especial esta característica, ya que la estética de sus ropas es muy particular, colorida, llena de objetos y aun así melancólica.

Dentro del proyecto buscamos redireccionar el concepto de “grupo nómada” que quizás muchas personas consideran extintos o como grupos marginados, enfocándonos en las características que les han permitido mantenerse vigentes.

### *Los demonios*

Uno de nuestros más grandes retos fue la introducción de los demonios en nuestro mundo. Para nosotras su participación era un atractivo visual, pero nos dimos cuenta del problema con la palabra y cómo era relacionada con estereotipos negativos.

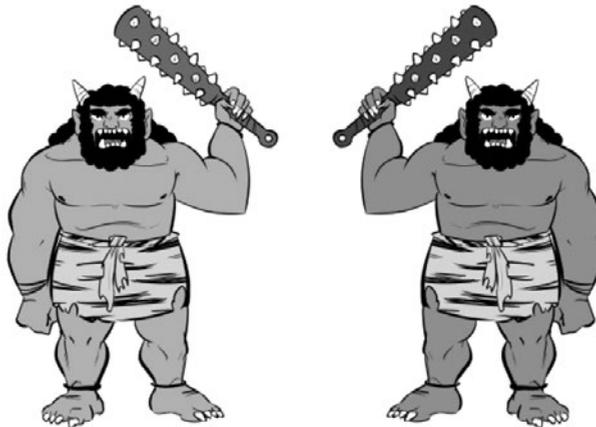
La mayoría de los mexicanos religiosos a quienes les preguntamos sobre su idea de “demonio”, rápidamente lo asociaron con una criatura que va en contra de Dios, alado, con cuernos, rojo y que te induce al mal; “satanás y diablo” se volvieron términos constantes dentro de estas descripciones. Éste se convirtió en el punto de partida, pero no terminaba de convencernos la descripción, ya que era demasiado negativa. Buscamos dentro de otras culturas una acepción de la misma palabra o lo más cercano posible al término. Si bien los demonios no son un grupo social, no se puede hablar de una estereotipación, sin embargo, sí existen concepciones culturales distintas de estos seres sobrenaturales.

### Japón

Gracias a un acercamiento con la cultura japonesa por parte de ambas autoras, en nuestro concepto de demonio existía también la idea del *oni*: un ogro o demonio dentro del folclore japonés cuya piel puede ser roja o azul, cargan un gran mazo y utilizan un taparrabos de piel de tigre, viven en cuevas, dentro de zonas boscosas.

No son considerados una aberración o una imagen que te induce a la maldad, como para la religión católica y cristiana, sino como una representación de la mala suerte y la mala salud, aunque sus primeras representaciones en la mitología japonesa sí eran intimidantes. Actualmente los onis se han convertido en la cara del festival *setsubun*, las personas se disfrazan de ellos, los niños usan máscaras, dejando atrás la imagen amenazadora para volverse un carismático elemento cultural, como la catrina para los mexicanos (una calavera tiene connotaciones negativas, pero la catrina es una representación amigable). Incluso en la publicación infantil *Naita Aka-Oni* (El *oni* rojo que lloraba) se representa a estas criaturas como gentiles, amigables e incomprensidos, rompiendo con las ideas tradicionales que se tenían al respecto.

Imagen 7. Representación de onis



Fuente: elaboración propia.

## India

Otro de los conceptos que integramos fue *asura*, semidioses o demonios con buenas o malas cualidades, dentro de la mitología hindú. Los *asuras* buenos son llamados

*adityas* y los malos *danavas*, quienes son considerados enemigos de los dioses. Sin embargo, aquí ya comenzamos a encontrar que la palabra demonio como tal no tiene una concepción negativa, depende qué tipo de demonio sea para saber si llevan una connotación positiva o negativa.

Imagen 8. Danavas (lado izquierdo) y Adityas (lado derecho)



Fuente: elaboración propia.

En la mitología hindú, también encontramos el término *yaksha*, que se refiere a espíritus femeninos de la naturaleza, usualmente benevolentes, aunque pueden llegar a ser agresivos, ya que custodian algún tesoro o lugar. En la cultura hindú, jain y budista, poseen una personalidad dual y se les considera deidades guardianas o protectoras. También tienen una versión negativa, llamada *bhuta*, que se traduce como fantasma y atormenta las áreas silvestres. Asimismo, nos topamos con otros seres como los *rakshasa*, criaturas grandes y temibles con dos enormes colmillos, de figura humanoide y animalesca.

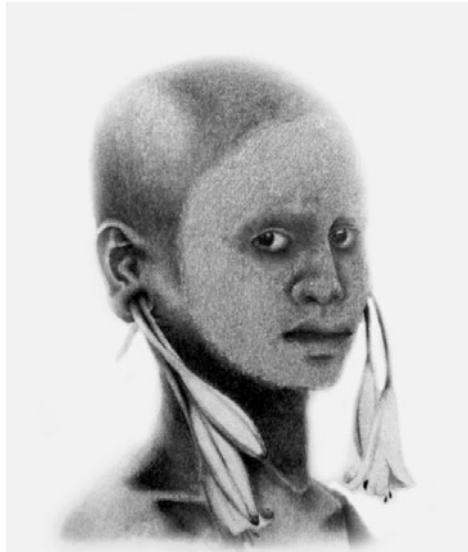
A diferencia de las descripciones católicas y cristianas de demonio, en estos países existe una razón por la cual son malos, tienen un papel dentro de la mitología, no como enemigo supremo, sino como contraparte, para mantener un equilibrio.

## África

Otro elemento importante que llamó nuestra atención fueron las máscaras africanas y la pintura corporal. Las máscaras podían o no pertenecer a figuras “demoniacas”, pero nos interesaban en particular las que compartían elementos visuales como los cuernos y colmillos atribuidos a los demonios.

Para la pintura corporal, debido a la gran cantidad de países y tribus dentro del continente africano y el cambiante simbolismo de los colores y formas, decidimos centrarnos en una sola tribu: mursi o personas del Valle Omo, de Etiopía, que tienen una estética particular al adornarse con elementos como hojas, flores, ramas, etc. Su pintura corporal y sus adornos son meramente estéticos, y son determinados por la tribu misma, la cual sirvió como base para la pintura corporal de nuestros propios demonios.

**Imagen 9. Miembro de la tribu mursi con flores decorativas**



Fuente: elaboración propia.

Terminamos de analizar los elementos de los conceptos de demonios que revisamos, así como la estética de la tribu mursi, también definimos las características que debían mantener nuestros demonios y como debían ser o comportarse.

- Debían tener cuernos, pues es una de las características que más comparten las criaturas asociadas a los demonios.
- Debían pintarse el cuerpo como la tribu mursi, aunque con figuras mucho más definidas y geométricas.
- No debían ser asociados con cosas malignas, no son los antagonistas de la historia.
- También poseen magia, la cual está mucho más ligada a los elementos y la naturaleza.
- Se pueden considerar curanderos, comprenden mucho mejor la naturaleza de su magia o poder.

Imagen 10. Bocetos de demonios para Tweedia



Fuente: elaboración propia.

Al revisar todos los elementos que deseábamos incorporar nos dimos cuenta de que la complejidad en una narrativa visual no podía ser demasiada. Dentro de ésta los personajes son dibujados varias veces en distintas posiciones en una misma página, por lo cual no seríamos tan fieles a la complejidad de la referencia; de lo contrario, tardaríamos un par de horas en cada dibujo. Esto nos obligó a definir una estética visual, adaptando las características que elegimos, simplificando formas y elementos.

Imagen 11. Proceso de simplificación de demonios



Muy complejo



Diseños más simplificados

Fuente: elaboración propia.

Finalmente terminamos con un concepto de demonio que no es una “encarnación del mal”, sino una persona más con características particulares; en lugar de tener una piel clara o morena, se diferencian por tener cuernos. No son criaturas sobrenaturales, sino un grupo de personas. Su forma de vida es muy cercana al chamanismo, ellos no invocan a criaturas de la noche, sino que tienen un lazo con el mundo natural mucho más fuerte.

### *Los dioses*

Dentro de este mundo mágico-religioso, decidimos que también era importante tener deidades a quienes tanto las brujas como los demonios y los humanos (los tres grupos de personas que coexisten) pudieran venerar y rendir rituales. Sin embargo, no deseábamos caer en el estereotipo de la deidad omnipotente y omnipresente.

Al igual que en la mitología hindú, decidimos mantener un equilibrio y conflicto a través de un grupo de deidades, las cuales representan el equilibrio espiritual que el mundo debe mantener. Por lo cual optamos por dos deidades femeninas y dos

masculinas, cada una encargada de vigilar una parte del mundo (humanos, brujas, demonios, animales y naturaleza).

Al igual que para los demonios y las brujas, debíamos tener reglas especiales para nuestros dioses que nos permitieran definir sus acciones, lo que pueden y no hacer:

- No son omnipotentes ni omnipresentes, son divinidades superiores.
- No pueden solucionar todos los problemas del mundo, sólo guían a los humanos, brujas, demonios y animales para que los resuelvan ellos mismos.
- Su deber es mantener la energía que circula por el mundo en equilibrio.
- Deben trabajar como equipo.
- Todos están en el mismo nivel, ninguno es superior a los demás.
- La energía natural del planeta los creó como un puente.
- Son dioses creadores, pero sólo pueden observar el desarrollo de sus creaciones.
- Únicamente en casos muy extremos pueden comunicarse con los chamanes o guías espirituales.
- Actúan como una fuerza superior que guía y purifica la magia de los demonios y brujas.

Para nosotras, es importante tener en consideración estas reglas, de lo contrario comenzamos a escribir y dibujar cosas que se contradicen a sí mismas o que no sabemos si son posibles. Igualmente, nos permiten crear conflictos que no pueden ser resueltos por los dioses, porque no se trata de que solucionen todos los problemas, sino de que actúen como una guía.

Al crear a estos personajes no buscamos una referencia como tal, no imaginamos seres increíblemente atractivos o con una estética particular; en realidad podrían ser cualquier otro personaje dentro de la historia, esta decisión se tomó pensando en que las divinidades que tenemos en el mundo real suelen ser tan elevadas y distintas a nosotros. Quisimos hacer un dios con el que los personajes se pudieran identificar y entendieran que no existe una fuerza superior que los salvará (dentro de la historia), sino únicamente un guía que fue el primero en nacer, que fuera sabio debido a su experiencia.

Los dioses deben actuar en equipo para mantener el equilibrio y para no tener el problema de un fanatismo extremo dentro de la historia. Obligar a los dioses a convivir hace que los personajes que veneran a un dios entiendan la importancia del

otro, aunque éste no sea parte de sus rituales. Los demonios, por ejemplo, rinden culto a las dos deidades masculinas, pero no por eso menosprecian a las diosas femeninas, quienes son adoradas por las brujas y humanos. Simplemente se identifican más con estos dioses en particular. No odian a las brujas ni a sus ritos, entienden que los cuatro forman parte de un todo. Para nosotras lo anterior es una idea importante que queremos transmitir al público. No se trata de a qué deidad le rindas culto, sino entender que todas las religiones existen y son importantes por una razón, el respeto por las diferencias es la clave para coexistir en armonía.

Imagen 12. Bocetos de dioses para Tweedia



Fuente: elaboración propia.

#### ACEPTAR LAS DIFERENCIAS

Como acabamos de mencionar, el punto clave de nuestra historia es transmitir un mensaje, el cual es el respeto hacia las diferencias, específicamente las culturales. Los problemas generados dentro de esta historia derivan del encuentro de dos culturas distintas:

- a) El romance entre una bruja y un demonio, mal visto por las demás brujas.

- b) El príncipe humano que no entiende cómo funciona la magia y trata de obtener poder de ella.
- c) El negarse a pedir ayuda a los demonios por parte de las brujas orgullosas.

Tratamos temas de inclusión social de personas transgénero y parejas del mismo sexo. No hablamos o generamos un problema en particular con estos tópicos, pero precisamente nuestra forma de apoyarlos es dándoles la cotidianidad y aceptación por parte de los demás personajes dentro de la historia, no generamos un escándalo al mencionarlos, sino los tomamos con naturalidad, esto hace que los lectores también lo interpreten así, y el *shock* al conocer a una persona que se identifique dentro de estas categorías sea menor y con más posibilidades de aceptación. También, es importante para nosotras evitar que estos personajes caigan dentro de los grupos estereotípicos y representaciones a las que normalmente estamos acostumbrados a ver, ya sea en el cine o en la televisión, como el que un hombre homosexual sea representado de una forma extremadamente amanerada o afeminada, lo que nosotras queremos es simplemente normalizar a estas personas como gente común y corriente.

En este marco, el mayor problema de todos fue la adaptación del concepto de demonio, elegir qué características queríamos mantener y cómo debía percibirse este ser dentro del mundo ficticio. Un punto realmente importante es ser fiel a tus ideales, lo que tú quieres contar al mundo y la forma en que quieres explicarlo. Los elementos de otras culturas que tomamos son destinados precisamente como refuerzo de esta idea.

## REFLEXIONES FINALES

Una de las preguntas recurrentes dentro de este proyecto fue: ¿cómo funcionan e interactúan distintos elementos culturales entre sí? La respuesta sería: buscando los puntos medios, puntos en común; en lugar de enfocarnos en las diferencias tratar de encontrar similitudes. Una de las mejores capacidades del ser humano es la adaptación, lo cual no sólo es a distintos tipos de clima, sino a distintos tipos de pensamiento.

Como ya mencionamos, este proyecto de novela gráfica parte de nuestra curiosidad e interés por exponer ante nuestro público distintos rasgos culturales, que les permitan no cerrarse a otras formas de pensamiento. En el mundo actual, cada vez

más globalizado, mantenemos grandes diferencias culturales mientras que nuestros intereses y dinámicas tecnológicas nos acercan más poco a poco.

Con los proyectos que se presentan tenemos la capacidad de controlar, hasta cierto punto, las percepciones de la audiencia respecto a un grupo o persona en específico. Por ejemplo, puedes reforzar la idea del machismo o hablar de una masculinidad sensible. Por ello, como creador debes ser sumamente cuidadoso, pues un mal empleo de estos estereotipos puede resultar en un daño a la imagen de una cultura o grupo social, como de igual forma puede generar un impacto positivo sobre la audiencia.

Como creadoras estamos en constante búsqueda de nuevos intereses, que nos permitan aprender sobre los otros, que nos muevan para crear historias; utilizamos los estereotipos como punto de partida para contarlas, pero no buscamos dañar a una cultura, sino darla a conocer. Partimos de estereotipos para combatir otros.

Al igual que un niño pequeño que acaba de descubrir la maravilla del mundo, queremos mostrarles a todos nuestro descubrimiento, que sientan la misma emoción que nosotras. El objetivo de cada producto de entretenimiento es transmitir un mensaje a la audiencia. No importa de dónde venga ese mensaje o historia, los sentimientos, emociones y experiencias son con lo que conectamos los seres humanos. Pero la diversidad cultural es lo que hace diferente e interesante cada historia.

## REFERENCIAS

- Sheldon, Lee (2004). *Character development and storytelling for games*. Course Technology, Cengage Learning.
- DiMartino, Michael Dante y Konietzko, Bryan (2010). *Avatar The Last Airbender. The art of the animated series*. Milwaukie: Dark Horse Comics.
- Gutiérrez, Jorge R. (2014). *Art of the book of life*. Milwaukie: Dark Horse Books.

# PERSPECTIVAS EXTERNAS



## REPRESENTACIÓN DEL ESTEREOTIPO DEL MEXICANO EN *AMULETO* DE ROBERTO BOLAÑO

*Guadalupe Isabel Carrillo Torea\**

Reflexionar sobre los estereotipos de los mexicanos es una tarea no sólo interesante, sino necesaria para los estudiosos de las sociedades y su desempeño cultural. Entendemos por estereotipo el concepto desarrollado por Didier Machillot en su libro *Machos y machistas. Historia de los estereotipos mexicanos*, donde señala que éstos son “creencias que conciernen a las clases de individuos de grupos o de objetos que son preconcebidos; es decir, que no provienen de una apreciación de cada fenómeno, sino de hábitos de juicio y de expectativas de rutina” (Machillot, 2013: 117).

Tomando en consideración la noción de lo preconcebido, podríamos afirmar que el clásico estereotipo mexicano tiene que ver con los campesinos de los estados del norte: el barrigón y bigotón que duerme sentado a la sombra de un cactus con el sombrero amplio; se le atribuye que es flojo porque, además, el paisaje desértico incide en su estado de ánimo más bien desinteresado por todo lo que le rodea. Otro estereotipo que pretende ser positivo es el del charro fomentado por la industria cinematográfica, la radio y la televisión, especialmente el llamado *cine de oro* que se encarnó en figuras emblemáticas como las de Jorge Negrete y Pedro Infante. Los personajes que representaron eran irremediamente bebedores, mujeriegos, atrevidos y aficionados a los juegos de mesa; al estilo del personaje del corrido *Juan Charrasqueado*, del que se afirma que: “...era valiente y atrevido en el amor. A las muchachas más bonitas se llevaba/ de aquellos campos no quedaba ni una flor... Un día domingo que se andaba emborrachando/ A la cantina le corrieron a avisar:/ Cuídate Juan que ya por ahí te andan buscando/ son muchos hombres, no te vayan a matar...” Curiosamente, es bien conocido que Pedro Infante era absolutamente abstemio; en sus películas el supuesto tequila era simplemente agua, y en varios filmes aparece supuestamente embriagado.

---

\* Universidad Autónoma del Estado de México, gcarrillot@gmail.com

Si nos acercamos a la segunda parte del siglo xx, cuando gran parte del país avanzaba velozmente hacia el proceso urbanizador de sus ciudades, tendremos que partir del estudio de los estereotipos del ciudadano, el de a pie y el que va conduciendo sus propios vehículos, pero siempre el ciudadano.

Otros estereotipos del mexicano pueden imponerse desde afuera, con el ánimo de crear imágenes falsas de los grupos sociales del país. Durante mucho tiempo, los medios de comunicación, a través de las telenovelas o de los actores, fungen como modelos ideales de una población completamente distinta a la que representan. Esto ocurre en México en la actualidad y se ha repetido por décadas, que una población prioritariamente mestiza pretenda imponerse como blanca; o bien, ricos e intocables. Por supuesto, este tipo de creaciones no modificarán la realidad que vemos en lo cotidiano y en el común de la población, casi toda la población es mestiza, tiene tez morena, pertenecen a la clase media, y más de la mitad de los habitantes del país viven en la pobreza extrema y en la indigencia. Estos modelos, lejos de facilitar el cambio de un estereotipo, lo distorsionan. Pues como bien señala Daniel Bar-Tal:

Un modelo de la formación o cambio tiene que incluir variables macro sociales, políticas y económicas. Los estereotipos se forman dentro de un medio social en el que estos factores tienen un efecto profundo. Proporcionan los cimientos sobre cuyas bases los individuos y los grupos forman y cambian sus estereotipos. Es decir, son responsables en gran medida de los estereotipos colectivos que ponen de manifiesto que los grupos están con frecuencia de acuerdo sobre los estereotipos de los exogrupos (Bar-Tal, 1994: 27).

La confusión provoca frustración y genera la aparición de complejos psicológicos en el seno de amplias comunidades humanas, pues frecuentemente sienten que no alcanzan los ideales que los *mass media* han despertado en ellos. Incluso en los anuncios publicitarios se eligen actores o modelos de tez blanca, rubios y de estatura elevada, que obviamente contrastan con las realidades cotidianas de la población mexicana.

Otra manera de fomentar el estereotipo es en los personajes de las tiras cómicas urbanas de la Ciudad de México. Autores como Carlos Monsiváis gustaban de leer y coleccionar los “cuentos” de Gabriel Vargas que aparecían semanalmente en los puestos de periódico bajo el título *La Familia Burrón*, de los cuales me ocuparé con mayor detalle un poco más adelante.

## PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

En ese tenor me acerqué al análisis de los estereotipos mexicanos representados en algunas obras literarias a través de los ojos de escritores extranjeros que han sabido entender la idiosincrasia del país que los acogió. Uno de ellos es el escritor chileno Roberto Bolaño. Tomo en cuenta lo que señaló Daniel Bar-Tal cuando advierte que “los estereotipos no son universales, sino que se construyen individual y culturalmente” (Bar-Tal, 1994: 23). Bolaño capta el *modus operandi* de los mexicanos, sus costumbres y maneras de actuar, incluso la singularidad de su expresión coloquial de la que hablaremos más adelante.

Mientras el autor vivió en México, siempre radicó en la capital y la describe profusamente. Sus personajes, que conviven en la ciudad, serán también producto de ella, padecerán sus mañas, su complejidad y también su simpleza. La novela *Amuleto* se encuentra anclada en la Ciudad de México de los años sesenta, en los convulsos días de la represión estudiantil del 68. Su protagonista y voz única, Auxilio Lacouture, uruguayo que emigra a México, una suerte de hippie indigente que vive del peregrinar de una pensión a otra, queda atrapada en los baños públicos de la facultad de Filosofía y Letras de la UNAM la tarde del 26 de septiembre de 1968, cuando el ejército toma Ciudad Universitaria para reprimir a sus estudiantes. Allí permanecerá escondida durante unos diez días.

Si bien la línea argumental descansa en los dichos de la uruguayo que narra desordenadamente sus experiencias en México, se tratará de la voz de una mujer que, atrapada en ese campo de batalla, divaga sobre su ir y venir en la ciudad, conviviendo con los intelectuales famosos de la época y con aquellos jóvenes que también querían ser famosos. En tono de urgencia, la protagonista repite una y otra vez sus obsesiones: la fecha en que llegó a México, el encuentro con los poetas españoles exiliados, su maternidad sobre la poesía mexicana, entre otras, para que el lector pueda reconocer en ella el perfil de un personaje psíquicamente perturbado, que vive en el mundo de la precariedad, enganchada a sus fantasías: “Lo único cierto es que llegué a México en 1965 y me planté en casa de León Felipe y en casa de Pedro Garfias y les dije aquí estoy para lo que gusten mandar” (Bolaño, 1999: 13).

Para detenernos en los estereotipos que se despliegan a lo largo de la obra, estableceremos una clasificación según los tópicos en los que se desarrollaron: la

vida cotidiana, la cartografía citadina, el lenguaje coloquial, la vida en la UNAM, como máxima casa de estudios, usos y costumbres, tipologías sociales. Estos son, *grosso modo*, los tópicos más frecuentes que se manejan en la obra.

## ANÁLISIS

### *Vida Cotidiana*

La cotidianidad es una constante a lo largo de la novela. Podemos entenderla como las acciones que realizamos diariamente donde prevalece la repetición, quizás cierta intrascendencia... pero en ella también ocurren los cambios e incluso hechos que modifican el rumbo de nuestro quehacer diario. En ese sentido, el antropólogo Itzkuauhtli Zamora, siguiendo al investigador chileno Giannini, nos aclara que:

La cotidianidad no es solamente la rutina, también es transgresión. No hay transgresión sin normatividad o rutina. Para su posible existencia, rutina y transgresión se presuponen necesaria y lógicamente. De acuerdo con la importancia de la normatividad, que sea violentada, será el nivel de su impacto en la sociedad y su posible castigo (Zamora, 2005: 5).

Efectivamente, en las páginas de *Amuleto* encontramos la vida doméstica de familias y ciudadanos, a la par de eventos de gran trascendencia que cambiarán la imagen política y ética de un país, en la que participan seres anónimos como Auxilio Laocoonte, involucrada, incidentalmente, en uno de los hechos que marcó un antes y un después en la historia de México: el enfrentamiento entre el gobierno y la juventud universitaria donde los últimos serían lamentables víctimas de un sistema radicalmente represor. Por ello, los comentarios de Zamora alcanzan una pertinencia innegable. El antropólogo señala: “Para Giannini, la esencia de la calle en la cotidianidad es su carácter comunicativo, abierto y de enlace con el resto de los lugares cotidianos (domicilio, trabajo). La calle sería el espacio propio de la trasgresión, de lo imprevisible, de los encuentros inesperados” (Zamora, 2005: 10).

Así vemos que la vida errática de la protagonista, una extranjera que vive en el desempleo, entre carencias y dificultades, se reflejará en su ir y venir en las calles de la Ciudad de México. Los usos y costumbres decoran los escenarios ciudadanos. Olores, sensaciones, y de lugares comunes del centro de la ciudad, ruidos y escenarios estarán presentes:

Yo ahora podría decir que tuve una corazonada feroz y que me pilló desprevenida. Lo auguré, lo intuí, lo sospeché, lo remusgué desde el primer minuto de enero; lo presagí y lo barrunté desde que se rompió la primera piñata (y la última) del inocente enero enfiestado. Y por si eso no fuera poco podría decir que sentí su olor en los bares y en los parques en febrero o en marzo del 68, sentí su quietud preternatural en las librerías y en los puestos de comida ambulante, mientras me comía un taco de carnita, de pie, en la calle San Ildefonso, contemplando la iglesia de Santa Catarina de Siena y el crepúsculo mexicano que se arremolinaba como un desvarío, antes de que el año 68 se convirtiera realmente en el año 68 (Bolaño, 1999: 27).

El comentario de Auxilio alude a la intuición, que dice haber percibido, sobre la tragedia que vendría a ser ese año 68. El enfrentamiento entre estudiantes y granaderos que ocurrió en la calle de San Ildefonso –lugar de la cita antes transcrita– conocido como “el Bazucazo de San Ildefonso” donde se encontraba la Preparatoria número 1 de la Universidad Nacional Autónoma de México, cuya puerta fue destrozada por una bazuca del ejército mexicano, dando continuidad a los terribles eventos que ocurrieron allí, y en otros puntos de la Ciudad de México, el 30 de julio a las 12 de la noche<sup>1</sup> y que se prolongarían en los siguientes meses de ese año. No en vano es mencionado, justamente, el famoso lugar como espacio común en el que se desenvuelve la vida cotidiana de los habitantes.

Los tipicismos que se destacan son los puestos de comida ambulante, los tacos de carnitas y el escenario urbano, también manifiestan un conocimiento no sólo de las costumbres de los ciudadanos del entonces llamado Distrito Federal, sino también de la historia política del país y de sus lugares clave.

---

<sup>1</sup> <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/531050.html> (31/10/2017)

### *Cartografía citadina*

La noción de lo cartográfico se hace presente en *Amuleto* y funciona como un estereotipo de los lugares frecuentemente transitados por los habitantes de la Ciudad de México, especialmente por aquellos que visitan las zonas céntricas que, de alguna manera, otorgan un sentido de nacionalidad y pertenencia de la capital.

Lo cartográfico exige la noción de mapa, espacio y recorrido. Se transita por territorios que serán posteriormente reconocidos cuando hayamos sido capaces de aprehenderlos y representarlos. La representación supone un ejercicio descriptivo que funciona como brújula en el territorio y permite un desplazamiento; éste, a su vez, dará paso a la apropiación del espacio mediante la vinculación con él a través de la presencia física y de los actos que allí se realicen, esto admitirá que se establezca una fusión entre espacio, acción y personaje.

Lo espacial cobra preeminencia en *Amuleto* por su orientación cartográfica, así, el trabajo de escritura-lectura de la novela irá, al mismo tiempo, demarcando un territorio, explicando sus cualidades, fijando un tiempo, estableciendo condiciones de carácter social y cultural.

El uso de la cartografía como categoría de análisis literario se redujo durante mucho tiempo, básicamente al estudio de los relatos de viajes que tendrían su apogeo a raíz del descubrimiento de América; encontramos a Alexander Von Humboldt y Charles Darwin entre los más ilustres comentaristas y relatores de la geografía americana. El enfoque cartográfico iba dirigido a la descripción o representación de mapas de aquellos lugares naturales desconocidos para muchos. Era una presentación que legitimaba los espacios, otorgando el sentido de apropiación. Más tarde, cuando ya el territorio americano se percibió conocido, lo cartográfico se mantuvo en la línea de los relatos de viajes, pero esta vez a cualquier punto de la tierra. En *Amuleto*, donde lo urbano se asume prácticamente como el espacio por excelencia, el enfoque cartográfico tiene amplia cabida, más aún, cuando se narran eventos que, por su crueldad e impunidad, quedaron grabados en los anales de la historia de la Ciudad de México.

Sin embargo, el pasaje que a continuación transcribo tiene que ver más con un recorrido que dos personajes –Auxilio y Arturito Belano, protagonista de *Los Detectives Salvajes*, joven poeta chileno y amigo cercano de la protagonista– realizan tras una noche bohemia en la Ciudad de México:

Después nos pusimos a caminar por las calles vacías del DF de las cinco de la mañana y uno a uno nos fuimos desperdigando, cada uno a su casa, también yo, que por aquellas fechas tenía un cuarto de azotea en la colonia Roma Norte, en la calle Tabasco, y como Arturito Belano vivía en la colonia Juárez, en la calle Versalles, pues nos fuimos caminando juntos, aunque según el manual de los cortapalos él debía torcer al oeste, en dirección a la Glorieta de Insurgentes o la Zona Rosa, pues vivía justo en la esquina de Versalles con Berlín, mientras que yo debía seguir hacia el sur. Pero Arturito Belano prefirió desviarse un poco de su camino y hacerme compañía (Bolaño, 1999: 62).

La cita alude a caminatas en el centro de la ciudad; calles y delegaciones muy concurridas, incluso con gran presencia turística por la cantidad de bares y restaurantes que presenta en su cartografía. Es el espacio público donde se puede pasear sin ningún compromiso, sólo por el hecho de caminar y observar lo que nos rodea. Se acentúa, pues, el disfrute del recorrido. La condición exterior, abierta y al mismo tiempo limitada a través del diseño urbano, dan pie a la participación libre de sus usuarios. Lo espontáneo prevalece aunque los transeúntes sigan códigos o patrones preestablecidos con los que ya se han familiarizado y que les permite desenvolverse fluidamente.

Al ser la Ciudad de México el escenario por excelencia de *Amuleto*, sus espacios públicos se convierten en una suerte de identidad, de filiación con el sentido de nación, o, por supuesto, con los estereotipos que suelen caracterizar a los capitalinos: andar y frecuentar las mismas calles céntricas, los lugares comunes para el esparcimiento y la bohemia e incluso para el turismo, como bien lo definió el filósofo alemán Walter Benjamin al acuñar el término francés de *flâneur* al referirse a Baudelaire como el modelo del caminante anónimo que recorre las calles de su ciudad, pues él “busca asilo en la multitud” (Benjamin, 1999: 184).

### *Lenguaje coloquial*

La noción de autor implícito se entiende como aquellas huellas que deja quien escribe entre las líneas de su texto; así, el autor implícito de *Amuleto* es un extranjero que observa lo que le rodea y lo comenta desde la distancia de aquel que conoce un universo nuevo y extraño. Si bien es un latinoamericano que se expresa en la misma lengua española, pero, a pesar de las semejanzas que cohabitan entre un país de América

Latina y otro, el uso de nahuatlismos distancia al mexicano del resto del continente, lo singulariza. Esto no significa que en otras latitudes latinoamericanas –como el Perú o Bolivia– también en el español que se practica no aparezcan expresiones de lenguas como el quechua o el aymara. A Auxilio le llama la atención el argot del mexicano joven y nos dirá:

Y yo abría la boca, medio muerta o medio dormida, y decía chido, Elena, una palabreja de argot mexicano que nunca utilizo porque me parece horrible. Chido, chido, chido. Qué horrible. El argot mexicano es masoquista. Y a veces sadomasoquista (Bolaño, 1999: 54).

Estos juicios de valor que libremente denuncia la voz de la narradora, nos hablan de un estereotipo ya formado en su mente en el que los dichos coloquiales no son bien vistos. El juego del lenguaje se desprende continuamente. Incluso en el pasaje en que el verbo “chingar” se utiliza en las más variadas acepciones, bien sea como adjetivo, sustantivo o, finalmente, verbo:

Y entonces Arturito, el niño que yo había conocido cuando tenía diecisiete años, dijo ¿y tú quieres que yo te ayude a solucionar esta chingada?, y Ernesto San Epifanio dijo: esta chingada no tiene solución, pero no me iría mal que tú me ayudaras. Y Arturo dijo: ¿quieres que haga, que mate al rey de los putos? Y Ernesto San Epifanio dijo: no quiero que mates a nadie, solo quiero que me acompañes y le digas que me deje en paz para siempre. Y Arturo dijo: ¿Y por qué chingados no se lo dices tú? Y Ernesto dijo: Si voy yo solo y se lo digo me van a dar fierro todos los guaruras del rey de los putos y luego tirarán mi cadáver a los perros. Y Arturo dijo: Ah, qué la chingada. Y Ernesto San Epifanio dijo: pero tú eres el chingonazo. Y Arturo dijo: no la chingues. Y Ernesto dijo: yo ya la chingué, mis poemas van a quedar en el santoral de la poesía mexicana, si no quieres acompañar no me acompañes (Bolaño, 1999: 74-75).

La pobreza del lenguaje que este diálogo arroja, es muy común en jóvenes y adolescentes que parecen reducir su vocabulario a una misma expresión vulgar. Se observa en la cita transcrita un amplio conocimiento de expresiones localistas, como señalar que “el rey de los putos”, lleva “guaruras”, o guardaespaldas, como se dice en el resto del continente. Nuevamente, aquí cabe otra observación, pues cada época aporta expresiones ampliamente usadas, pero que desaparecen con el tiempo o dejan de

tener el sentido y el significado a los originalmente remitían, tal como puede observarse en *El Periquillo Sarniento* de Fernández de Lizardi.

#### VIDA EN LA UNAM. INTELLECTUALES DE PRESTIGIO

El espacio por excelencia de la novela es, además de la Ciudad de México y sus espacios públicos, la Universidad Nacional Autónoma de México, que se encuentra al sur de la ciudad. No sólo cuenta la anécdota final que, dicen, vivió una extranjera sudamericana el día de la toma de las instalaciones escolares por parte del ejército mexicano. También da cuenta de su cotidianidad y de la presencia de notables intelectuales que acudían con frecuencia tanto a dictar conferencias e, igualmente, clases. A continuación transcribo una página esclarecedora:

Los poetas mexicanos eran generosos y yo era feliz. En aquellos tiempos comencé a conocerlos a todos y ellos me conocieron a mí. Éramos inseparables. Yo por el día vivía en la Facultad, como una hormiguita o más propiamente como una cigarra, de un lado para otro, de un cubículo a otro cubículo, al tanto de todos los chismes, de todas las infidelidades y divorcios, al tanto de todas las tragedias. Como la del profesor Miguel López Azcárate, al que dejó su mujer, y Miguelito López no supo aguantar el dolor, yo estaba al tanto, me lo contaban las secretarías, una vez me detuve en un pasillo de la Facultad y me uní a un grupo que discutía no sé qué aspectos de la poesía de Ovidio, puede que allí estuviera el poeta Bonifaz Nuño, puede también que allí estuviera Monterroso y dos o tres poetas jóvenes (Bolaño, 1999: 24).

La UNAM ha sido vista no sólo como centro cultural y generador del conocimiento; también tiene la otra cara de la moneda: es un espacio de gran agitación social, de anarquías y desorden premeditado. Desafortunadamente en la actualidad está aún más desacreditada pues la extrema tolerancia de las autoridades ha permitido que la vida nocturna de la Universidad nos muestre la historia no narrada; allí aparecieron, en 2017 los cuerpos de dos jóvenes asesinadas con brutalidad, calificándose de feminicidios. Aunque estamos frente a un texto de ficción, Bolaño ha tenido la habilidad, como escritor, de mezclar hechos y personajes reales, históricos, incluso célebres; aporta datos que vienen de la vida con pequeñas historias de ficción, de allí que podamos rescatar los estereotipos que se han tejido sobre los mexicanos.

La narradora nombra a dos escritores de fama internacional: Augusto Monterroso y Bonifaz Nuño, de virtud y talentos innegables. También vemos cómo se van desarrollando grupos de intelectuales, maduros y jóvenes, que se convierten en verdaderas mafias de poder donde los ajenos a ellos se hacen como invisibles. La siguiente cita se refiere a los poetas jóvenes con los que se mezclaba Arturo Belano, protagonista de *Los Detectives Salvajes* y otros escritores de fama y éxitos:

Y comenzó a salir con los poetas jovencísimos de México, todos menores que él, chavitos de dieciséis años, de diecisiete, chavitas de dieciocho, que parecían salidos del gran orfanato del metro del DF y no de la Facultad de Filosofía y Letras, seres de carne y hueso a los que yo veía a veces asomados a las ventanas de las cafeterías y bares de Bucareli y cuya sola visión me provocaba escalofríos, como si no fueran de carne y hueso, una generación salida directamente de la herida abierta de Tlatelolco, como hormigas o como cigarras o como pus... Pero me di cuenta (al mismo tiempo que temblaba al verlos) de que su lenguaje era otro, distinto al mío, distinto al de los jóvenes poetas, lo que ellos decían, pobres pajaritos huérfanos, no lo podía entender José Agustín, el novelista de la onda, ni los jóvenes poetas que querían darle en la madre a José Emilio Pacheco, ni José Emilio, que soñaba con el encuentro imposible entre Darío y Huidobro, nadie podría entenderlos, sus voces que no oíamos decían: no somos de esta parte del DF, vinimos del metro, de los subterráneos del DF, de la red de alcantarillas, vivimos en lo más oscuro y en lo más sucio, allí donde el más bragado de los jóvenes poetas no podría hacer otra cosa que vomitar (Bolaño, 1999: 69-70).

La extensión de la cita se debe a la exactitud con la que se revela el cambio generacional de los llamados poetas jóvenes con los anteriores creadores. La transformación del lenguaje que menciona la protagonista es ese nuevo lenguaje urbano que procede del submundo de la ciudad y que tiene que ver con la sordidez y la abyección reinantes en muchos rincones de la capital mexicana.

Las referencias a poetas y novelistas señalan de nuevo el interés por fincar el estereotipo del intelectual que se convierte en moda, y será de los pocos invitados, celebrado, estudiado. Lo cierto es que muchas veces ocurre en sociedades cerradas, como es el caso de los intelectuales, que rechazan y ningunean a los que no han nacido en la capital, o a los que no se codean en sus círculos cotidianos. Es de llamar la atención que los nombres de los intelectuales de determinada época se

repitan tan seguido y parecería que fuera de esos círculos, o fuera de la Ciudad de México no existiera ni vida intelectual ni expresiones de la cultura refinada. Como si nacer o permanecer en las provincias fuera sinónimo de ausencia de talento, o que nos decretara un futuro sin éxito y sin presencia en la vida cultural de la nación.

### *Usos y costumbres*

Uno de los recursos que se utilizan en la narración de la novela para ubicarnos en las tipologías capitalinas y del país es la recurrencia con la que salen a colación los usos y las costumbres, bien sea de la convivencia en lugares determinados, como los bares y las cantinas, y las costumbres de las distintas épocas del año. En la página 68, por ejemplo, Auxilio comenta que algunos de sus amigos estaban rompiendo las famosas piñatas navideñas que arrancan a partir del 16 de diciembre hasta el mismo 24; esta costumbre es totalmente mexicana, aunque su origen es italiano y en varios países se ha adoptado esta costumbre, en especial en las fiestas infantiles. La narradora advierte que es un momento adecuado para llamar a la familia de Arturo Belano, residentes en la Ciudad de México:

Una noche, mientras observaba acodada en un mar de tequila cómo un grupo de amigos intentaba romper una piñata en un jardín de una casa de la colonia Anzures, se me ocurrió que aquellas fechas eran las más idóneas para volverlos a llamar (Bolaño, 1999: 68).

Igualmente nos encontramos las descripciones de las actividades que realizaban los jóvenes poetas en los bares o cantinas del DF, donde Auxilio figuraba como una suerte de madrina frente a jóvenes creadores:

Por las noches me expandía, volvía a crecer, me convertía en un murciélago, dejaba atrás la facultad y vagaba por el DF como un duende... y bebía y discutía y participaba en tertulias... y aconsejaba a los poetas jóvenes que ya desde entonces acudían a mí, aunque no tanto como después, y yo para todos tenía una palabra... los jóvenes marchitos, mustios de las noches del DF, los jóvenes marchitos que llegaban con sus folios doblados y sus libros sobados y sus cuadernos sucios y se sentaban en las cafeterías que nunca

cierran o en los bares deprimentes del mundo en donde yo era la única mujer (Bolaño, 1999: 26).

Efectivamente, la cita da cuenta del *modus operandi* de los bares y cantinas de la Ciudad de México. Aquellos más baratos que, incluso, dan comida gratuitamente a sus clientes cuando el consumo de alcohol es lo suficientemente alto para poder cobrar una cantidad módica. Esos que se convirtieron en los sustitutos de las famosas pulquerías del centro capitalino; allí la clientela joven o de escasos recursos acude tradicionalmente. Muchos de ellos se transforman en cliente cotidiano. Son estereotipos que prácticamente se convierten en clichés. Ahí se desarrollan las tertulias, pues el ambiente bohemio incita a la conversación sin prisas, a las consultas, hasta a la recitación propia de los poetas.

### *Tipologías sociales*

Las clases sociales que emergen en la novela son la mayoría tipologías de la vida universitaria (profesores, secretarías, intelectuales y estudiantes); también de la bohemia citadina y de los intelectuales de renombre; todas estas categorías rozan con el medio popular más bajo, el de las vecindades.

En el siguiente párrafo se hace alusión a las tiras cómicas del famoso Gabriel Vargas, creador de *La Familia Burrón*, la típica familia de clase baja que se las arregla para salir adelante haciendo todo tipo de pillerías. Auxilio nos dirá refiriéndose a la casa de un pintor con fama de loco:

Más bien parecía una casa de vecindad, la copia feliz del hogar de los Burrón (los invencibles Burrón, que Dios los conserve muchos años, cuando yo llegué a México el primer piropo que recibí fue que me dijeran que era idéntica a Borola Tacuche, lo que no se aleja demasiado de la verdad). La realidad, como tristemente acostumbra, estaba en el justo término medio: ni se trataba de un palacio en decadencia ni de una modesta vivienda de patio de vecindad, sino de un edificio viejo de cuatro plantas en la calle República de El Salvador, cerca de la iglesia de San Felipe Neri (Bolaño, 1999: 110-111).

Las tiras de la familia Burrón surgen en 1948 y su último número salió al público el 25 de agosto de 2009. En total fueron 500 000 ejemplares, más de sesenta años de

vigencia.<sup>2</sup> Vivían en una vecindad cuya dirección era “Callejón del Cuajo número chorrocientos ochenta y chacho”.<sup>3</sup>

En este aspecto, debe tomarse en cuenta que la vida cotidiana en las llamadas vecindades, que originalmente eran casas muy grandes, dotadas de uno o varios patios y muchas habitaciones de la Ciudad de México, se transformaron durante muchos años en viviendas colectivas habitadas por familias numerosas, de escasos recursos económicos y rentas muy bajas. Esto permitía a sus propietarios no hacer demasiadas obras de infraestructura doméstica, como baños y lugares para el lavado de ropa a mano, que con demasiada frecuencia eran elementos únicos. Decenas de personas habitantes de esas vecindades tenían que compartir un solo inodoro, ponerse de acuerdo para determinar los días de lavado para cada familia y para retribuir a quien se desempeñaba como portero o portera para vigilar el acceso o abrir las puertas a altas horas de la noche. En la mayoría de los casos, la vida era difícil y a veces sórdida. Con pugnas entre los inquilinos, robos de ropa o de objetos como herramientas y bienes menores, que desaparecían al menor descuido.

Los personajes de la Familia Burrón se presentaban como *pobres contentos* de vivir en condiciones precarias. Sus aventuras resultaban siempre divertidas y tomaban los problemas con desenfado y astucia para solucionarlos. Borola Tacuche era el personaje principal y entre sus atributos se subrayan el ingenio, la mordacidad, la ironía y la burla frente a sus problemas. En ese sentido se trataba el personaje típicamente pícaro, audaz que sacaba buen partido de sus acciones. Este estereotipo, en donde se oculta una vida llena de dificultades y se banaliza la pobreza o la extrema pobreza, recibió una segunda etapa de aparente jocosidad en las composiciones musicales del cantor Salvador Flores, mejor conocido como Chava Flores, quien retrató en varias de sus canciones la vida cotidiana de las vecindades capitalinas. Nuevamente, haciendo de sus personajes musicales gente divertida y pintoresca. En una de sus canciones, intitulada *La boda de vecindad*, presenta a

---

<sup>2</sup> La Familia Burrón, en [https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwichP374a\\_XAhVdGGMKHT7yD8QQFggnMAA&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FLa\\_Familia\\_Burr%25C3%25B3n&usg=AOvVaw0wpYQLeqvoq6b33NZwOmEh](https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwichP374a_XAhVdGGMKHT7yD8QQFggnMAA&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FLa_Familia_Burr%25C3%25B3n&usg=AOvVaw0wpYQLeqvoq6b33NZwOmEh). (08/08/2017).

<sup>3</sup> Idem.

una pareja que visten grotescamente y celebra su matrimonio en el patio de la vecindad. En la parte final, aludiendo a la celebración y al viaje de bodas señala: “[...] mole y pulmón, nos dieron en la fiesta, y hubo danzón con la del veintidós; de ahí los novios se fueron pa’ Toluca. ¡Feliz viaje de bodas, deseamos a los dos!...” El mole es un platillo típico de varias regiones del país y se trata de un guiso sumamente especiado, con cerca de 36 ingredientes, entre ellos, por supuesto varios géneros de picante, que se combinan con el chocolate, pero cuyo costo es relativamente bajo. Pulmón no alude al órgano así llamado, sino al *pulque*, bebida de baja graduación alcohólica, que se obtiene de la fermentación de la savia del agave del altiplano mexicano y es considerablemente barato. Por su parte Toluca es la capital del Estado de México, que bordea gran parte de la ciudad de México, y que se localiza a sesenta kilómetros de ésta. Se trata, entonces de un viaje corto y poco costoso, y la canción ofrece una imagen de burla, pero también de jocosidad.

Lo mismo ocurre en la serie de la televisión comercial llamada *El Chavo del Ocho*, que se supone es un niño pobre, pero interpretado por un hombre mayor que vive dentro de un barril de madera en el patio central de una vecindad de la Ciudad de México; allí todo es diversión y se vuelve a banalizar la pobreza, porque todas sus aventuras y acciones son alegres e ingeniosas. Los demás personajes de la serie eran igualmente interpretados por adultos vestidos de niños pequeños; sorprende que el programa alcanzara gran éxito a lo largo de varias décadas y se haya popularizado en toda América Latina. Se trata, entonces de una misma línea argumentativa, la de recalcar que la pobreza no es trágica, sino de diversión eterna. La vida en las vecindades sería digna de ser vivida y no dificultosa y sórdida.

## REFLEXIONES FINALES

A lo largo del presente trabajo hemos encontrado la presencia de los estereotipos mexicanos a través de diversas expresiones artísticas. La literatura, la televisión, las historietas e incluso las canciones dan cuenta de un sinnúmero de modos de proceder, de vivir la experiencia nacional de ser mexicano. Sea pobre, clase media o incluso rico. Aunque de algún modo el estereotipo nos diseñe una manera de proceder a priori, tener conciencia de ello nos liberará de moldes preconcebidos y nos ayudará a buscar maneras correctas de vida.

## REFERENCIAS

- Bar-Tal, D. (1994). “Formación y cambios de los estereotipos étnicos y nacionales. Un modelo integrado”. *Psicología Política*, núm. 9, 21-49.
- Benjamin, W. (1980). *Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid: Taurus.
- Bolaño, R. (1999). *Amuleto*. Barcelona: Anagrama.
- Machillot, D. (2013). *Machos y machistas. Historia de los estereotipos mexicanos*. México: Paidós.
- Zamora, I. (2005). “La importancia de la vida cotidiana en los estudios antropológicos”. *Líder: revista labor interdisciplinaria de desarrollo regional*, núm. 14, 123-143.



## LA IMAGEN DE MÉXICO ENTRE LOS UNIVERSITARIOS CHECOS. LAS TRANSFORMACIONES DE UN ESTEREOTIPO NACIONAL CON BASE EN LA EXPERIENCIA DE CONTACTO

*Zuzana Erdšová\**

Los habitantes de la República Checa (Checoslovaquia entre 1918 y 1993) y de México han tenido y siguen teniendo una relación histórica de cordialidad, que difiere sustancialmente de las numerosas situaciones interétnicas conflictivas que hoy se viven en muchas partes del mundo. Los checos y los mexicanos no son naciones que hayan tenido un acercamiento intenso ni en el pasado ni en el presente, y sus relaciones oficiales y diplomáticas destacan por ser amistosas y de cooperación; en otras palabras, no existe ningún antecedente extremo que haya forjado las bases de una imagen estereotipada ni claramente positiva ni claramente negativa en ninguno de los dos países en cuestión. De tal modo que, en comparación con el marco social tan relevante como son los ámbitos discursivos y conductuales de conflicto,<sup>1</sup> una investigación sobre el discurso estereotipado checo acerca de México podría parecer redundante. Y sin embargo, no lo es.

La primera razón es que hasta la fecha no se han estudiado sistemáticamente los estereotipos que los checos sostienen específicamente sobre México, aunque cualquier observador informal puede comprobar que estos estereotipos sí existen. Además, en la bibliografía especializada se da por sentado que cada endogrupo (el grupo visto como propio) mantiene estereotipos diferentes sobre el mismo exogrupo (el grupo visto como ajeno) (Bar-Tal, 1994: 23), de tal modo que los estereotipos hacia

---

\* Universidad Autónoma del Estado de México, [zuzana.erdosava@gmail.com](mailto:zuzana.erdosava@gmail.com)

<sup>1</sup> Véase las investigaciones de renombre en el campo del análisis crítico del discurso (por ejemplo van Dijk, 1984; Wodak y Mitten, 1993) y de la reducción de los prejuicios mediante el contacto (por ejemplo, Pettigrew y Meertens, 1995).

México propagados entre los checos serán diferentes, digamos, de los sostenidos por los españoles sobre el mismo país.

La segunda razón se debe precisamente a que suele priorizarse el estudio de los estereotipos y prejuicios en contextos interétnicos conflictivos, por lo cual se conoce mucho menos la naturaleza de los estereotipos surgidos en ámbitos más bien neutrales y marcados por el desconocimiento sintomático del exogrupo, de los cuales no emanan emociones desfavorables y que no inspiran conductas negativas hacia el “otro”.

Motivado por lo anterior, el presente capítulo establece dos objetivos: 1) asume carácter exploratorio y aspira a generar información nueva sobre la percepción de la alteridad cultural mexicana por parte de un sector importante de la sociedad checa: las personas con instrucción universitaria; 2) pretende documentar, analizar y explicar cómo dicha imagen estereotipada, surgida en condiciones de una relativa incomunicación con el exogrupo, llega a transformarse mediante el contacto directo entre culturas.

Para contextualizar los planteamientos expuestos, a continuación dedicaremos unos párrafos a los antecedentes que permiten entender las características de las relaciones checo-mexicanas tanto en el pasado como en el presente.

#### CHEQUIA Y MÉXICO: ¿HASTA DÓNDE LLEGA EL (DES)CONOCIMIENTO DEL “OTRO”?

Desde la perspectiva histórica, los países checos, Checoslovaquia y la República Checa (Chequia), sucesivamente, han mantenido relaciones más intensas con la Nueva España y después con México que con ningún otro país latinoamericano.<sup>2</sup> Hay fuentes históricas que evidencian que el contacto entre ambas regiones ha existido desde el siglo XVI, aunque al inicio se limitaba a estancias de individuos aislados pertenecientes a la esfera intelectual y religiosa; son emblemáticos los destinos de los jesuitas de la provincia de Bohemia que llegaron a México a mediados del siglo XVII (Opatrný, 2011). A partir de la segunda mitad del siglo XVIII se fueron formando también los primeros contactos económicos, tales como la apertura de la sucursal de una empresa vidriera checa en México. En el marco de la época de la Ilustración, México despertó

---

<sup>2</sup> Entrevista a Josef Opatrný, en Notas de Actualidad: Las relaciones checo-mexicanas al descubierto, por Daniel Bolufer, 18-10-2010, Radio Praha, <http://www.radio.cz/es/articulo/132709>

el interés de un botánico checo, Tadeáš Haenke, quien participó en una expedición científica española. Pero fue la campaña mexicana de Maximiliano de Austria que motivó la llegada de numerosas personas de origen checo al México de Benito Juárez. Varios militares, músicos, oficiales y nobles acompañaron a Maximiliano en su trágica campaña y después de su ejecución siguieron diferentes vías. Algunos regresaron a su tierra donde se dedicaron a difundir la información de primera mano sobre México; se publicó un libro con la descripción de la empresa política de Maximiliano, a los museos checos y austríacos llegaron colecciones del folklóre mexicano y de objetos naturales que hasta la fecha se encuentran en exposición. Otros checos aprovecharon la amnistía otorgada por el presidente Juárez a los especialistas extranjeros e hicieron su vida en México; el médico personal de Porfirio Díaz fue uno de ellos. Pero parece que los checos y los mexicanos encontraron el punto común sobre todo en el campo de la música: los clarinetistas de la banda militar que acompañaron el regimiento de Maximiliano inspiraron a los trompetistas mariachis, quienes se apropiaron de varias melodías y elementos de las composiciones checas tocadas en aquella época, sobre todo la polka, danza de origen checo y muy de moda, que hoy forma parte inseparable de la cultura mexicana nortea.

Después de la desintegración del Imperio austro-húngaro en 1918, a la recién formada República Checoslovaca, el más industrializado de los nuevos estados nacionales europeos, le urgía encontrar nuevos mercados para la exportación. Por eso se entablaron relaciones diplomáticas con muchos países fuera de Europa, entre ellos con México. La primera embajada checa fue abierta en 1927, en esta época se empezó a prestar atención también a la emigración, así que sabemos que en los años 20, en México residían un poco más de 200 checoslovacos. Aparecieron varias figuras prominentes –el científico Alberto Vojtěch Frič, el embajador Vlastimil Kybal, el empresario František Elstner– quienes empezaron a difundir la cultura checoslovaca en México y la mexicana en Checoslovaquia. Como resultado, entre las guerras, México y Checoslovaquia tenían una buena relación económica de exportación e importación.

No obstante que la ocupación nazi de Checoslovaquia acabó con estos contactos prometedores, gracias a los nexos diplomáticos existentes, la opinión pública mexicana mostró solidaridad con el país ocupado. El gobierno mexicano nunca reconoció la validez del Acuerdo de Munich, de manera que México fue el primer país latinoamericano que reestableció las relaciones diplomáticas con Checoslovaquia

a través de su gobierno en exilio en Inglaterra. Además, el gobierno ofreció visas a varios exiliados checoslovacos, entre ellos al escritor de origen judío Egon Ervin Kisch, quien dedicó a México una de sus obras, o a la joven periodista Lenka Reinerová que informó en el Palacio de Bellas Artes sobre la masacre nazi en una aldea checa; gracias a las simpatías resultantes, el pueblo San Gerónimo Aculco en la actual Ciudad de México adoptó el topónimo “Lidice”.

En la etapa de posguerra, durante el régimen socialista, el público checoslovaco seguía recibiendo información sobre México gracias a los viajes de dos ingenieros jóvenes, Miroslav Zikmund y Jiří Hanzelka, y a los libros de Norbert Frýd, el encargado de los asuntos culturales de la Embajada Checoslovaca en México. Acompañados por Frýd, los muralistas mexicanos famosos Diego Rivera y David Siqueiros visitaron Praga. En la segunda mitad del siglo xx, los libros de los etnógrafos Miloslav Stingl y Václav Šolc popularizaron México en Checoslovaquia.

Después de 1989, que trajo la caída del socialismo en Checoslovaquia, las relaciones de ambos países dejaron de depender de las instituciones oficiales y se abrieron nuevas oportunidades a las personas particulares (turistas, estudiantes) y también a las empresas. Desde 2000 ha estado en vigor el convenio académico más exitoso con el Instituto Tecnológico de Monterrey, al que se van sumando más acuerdos, sistemas de becas, etc., que posibilitan el intercambio académico y cultural entre los dos países.

A pesar de las relaciones internacionales desarrolladas, en la actualidad no es fácil indagar sobre la presencia mexicana en la República Checa y viceversa. El Instituto Nacional de Estadística (Český Statistický Úřad, ČSÚ) llega a mencionar las actividades de las personas con nacionalidad mexicana en la República Checa sólo en algunos casos, ya que es más habitual “disolverlas” dentro del grupo de las demás nacionalidades minoritarias. Los datos disponibles informan principalmente sobre la presencia creciente y la situación migratoria de los mexicanos.<sup>3</sup> Según los datos disponibles más recientes, en 2014 había 137 mexicanos residentes permanentes en el país (ČSÚ, 2014).

---

<sup>3</sup> La presencia mexicana en la República Checa va en aumento. En 2015 fue registrada la llegada de 479 personas de esta nacionalidad, en contraste con las 28 personas en 1994 (Cizinci v ČR 2015). Algo parecido está pasando con las personas de nacionalidad mexicana con residencia mayor a 90 días (de 66 en 2006 a 331 en 2015; Cizinci v ČR, 2015) y con estancia de más de 12 meses (de 178 en 2008 a 411 en 2015; Cizinci s pobytem 2015).

En comparación con otras nacionalidades, la presencia mexicana en la República Checa se mantiene muy baja. Este dato es un antecedente importante en el momento de estimar la posibilidad de que un checo entre en contacto con un mexicano en su propio país. En consecuencia, los checos comunes se ven obligados a buscar otras opciones para acceder a la información sobre México y su gente; pueden acudir a los amigos o conocidos, quienes hayan tenido la oportunidad de visitar el país (una fuente muy escasa) o confiar en la información proporcionada por terceros, hoy representada casi exclusivamente por los medios de comunicación (televisión, internet).

Dado que los medios de comunicación son el pozo discursivo del que se alimentan los estereotipos checos sobre México, era necesario hacer un breve análisis preliminar de estas fuentes informativas, con énfasis en el internet en la lengua checa. Como era de esperar, el espacio discursivo dedicado en el internet checo a la problemática mexicana resulta limitado en comparación con la cantidad de información disponible sobre otros países “más conocidos”;<sup>4</sup> sin embargo, esto no significa que las informaciones escaseen; más bien es la naturaleza de la información que preestablece la imagen del checo interesado en conocer México. De las primeras 25 páginas web que salen en Seznam.cz, el navegador más frecuentado en la República Checa, casi dos terceras partes (15 páginas web) pertenecen a las diferentes agencias de viajes. El hecho de que los creadores y gestores de estas páginas sean empresas con fines de lucro afecta la información presentada porque México se conceptualiza como un producto para vender, sujeto a cierto tipo de mercadotecnia turística. Esta predominancia de las páginas turísticas comerciales se debe a que los checos buscan “México” sobre todo como destino para sus vacaciones y, en menor medida, estudios. En comparación con estas áreas de interés, las otras (negocios, curiosidad general) son más bien insignificantes.

En cuanto al resto de la información presente en el internet checo, cuatro páginas web ofrecen información turística sobre México en general (como guía para turistas),

---

<sup>4</sup> Se realizó una serie de búsquedas en el idioma checo a través de Seznam.cz acerca de México, Francia y los Estados Unidos como países, destinos turísticos y de estudio. Los resultados de búsqueda sobre México como país eran 3 379 625, en contraste con 9 578 127 para Francia y 46 836 419 para los EE.UU. Como país turístico, México con 1 161 200 resultados se ve igualmente superado por Francia (2 556 500) y los EE.UU. (3 379 490) y tampoco puede competir con estos países como destinación para estudiantes (México: 236 744, Francia: 872 791, USA: 2 007 369).

dos referencias pertenecen a la Wikipedia (información general, historia) y dos noticias son de género periodístico incluyendo la prensa amarilla, con menciones más bien marginales de México. Una sola página ofrece información testimonial basada en la experiencia personal con este país: el blog “Las muchas caras de México”, escrito por una persona checa que actualmente vive en México. En esta búsqueda básica, hay varias páginas web que se repiten y algunas están preestablecidas para aparecer con preferencia.

Debido a la naturaleza de esta información, resulta importante el hecho de que los estereotipos suelen formarse a partir de la información que llega precisamente de las fuentes externas (Bar-Tal, 1994: 21-22). La cuestión sobre quién tiene el derecho de representar a los “otros” y en qué circunstancias, dio origen al debate sobre la llamada ética representacional (Borgerson y Schroeder, 2002; Merskin, 2010). En este contexto, la presentación de México como un país exótico en las páginas web de las agencias de viaje es un acto que conlleva una gran responsabilidad por la imagen resultante: “la mercadotecnia es un sistema representacional que produce significados que alcanzan más allá del producto o servicio promocionado”<sup>5</sup> (Borgerson y Shroeder, 2002). En este sentido, el checo común se familiariza con México a través de un mosaico de fragmentos informativos, descontextualizados y coloreados para fines de venta que más bien distorsionan la imagen realista del país.

#### LOS ESTEREOTIPOS NACIONALES DESDE LA TEORÍA DE CONTACTO

Los estereotipos se pueden definir como creencias almacenadas sobre las características de un grupo (Bar-Tal, 1994: 21) y es posible dividirlos entre autoestereotipos o las creencias sobre lo propio, y heteroestereotipos o las creencias sobre los otros grupos (García y Zubieta, 2006). Los estereotipos no almacenan ideas claramente falsas y erróneas sobre los grupos vistos como diferentes, lo que hacen es filtrar, fragmentar, simplificar y encasillar una realidad ajena compleja para facilitar su comprensión por el grupo al que se pertenece.

---

<sup>5</sup> La traducción es nuestra.

El término fue acuñado en la segunda década del siglo xx y los estereotipos empezaron a estudiarse empírica y sistemáticamente a partir de la década de 1930, limitándose, al inicio, a la recolección de las listas de las cualidades atribuidas a diferentes grupos étnicos (Rodríguez *et al.*, 1991: 9). Este interés desembocó al inicio de los años sesenta en la formulación de una serie de teorías que priorizaron la aproximación cognitiva, es decir, el análisis de los aspectos intrapersonales en la formación de los estereotipos, sobre todo la categorización como ordenamiento de la información en el cerebro. Esta orientación psicológica cognitiva dominante da por sentado que hay procesos universales en todos los seres humanos y tiende a aminorar la importancia de las relaciones sociales entre grupos. Sin embargo, la sociedad y la cultura representan la base de los estereotipos y no deberían relegarse al segundo plano. Por eso es importante rescatar el trabajo de Bar-Tal (1994), quien advierte que la problemática de los estereotipos abarca tanto lo cognitivo como lo social: los individuos se consideran a sí mismos como miembros de un grupo y por eso clasifican también a los miembros de otros grupos, vistos como diferentes del propio, en categorías sociales.

De tal modo que los estereotipos dependen de los factores políticos, económicos e históricos que definen las relaciones intergrupales. Como tales tienen el carácter consensual, es decir, son creencias estables y consolidadas, compartidas a través de la sociedad, y son inseparables de los discursos y de las representaciones sociales. Pero a pesar de esto, los estereotipos no son inmutables, sino que se transforman tanto en los individuos (experiencias personales únicas, personalidad, motivación, valores, habilidades cognitivas) como dentro de los grupos (Bar-Tal, 1994: 23-24).

Es conveniente enmarcar el estudio de los estereotipos en la llamada hipótesis del contacto intergrupar, formulada por Allport en los años cincuenta, la que se considera como una de las perspectivas teóricas más duraderas en el área de las relaciones intergrupales (Wright *et al.*, 1997: 73). Hoy representa la explicación más significativa de la reducción de prejuicios (Grim *et al.*, 2005) y en su fase actual ya no se limita al contacto interétnico e interracial, sino que se ha convertido en una teoría general psicológica y social (Pettigrew and Tropp, 2006: 768).

Suele aceptarse que el contacto directo entre diferentes grupos tiene efecto sobre la imagen resultante y que, bajo ciertas condiciones vistas ya por Allport como idóneas (igual estatus, apoyo institucional, relación de amistad, cooperación con objetivos compartidos), disminuye los prejuicios y estereotipos negativos hacia

el exogrupo. El metaanálisis de 515 estudios realizados en el marco teórico de la hipótesis del contacto entre 1940 y 2000 (Pettigrew and Tropp, 2006) comprobó que a más contacto entre grupos, menos prejuicio, además de confirmar que las actitudes favorables incentivadas por el contacto no se limitan a los miembros del exogrupo personalmente conocidos, sino que pueden extenderse a todo el exogrupo en una gama de situaciones, y hasta a exogrupos totalmente diferentes del evaluado.

Respecto al estado actual de la teoría, Pettigrew y Tropp (2006: 766-767) también pudieron comprobar que las condiciones óptimas mencionadas favorecen de manera significativa el resultado positivo de la situación de contacto. Por ejemplo, aunque no sea posible establecer un contacto personal intergrupar en gran escala, Wright *et al.* (1997: 88) comprobaron que la mera observación de la amistad entre miembros del grupo propio y los del ajeno mejora en buena medida las actitudes hacia el exogrupo como tal. Sin embargo, también se confirmó que las condiciones óptimas de Allport no son esenciales para la disminución de los prejuicios y estereotipos. Desde la posición actualizada, parecen ser más importantes los factores psicológicos que aumentan el apego hacia lo antes desconocido: familiarizarse con un sujeto/objeto reduce la inseguridad, ansiedad y sensación de amenaza, las que generan los prejuicios en primer lugar (Pettigrew y Tropp, 2006: 766-767).

La situación peculiar entre los checos y los mexicanos que esclarecimos al inicio de este texto requiere de varias (re)consideraciones relacionadas con la hipótesis de contacto. Como señalan Pettigrew y Tropp (2006: 755), un estudio de contacto intergrupar debe analizar situaciones en las que la interacción transcurra: 1) “cara a cara”, 2) entre miembros de grupos claramente definidos, 3) entre grupos enteros (para no limitarse a contactos más interpersonales que intergrupales). Las sugerencias 1 y 2 son coherentes con los grupos estudiados en este trabajo, ya que los checos y los mexicanos son sociedades lo suficiente discretas y distantes en cuanto a la etnicidad, cultura o identidad, y se analizan sus formas de interacción transcurridas directamente “cara a cara”. Sin embargo, la sugerencia 3 no aplica en su totalidad, puesto que los checos y los mexicanos prácticamente no entran en contacto como grupos, sino más bien como individuos. Por razones ya expuestas, los checos rara vez socializan con los mexicanos en la República Checa y son principalmente los que visitan México durante periodos más largos (estudiantes, académicos y algunos vacacionistas), quienes acceden a una verdadera oportunidad de contacto. En lo que

respecta a la comunidad emigrante checa en México, ésta es de tamaño reducido<sup>6</sup> y demasiado dispersa como para incentivar un contacto intergrupales propiamente dicho. Por lo anterior, cabe señalar que la naturaleza de nuestro objeto de estudio motivó ciertos ajustes metodológicos. Se propone estudiar las transformaciones de la imagen estereotipada checa de México a través de una serie de testimonios subjetivos, poniendo atención a los cambios en las categorías presentes en las narraciones identitarias (grado de abstracción y complejidad de la imagen del exogrupo, entre otras) en relación con el estereotipo de partida. Este enfoque permite identificar los mecanismos que rigen la erosión de los estereotipos en personas con experiencia de contacto con el exogrupo.

#### PROPUESTA METODOLÓGICA

La estrategia metodológica consistió en recolectar un corpus de datos para evidenciar las representaciones discursivas<sup>7</sup> estereotipadas checas sobre México y sus transformaciones. Para este fin, se trabajó con dos muestras de personas checas que se distinguen por una variable principal: el tipo de contacto con la realidad mexicana (experiencia personal o de segunda mano). El sector social estudiado son los profesionistas, o sea, personas con formación universitaria, entre aproximadamente 20 y 40 años, que son usuarios activos del internet.<sup>8</sup> La escolaridad fue el factor

---

<sup>6</sup> La comunidad tiene entre 500 y 1 000 personas, según las estimaciones informales de la Embajada de la República Checa en México.

<sup>7</sup> De acuerdo con Sayago (2014), el discurso se entiende como un texto oral y/o escrito más todos los aspectos relevantes en la instancia de su producción, circulación y recepción. De allí que el análisis de las representaciones presentes en el discurso se caracteriza por no estudiar la realidad per se, sino la imagen de esta realidad construida por el sistema social la que, a pesar de que es posible describir sus características y cualidades, no puede ser evaluada ni como verdadera ni como falsa.

<sup>8</sup> Los profesionistas representan un sector importante dentro de la sociedad checa; en 2011, 12.5% de la población checa contaba con la instrucción universitaria, con la predominancia de las personas con el grado de maestría (uno de cada 10 checos) (Úroveň vzdělání, 2014: 19). En cuanto a las demás variables personales, se consideró que la orientación profesional no ejercería mayor impacto, con la excepción de personas altamente especializadas en algún aspecto de la problemática latinoamericana o mexicana (casos que se evitaron); respecto al género, esta variable no parece ser relevante en el estudio de los estereotipos nacionales (Rodríguez *et al.*, 1991: 16).

determinante para nosotros por el siguiente motivo. Bar-Tal (1994: 23-24) advierte que hay múltiples circunstancias de tipo personal que pueden influir sobre los estereotipos y sus transformaciones, entre ellas, el nivel de la habilidad cognitiva de cada persona. Dado que sería complicado someter a cada informante a un test psicológico, el criterio de la formación universitaria nos sirvió para asegurar un nivel relativamente parejo de la aproximación intelectual a la información disponible en la República Checa acerca de México entre los encuestados quienes, según esta lógica, deberían poseer habilidades cognitivas más bien altas.

Ahora bien, la investigación transcurrió en las siguientes fases.<sup>9</sup> El primer paso consistió en documentar el estado actual del estereotipo checo sobre México entre los profesionistas y para este fin se utilizó una muestra de alrededor de mil personas (estudiantes y trabajadores académicos) adscritas a las facultades de Medicina y Ciencias Naturales de tres universidades checas (Universidad de Palacký, Universidad de Hradec Králové y Universidad de Ostrava), quienes nunca visitaron México o no muestran interés particular por este país. Los informantes debían contestar un cuestionario de preguntas abiertas que iniciaba con la petición de “describir lo primero que se te viene a la mente cuando se dice México”. El resto de las preguntas indagaba sobre los valores interculturales, motivación y factores de personalidad, necesarios para interpretar el contexto en que se construye y mantiene la imagen de México en cada encuestado.

El segundo paso consistía en comprobar cómo influye la experiencia directa sobre la imagen estereotipada anteriormente mapeada y cómo se manifiesta a través del discurso. Para ello se recolectó un corpus discursivo al que contribuyeron 23 universitarios checos quienes tuvieron la posibilidad de conocer el país personalmente.<sup>10</sup> A estos

---

<sup>9</sup> En este trabajo se presentan los resultados preliminares de esta investigación, de tal modo que se exponen los datos procedentes de 170 cuestionarios aplicados a los universitarios adscritos a la Universidad de Palacký y de 23 muestras de material fotográfico comentado.

<sup>10</sup> Estos informantes realizaron sus estancias en México en diferentes circunstancias. Algunos visitaron a sus familiares y amigos que son residentes permanentes en México (estancias entre dos semanas y cuatro meses), otros hicieron estancias de intercambio académico (entre seis y 12 meses) y también participaron los checos asentados permanentemente en México, de los cuales algunos tenían varios años y otros hasta varias décadas viviendo en el país. Se hizo hincapié en que no participaran personas con una experiencia turística superflua, sino únicamente las que experimentaron una convivencia auténtica con los mexicanos.

informantes se les solicitó compartir entre una y cuatro fotografías de sus acervos personales que a su juicio mejor representan México tal como ellos lo conocieron, y acompañarlas con comentarios subjetivos (explicativos, reflexivos, interpretativos, narrativos, etcétera).

La obvia desproporción cuantitativa entre ambas muestras deriva de los objetivos particulares, respectivamente. La finalidad de la primera encuesta era recabar la mayor cantidad posible de datos, dado que los estereotipos se caracterizan por ser socialmente compartidos y poco variados; hacía falta captar las ideas que se repetían constantemente y excluir las que se salían de este patrón mayoritario. Cabe destacar que la encuesta sentó rápidamente las bases del estereotipo checo sobre México, ya que la información llegó a saturarse muy rápido, es decir, las respuestas muy pronto dejaron de variar. Dicho umbral de significación definió la representatividad de la muestra.

Por su parte, la segunda encuesta era un estudio de contacto y tenía un objetivo distinto. Para este tipo de estudios, Pettigrew y Tropp (2006: 755) proponen tomar a los individuos como unidades de análisis, de manera que se reunió una serie de testimonios subjetivos sobre la experiencia personal con la alteridad cultural. El siguiente paso consistió en el análisis de discurso. Al inicio, los datos se codificaron mediante el etiquetamiento: de esta manera se determinaron seis áreas generales de representaciones discursivas divididas entre 18 categorías, de las cuales siete fueron detectadas exclusivamente en el discurso de los checos que nunca visitaron México. Estas categorías reflejan tanto el contenido semántico de las ideas particulares como el grado de abstracción o complejidad que las caracteriza (véase la tabla 1).

Tabla 1. Representaciones dentro del discurso de los universitarios checos sobre México

<i>Representaciones discursivas</i>	<i>Categorías</i>
Sociedad	Pasado y presente
	Situación social del país
	Estado de ánimo en el país
	Delincuencia*
Diferencias culturales visibles	Tradiciones
	Gastronomía
	Elementos de la vestimenta*

Continúa...

Paisaje	Paisaje/naturaleza
	Clima*
	Nociones de la geografía*
Referentes culturales concretos	Personajes emblemáticos
	Popcultura*
	Elementos léxicos aislados*
Percepción matizada de la realidad	Ambigüedades
	Conciencia de los estereotipos sobre el exogrupo
Relación nosotros-ellos	Sensación de apego hacia el exogrupo
	Sensación de alteridad hacia el exogrupo
	Aspecto físico del exogrupo*

\* Categoría detectada sólo entre los checos sin experiencia personal con México

Fuente: elaboración propia.

Por consiguiente, las etiquetas fueron cuantificadas<sup>11</sup> y ordenadas en tablas para facilitar su análisis comparativo. Convenía detectar la relevancia (predominancia) de ciertas categorías en detrimento de otras en los dos tipos de discurso. En el caso de la segunda muestra que consistía en los checos que habían visitado México, el etiquetamiento se hizo tanto de manera transversal del corpus reunido (para fines comparativos) como por los informantes respectivos (para no perder el hilo de las narrativas individuales).

Finalmente, se realizó el análisis del contenido de las categorías a través de los siguientes ejes conceptuales:

- la profundidad perceptual,
- el nivel de consenso,
- el alcance diacrónico.

<sup>11</sup> Sayago (2014) arguye que en el análisis del discurso es posible acudir tanto a las técnicas cualitativas como las cuantitativas, siempre que el carácter del objeto de estudio lo permita y requiera, y teniendo en cuenta que particularmente el aspecto cuantitativo siempre estará sujeto y sometido a la interpretación del investigador.

La “profundidad perceptual” (alta, baja) da cuenta del grado de abstracción de las ideas sobre el exogrupo. En su faceta baja, los miembros del exogrupo son evaluados mediante una serie de rasgos externos, superficiales, con frecuencia tangibles, fácilmente observables y generalmente mutuamente aislados. En cambio, en su faceta alta se trata de describir un nivel más complejo de la otredad del exogrupo al penetrar en su mentalidad, racionalidad y modos de vida.

Por su parte, la categoría “nivel de consenso” (alto, bajo) se refiere a la idea global que cada informante sostiene de la cultura evaluada. El nivel alto genera ideas homogéneas, basadas en referentes, claramente atractivos o abiertamente desagradables sobre el exogrupo, mostrando una alta coherencia en el sentido positivo o negativo. En cambio, el bajo nivel de consenso produce ideas internamente conflictivas, basadas en el hecho de que la realidad del exogrupo conlleva contradicciones; de allí que los informantes sientan un dilema al pretender describirla en un solo sentido. En relación con la profundidad perceptual, tanto el consenso alto como el bajo pueden resultar más bien fragmentario o complejo.

Por último, la categoría “alcance diacrónico” demuestra en qué medida las personas saben conectar la realidad actual del país con sus antecedentes históricos y tomarlos en cuenta en su interpretación del exogrupo, de tal modo que existen ideas más bien sincrónicas, mixtas o diacrónicas acerca del grupo evaluado.

#### LOS CHECOS SE IMAGINAN MÉXICO: MAPEO DEL ESTEREOTIPO NACIONAL

Sin lugar a dudas, los profesionistas checos sostienen un estereotipo sólido y coherente sobre México. Aunque nunca hayan visitado el país que se les solicitó describir, en sus respuestas repiten con espontaneidad una serie de referentes compartidos. La categorización de este discurso se resume en la tabla 2.

Tabla 2. Discurso estereotipado de los universitarios checos sin experiencia de contacto

<i>Categorías</i>	<i>Referente(s) prevaleciente(s)</i>	<i>No.</i>	<i>%</i>
Gastronomía	Tequila, frijol, tortilla, comida picosa, cocina típica	283	30.1
Elementos de la vestimenta	Sombrero, poncho	163	17.3

Continúa...

Paisaje	Cactus, desierto	103	11.0
Delincuencia	Drogas, mafia	72	7.7
Tradiciones	Música tradicional, indígenas, vaqueros	64	6.8
Nociones de la geografía	Lengua española, Ciudad de México, Centroamérica	57	6.0
Situación social del país	Migración ilegal a los EE.UU.	45	4.8
Clima	Calor ameno, sol	40	4.3
Pasado y presente	Pirámides, mayas, aztecas	29	3.0
Estado de ánimo en el país	Gente amena, temperamento, ambiente relajado	24	2.6
Aspecto físico del exogrupo	Bigotes, gente morena	21	2.2
Popcultura		14	1.5
Personajes emblemáticos		10	1.0
Sensación de apego hacia el exogrupo	Cocina mexicana, amigos	8	0.9
Sensación de alteridad hacia el exogrupo		4	0.4
Ambigüedades		4	0.4
Conciencia de los estereotipos hacia el exogrupo		4	0.4
Elementos léxicos aislados		3	0.3
		940	100%

Fuente: elaboración propia.

A continuación, el discurso estereotipado se va a analizar mediante los tres ejes propuestos.

### *Profundidad perceptual*

El rasgo prácticamente transversal en este discurso es su baja profundidad perceptual, o sea, su carácter escueto y fragmentado. Las respuestas suelen ser cortas, con el promedio de aproximadamente 11 palabras por informante, y pueden consistir en una sola palabra (“tequila”), una cadena de referentes (“nachos, tacos, Yucatán, drogas, calor, Acapulco”) y ocasionalmente en oraciones sintácticamente más

desarrolladas (“Lo que se me ocurre es un indígena con un sombrero. Simplemente el mariachi de la película *Desperado*, entiendes. Luego el guacamole. Y después la película *Amores Perros*”). Esto se debe parcialmente al formato del cuestionario escrito que se presta para respuestas breves, pero por otro lado, la sintaxis refleja el grado de complejidad de las ideas que en este caso suelen ser más bien colecciones de imágenes descontextualizadas, informaciones aisladas y creencias más o menos fundamentadas.

A menudo, estos referentes describen elementos materiales y tangibles, de tal modo que los tres estereotipos más frecuentes sobre México tienen que ver con la gastronomía (tequila), elementos de la vestimenta (sombrero) y la naturaleza (cactus). Dentro de las respuestas existe una gran variedad de otros elementos que siguen esta misma lógica.

De acuerdo con la imagen estereotipada resultante, los mexicanos se alimentan ante todo de frijoles, tortilla y chile, acompañados con el tequila. Los varones se visten en “ponchos” (gabanes o sarapes) con sombreros de copa cónica y ala ancha y las mujeres lucen indumentaria folklórica colorida con holanes. Estas figuras prototípicas (la masculina mucho más extendida que la femenina) a menudo representan a charros o indígenas que se mueven en un paisaje desértico cálido, poblado con los cactus, y se dedican a tocar instrumentos de cuerda en un ambiente alegre pero peligroso, plagado de narcotraficantes y separado de los EE.UU. con una frontera cerrada. Esta imagen se resume de manera muy clara en un dibujo proporcionado por un encuestado (figura 1).

Figura 1. Realización visual del discurso estereotipado checo sobre México



Fuente: encuesta en la Facultad de Medicina de la Universidad de Palacký, Olomouc, República Checa.

La manera en que los profesionistas checos se imaginan México se alimenta también de la popcultura, como son las películas y canciones del *mainstream*. Los informantes mencionaron en numerosas ocasiones la canción *Všichni už jsou v Mexiku* (*Todos ya están en México*, 1990), compuesta por el cantautor checo Michal Tučný, y la canción *Mexiko* (1999) del grupo *Tři sestry* (*Las tres hermanas*) basada precisamente en los estereotipos checos más frecuentes sobre México.<sup>12</sup>

La categoría “estado de ánimo en el país” es de particular interés porque encierra el potencial de penetrar en las mentalidades y los modos de vida más allá de la percepción folklorizada de las costumbres y tradiciones visibles. Sin embargo, dicha categoría está representada sólo por 2.6% de todos los referentes recogidos y su concepción es bastante simplificada: el estereotipo prevaleciente dentro de esta categoría es el de un mexicano sonriente y temperamental que sabe generar un clima de relajamiento y convivio.

Contrapuestas a las categorías simples, la sensación de apego o alteridad respecto a “lo mexicano” presenta un mayor nivel de profundidad perceptual, porque requiere de cierta experiencia personal con la alteridad cultural, penetra en las identidades e involucra emocionalmente al individuo. Los encuestados manifiestan apego sobre todo hacia la cocina mexicana, la que se evalúa como rica (aunque experimentada en la forma europeizada o chequizada), expresan cariño por las amistades mexicanas conocidas fuera de México, la música mariachi descrita como sensacional o los trajes típicos hermosos.

En cambio, la alteridad percibida respecto a lo propio –no necesariamente en el sentido negativo– se deja entrever en las expresiones: “país exótico”: “algo diferente que en Chequia”, “más desigualdad que en Europa” o “hablan español raro”. El ejemplo más visible es la descripción física de los mexicanos, quienes se visualizan como morenos, con cabello negro, bajos de estatura y los hombres como bigotudos (por ejemplo, “anciano moreno sonriente con un sombrero”; “gente morena con piel arrugada”). Cabe subrayar que los informantes generalmente no acuden a muchas comparaciones con la República Checa o Europa y en general, las categorías que

---

<sup>12</sup> En este orden, la letra de la canción menciona: calor fuerte, cactus, sombrero, piña colada, macho, nachos, tequila, burro, rancho, indígenas, coyote, mujer bonita, poncho, Pancho, violencia.

hablan de apego/alteridad tienen muy poca representación dentro de la muestra (menos de 1%).

Algo parecido sucede con la categoría “consciencia de los estereotipos hacia el exogrupo”, representada sólo por 0.4% de las referencias discursivas. Esta categoría consta de una meta-reflexión, en cuyo marco el sujeto evaluador se hace autocrítica al reconocer que no dispone de una información auténtica sobre el exogrupo. Esto se observa en las reflexiones como: “sé que las películas influyeron sobre mi percepción”; “y luego lo clásico: sombrero, cactus, indígenas”; “simplemente sombrero es lo de siempre”; “el típico paisaje con los cactus”. Son posturas “sanas” en el sentido de que combaten los estereotipos reconociendo la falta de información adecuada. Sin embargo, esta categoría de ningún modo determina el discurso checo.

### *Nivel de consenso*

El discurso estudiado se caracteriza por ser mayormente neutral y en ocasiones abiertamente positivo (“generalmente relaciono México con el calor, sol y un ambiente ameno”). En cambio, los comentarios claramente negativos son escasos (“la desigualdad entre los pobres y los ricos, pocas clases medias, barrios pobres, negocio ilegal con los órganos humanos”). Es bastante probable que la predominancia de sensaciones neutrales no se debe a la autocensura, por ejemplo, la preocupación por un lenguaje políticamente correcto, dado que los informantes mencionan, con una sinceridad notable, todo lo negativo que a su opinión define México. Sin embargo, tampoco destacan demasiado lo desagradable, más bien optan por mezclar los diferentes elementos positivos, negativos y neutrales (“tequila, sombrero, frontera cerrada entre México y los EE.UU., disturbios, desorden, pequeña guitarra, mercado negro, comida picosa”). En este sentido, el nivel de consenso dentro del discurso analizado es más bien bajo porque no predominan visiones homogéneas ni positivas, ni negativas.

Sin embargo, aunque los universitarios checos utilizan referentes mixtos (positivos, negativos, neutrales), lo hacen de manera descontextualizada, es decir, con bajos niveles de profundidad perceptual. En este rubro resulta importante la categoría denominada “ambigüedades”, que agrupa los comentarios que expresan

los contrastes y contradicciones percibidos dentro de la realidad mexicana, con lo que los informantes relativizan y evitan una visión blanca y negra. Sin embargo, su relevancia dentro del discurso analizado es muy baja (0.4%). Se citan dos ejemplos ilustrativos: “Según las fotos, la playa más bonita del mundo, pero al mismo tiempo contaminación y pobreza, peligro y enfermedades”. “Hay lugares con puras residencias ricas y lugares con barrios pobres, una gran discrepancia en el nivel de vida de la población”.

### *Alcance diacrónico*

Los universitarios checos se imaginan México de una manera casi exclusivamente sincrónica. Es decir, se atribuye poca importancia a los acontecimientos pasados y en el casi 90% de las respuestas predominan referentes relacionados con la realidad actual de México. Únicamente en 10% se detectó una mirada mixta que conecta el pasado con el presente y hubo un solo caso de una mirada plenamente diacrónica que constaba exclusivamente de los referentes históricos (“Tenochtitlán y las pirámides”).

Aunado a esto, los pocos informantes que mencionaron algún aspecto diacrónico relacionaron la trayectoria histórica de México con el periodo precolombino (los aztecas y los mayas) y con los vestigios arqueológicos de estas civilizaciones, mientras que parece imperar una significativa ignorancia acerca de los periodos colonial e independiente, con la excepción de las referencias aisladas de algunos personajes internacionalmente conocidos (Maximiliano de Austria o Benito Juárez). Respecto a la historia más reciente, llaman la atención dos comentarios que conectan los acontecimientos mexicanos con los checoslovacos: los juegos olímpicos en la Ciudad de México en 1968, el mismo año en que transcurrió la ocupación rusa de Checoslovaquia, y la participación destacable de la gimnasta checa Věra Čáslavská en ellos. De todos modos, el carácter marginal de tales menciones evidencia que las relaciones históricas entre México y la República Checa no han moldeado el discurso de los universitarios checos y no se han proyectado en el estereotipo actual.

**Figura 2.** Momentos cotidianos de re(producción) de los estereotipos en el ambiente turístico internacional. Retrato de una mujer indígena vestida con huipil cargando un bebé en la Guelaguetza 2012, Oaxaca



Fuente: acervo personal de la autora.

**Figura 3.** Momentos cotidianos de re(producción) de los estereotipos en el ambiente turístico internacional. Retrato de una de las participantes vestida en traje típico en el desfile en la Guelaguetza 2012, Oaxaca



Fuente: acervo personal de la autora.

LOS CHECOS INTERPRETAN MÉXICO: LA INFLUENCIA DE LA EXPERIENCIA PERSONAL EN LA EROSIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS

En los discursos de los universitarios checos con y sin experiencia personal con México saltan a la vista varias diferencias básicas. Para empezar, los checos que desconocen México manejan siete categorías discursivas “extras” que no aparecen en el discurso de sus compatriotas que sí habían visitado el país. Son precisamente estas categorías adicionales que representan los principales componentes del estereotipo sobre México: delincuencia, elementos de la vestimenta, clima, nociones geográficas, popcultura, elementos léxicos aislados y aspecto físico de los mexicanos. En cambio, tanto las categorías como los referentes concretos presentes en el discurso de los checos que pasaron algún tiempo en México, se caracterizan por ser más abstractos, como se aprecia en las siguientes tablas.

Tabla 3. Representación porcentual de las categorías discursivas según el tipo de información disponible sobre México

<i>Categorías discursivas</i>	<i>Experiencia personal</i>	<i>Información indirecta</i>	<i>Diferencia</i>
Categorías exclusivas de un tipo de discurso			
Delincuencia	-	7.7%	-
Elementos de la vestimenta	-	17.3%	-
Clima	-	4.3%	-
Nociones de la geografía	-	6.0%	-
Popcultura	-	1.5%	-
Elementos léxicos aislados	-	0.3%	-
Aspecto físico de los mexicanos	-	2.2%	-
Categorías de importancia desigual en ambos discursos			
Gastronomía	8.5%	30.1%	21.6
Estado de ánimo en el país	20.7%	2.6%	18.1
Tradiciones	18.2%	6.8%	11.4
Sensación de apego hacia el exogrupo	11.5%	0.9%	10.6
Ambigüedades	10.9%	0.4%	10.5

Continúa...

Categorías de importancia semejante en ambos discursos			
Situación social del país	9.7%	4.8%	4.9
Sensación de alteridad hacia el exogrupo	4.8%	0.4%	4.4
Paisaje/naturaleza	6.7%	11.0%	4.3
Pasado y presente	4.8%	3.0%	1.8
Conciencia de los estereotipos sobre el exogrupo	1.8%	0.4%	1.4
Personajes emblemáticos	1.8%	1.0%	0.8

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 4. Discurso de los universitarios checos familiarizados personalmente con México**

<i>Características del discurso de los checos con experiencia de contacto</i>			
Categoría	Referente(s) prevaiente(s)	Menciones	%
Estado de ánimo en el país	Gente amable, colores	34	20.7
Tradiciones	Día de Muertos, tradiciones en general	30	18.2
Sensación de apego hacia el exogrupo	Comida, Día de Muertos	19	11.5
Ambigüedades	Modernidad, tradición comercializada	18	10.9
Situación social del país	Pobreza, productos hechos a mano	16	9.7
Gastronomía	Cocina nacional	14	8.5
Paisaje	Naturaleza	11	6.7
Sensación de alteridad		8	4.8
Pasado y presente	Lo precolombino	8	4.8
Personajes emblemáticos		3	1.8
Conciencia de los estereotipos sobre el exogrupo		3	1.8
		164	100

Fuente: elaboración propia.

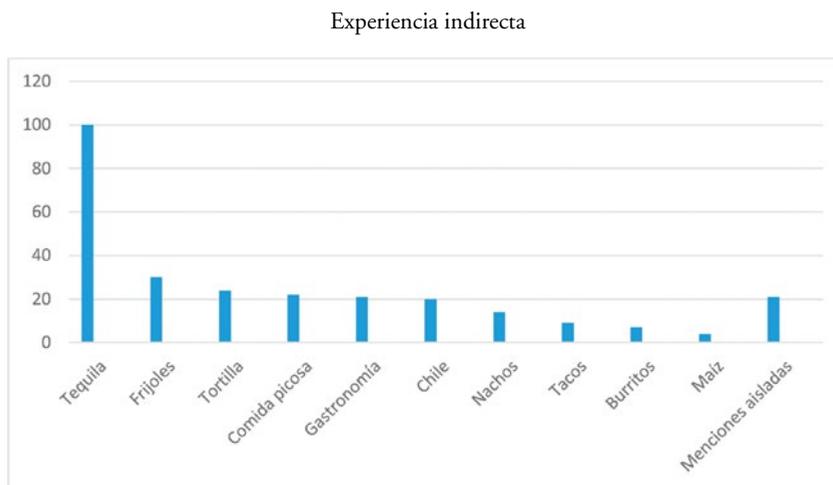
La mayor discrepancia entre ambos discursos se nota en los referentes que fueron usados por una muestra y no por la otra. También resulta interesante analizar cuáles categorías presentes en ambos discursos son más o menos preferidas. Se trata de los rubros “estado de ánimo en el país”, “tradiciones”, “sensación de apego hacia el exogrupo” y “ambigüedades”, preferidos por los checos con experiencia de contacto,

y por la “gastronomía”, priorizada por los checos que desconocen México. La apropiación discursiva de estas categorías refleja ante todo los diferentes niveles de profundidad perceptual.

#### PROFUNDIDAD PERCEPTUAL

Vamos a ilustrar lo anterior en una serie de comparaciones, empezando por el manejo discursivo de los referentes gastronómicos. Las nociones de la gastronomía nacional son las que más dividen, en el sentido cuantitativo, a las dos muestras: los primeros enumeran alimentos supuestamente típicos, los segundos emiten mensajes donde el referente gastronómico no tiene importancia por sí mismo, sino como parte integral de una experiencia vivencial más amplia. La síntesis se encuentra en la tabla 5.

Tabla 5. Categoría “gastronomía mexicana”: profundidad perceptual según la experiencia de contacto. Las cifras corresponden al número de menciones de cada referente



<i>Experiencia personal</i>	
<i>Mensaje</i>	<i>Cita ilustrativa</i>
Herencia precolombina	“Chapulines: para la mayoría de la población mundial son animalitos exóticos, pero para la cocina mexicana son muy importantes, ya que es un platillo prehispánico”.

Continúa...

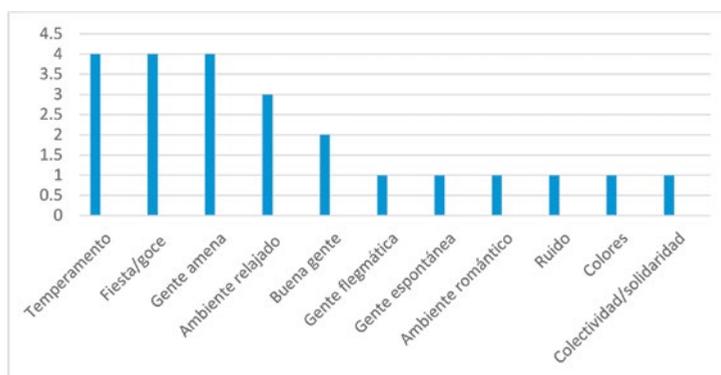
Importancia cultural del maíz	“La cocina tradicional mexicana se basa en el maíz y éste se ve por todas partes”.
Elemento inherente del “paisaje” mexicano	“Puestitos con comida en las calles de cada ciudad y pueblo. Siempre hay oportunidad de comer unos tacos, enchiladas y otras cosas. También se ofrecen numerosos antojitos, en este caso papas con la salsa Valentina, la que a menudo causa gastritis”.
Influencia sobre las costumbres gastronómicas personales	“A fuerza tengo que mencionar el chile, desde que visité México, mis comidas se han hecho más picositas”.
Carga emocional dentro de la narrativa personal	“Mi cocina regional favorita es la oaxaqueña. Con mi hija comemos chapulines con guacamole, saben un poco como cacahuates picosos, así que ni te parece que es un insecto. Nos hacemos un taco de chapulín y sabe genial”.

Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, en las dos muestras se atribuye importancia muy diferenciada al estado de ánimo en el país. Esta categoría se mantiene entre las últimas en el discurso de los checos sin experiencia con México y, en cambio, es elevada a la primera y más importante entre sus compatriotas de la segunda muestra. Éstos comparten sensaciones de tinte testimonial y narrativo, con abundantes referencias a los colores, a menudo metafóricamente para referirse al ambiente general o para resaltar contrastes y ambigüedades, asimismo a la religiosidad y el patriotismo (véase la tabla 6).

Tabla 6. Categoría “estado de ánimo en el país”: profundidad perceptual según la experiencia de contacto. Las cifras corresponden al número de menciones de cada referente

Experiencia indirecta



Continúa...

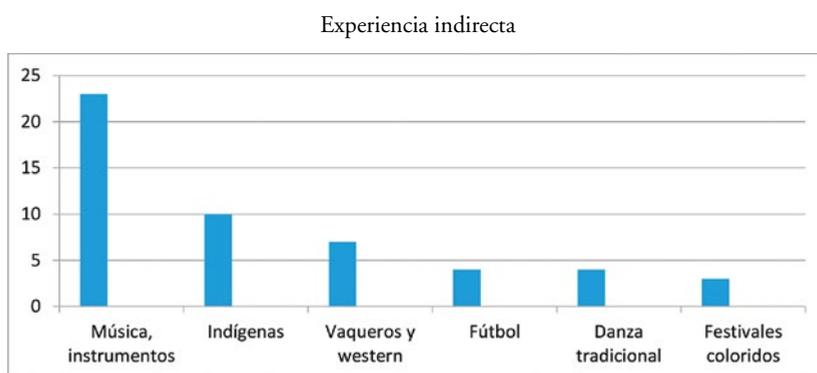
<i>Experiencia personal</i>	
<i>Mensaje</i>	<i>Cita ilustrativa</i>
Acogida-ambiente ameno	“Para mí, México es el símbolo de colores y sabores. Me encantó... sobre todo la cultura y la acogida amistosa de la gente”.
	“La gente fue la que dejó las huellas más grandes en mí: su acogida, actitud relajada, fuerza de los lazos familiares”.
	“México cariñoso y acogedor”.
	“Me encantó la naturaleza... pero sobre todo la cultura y la acogida amistosa de la gente”.
	“Unas señoras indígenas nos invitaron a su casa, caminamos por la selva casi dos horas para llegar allí”.
Fiesta-ambiente ameno	“México es un país hermoso, lleno de gente alegre, de colores, de sol”.
	“Los festejos en México se hacen a lo grande, nunca falta la música, generalmente en vivo, el baile...”
Colores-alegría	“Me gustan mucho los colores alegres mexicanos, aquí se ven los globos, una cantidad enorme de globos, que se venden a los niños en los parques”.
	“Hermosos colores de todo lo mexicano... la vida es alegre”.
Colores-ambigüedad	“Colores. Melancolía”.
	“La alegría en la superficie versus la tristeza por dentro”.
	“He vivido México como un entrelazamiento curioso... de la reverencia ante la vida que se plasma en la alegría del convivio y festejo, aunque el festejado sea el muerto: una existencia cíclica entre la grisura que pesa y el color que ríe”.
Tradición-modernidad-religiosidad	“Caminando por la calle vi la meditación (¿será?) de algún grupo religioso: esta foto demuestra la coexistencia de la modernidad y la religión que ya no necesariamente tiene que ser la católica”.
Religiosidad-colectividad	“La Virgen de Guadalupe está por todas partes, en taxis, camiones, hogares... a nadie se le presiona para que la coloque, se me hace que es el principal eslabón que une a los mexicanos, sean católicos practicantes, protestantes o simplemente creyentes”.
Religiosidad-autoridad	“La devoción religiosa que se traduce en una casi devoción a la autoridad”.
Patriotismo-colectividad	“Donde se encuentra la bandera tricolor, allí está la población orgullosa de su nacionalidad: ¡viva México, cabrones!”
	“Algo muy mexicano: las Fiestas Patrias en Taxco donde un chavito venía disfrazado de mariachi”.

Fuente: elaboración propia.

De manera análoga, los niveles de la profundidad perceptual se manifiestan también en la categoría de las prácticas tradicionales mexicanas. Los checos que visitaron México se orientan bastante bien en ellas y en muchos casos declaran un cariño especial por algunas, sobre todo el Día de Muertos. Expresan las emociones que les causaron las experiencias vividas: baile en las fiestas, música en vivo, noches de ronda, artesanía, festejo de la Navidad, piñatas, sanitarios con azulejos tradicionales y puertas tipo “saloon”, mercado, caras pintadas de los niños o las reuniones junto al Ángel de la Independencia en la Ciudad de México. En cambio, los checos que nunca visitaron México, aunque también ellos mencionan bastante las tradiciones mexicanas, resaltan los aspectos exteriores de dichas prácticas, como son precisamente los componentes de la vestimenta tradicional, desligada de la vida cotidiana. Ésta es casi totalmente ignorada por sus compatriotas que conocieron México personalmente; fue mencionada sólo dos veces y sin acudir a estereotipos.

Hablar de las tradiciones ajenas al país propio motiva a los checos que conocieron México a formular sensaciones tanto de alteridad como de apego respecto a la cultura mexicana (véase la tabla 7).

**Tabla 7. Categoría “tradiciones mexicanas” en relación con la sensación de apego/alteridad: profundidad perceptual según la experiencia de contacto. Las cifras corresponden al número de menciones de cada referente**



**Sensación de alteridad:** exotismo, diferencias respecto a Europa/Chequia, español “raro”.

**Sensación de apego:** gusto por la cocina mexicana, vestimenta tradicional, música mariachi, amistades mexicanas.

Continúa...

<i>Experiencia personal</i>	
<i>Mensaje</i>	<i>Cita ilustrativa</i>
Expresión de apego hacia el exogrupo	“Escuchar el español de México de cierto modo me alegra el corazón”.
	“México, que a uno se le graba para siempre”.
Expresión de apego hacia el exogrupo a través de las tradiciones	“La convivencia con las almas penetra el ritmo cotidiano y el respeto a la muerte gana el miedo de una forma casi cómica. Adoro esas fechas” (Marcela).
	“México desde el punto de vista checo y las emociones que provocó: hermosos colores de todo lo mexicano: tradiciones vivas, historia que atrae, comida sabrosa a la primera vista, vida alegre”.
	“Tanto a mi hija Alma como a mí nos encantan las costumbres mexicanas”.
Expresión de la integración en el exogrupo	“En México encontré buenos amigos que me quieren, ¡y yo a ellos también!”
Expresión de alteridad respecto al exogrupo	“Mi sensación principal es que entre los mexicanos me siento muy visible por mi aspecto físico: demasiado alta y blanca”.
Expresiones de la relación nosotros-ellos a través de las tradiciones	“Los productos hechos a mano están y se venden por todos lados, en contraste con Europa, donde la venta se concentra casi totalmente en los supermercados”.
	“En México, la gente es creyente y honra a sus muertos”.
	“En cuanto a las catrinas, siempre recuerdo esa diferencia de percibir la muerte entre nosotros los europeos y los mexicanos”.
	“Todas las fotos que sacamos en México tienen un significado para mí. Las tomaba de manera discreta para que la gente no se diera cuenta y no se molestara, por ejemplo en Chamula, donde la gente piensa que sacar fotos quita el alma y yo lo respetaba”.
	“Me importa la vida cotidiana de la gente mexicana tal como se ve en las calles. Cuando saco fotos, me interesa sobre todo la experiencia emocional subjetiva, destacar momentos interesantes... a través de una actitud humilde hacia la realidad documentada: no molestar a nadie, no estilizar las escenas, captar a las personas como si fuera una de ellas”.

Fuente: elaboración propia.

Para los checos que conocieron México, la línea entre la sensación de alteridad y pertenencia es borrosa, en otras palabras, la distancia entre el endo y exogrupo puede servir para resaltar simpatías: “A fuerza tengo que mencionar el chile, desde que visité México, mis comidas se han hecho más picositas”.

Además de las categorías recién analizadas, el discurso de los checos con experiencia se caracteriza por lo siguiente. Primero, se atribuye una significativa importancia al paisaje que no se limita a la enumeración de referentes geográficos o climáticos, sino que se incluye en las experiencias estéticas subjetivas (“naturaleza que me dejó boquiabierta”), narrativas personales (“ayudamos un poco en el tortugario y pudimos soltar unas tortugas bebés en el océano”) y observaciones sobre el paisaje urbano (“bosque de piñatas, vistas enmarcadas con alambres”; “como dicen los mexicanos: donde come uno, comen dos, y yo diría: donde hay un poste de luz, hay cien cables”). Segundo, hay relativamente baja ocurrencia de los referentes relacionados con la violencia y delincuencia, que se mencionan de manera contextualizada:

Viajando a Oaxaca, un grupo de campesinos bloqueó la carretera con un camión demandando la investigación del asesinato de uno de sus compañeros. Desconozco si el asunto tuvo algún trasfondo político... Para mí, México es también un lugar de una lucha política por la justicia.

La violencia, la que representa uno de los componentes centrales del estereotipo checo sobre México y se alimenta de la imagen mediática negativa, pierde su severidad en la percepción de los checos familiarizados con México para quienes, obviamente sin negarla, no es la sensación principal al evaluar el país. Estos checos se percatan más en otros aspectos inherentes de la sociedad mexicana, como las diferencias sociales (“la escasez del presente que se perpetúa en medio de la riqueza, de la modernidad que avanza sin detenerse a reflexionar”). Algunos comentan acerca de las estrategias locales para combatir la escasez económica:

La gente ganándose la vida de cualquier forma posible: bailando en los cruces, vendiendo chicles, gelatinas o chocolates en camiones o en las calles. No se ve mucho a gente pidiendo limosna.

La vida cotidiana es muy difícil en algunas partes de México. A pesar de la situación, la gente sigue haciendo artesanías coloridas, las cuales venden en las ciudades y pueblos para poder sobrevivir.

Otros entrevistados expresan sus vocaciones altruistas:

Mi experiencia con México es sobre todo por IPODERAC, una institución que se esfuerza por integrar a la sociedad a los niños mexicanos socialmente excluidos, inculcándoles hábitos laborales, de estudio y de higiene para que puedan llevar una vida independiente. Mi papel fue el de acompañar a estos niños durante las actividades cotidianas.

Ser artesano debe ser un trabajo agotador. Siempre despierta en mí el deseo de comprar algo y así aportarle al artesano.

Entre las observaciones sobre los demás aspectos del funcionamiento del país se encuentran comentarios acerca del sistema de salud o el interés por los modos de producción tradicionales, específicamente la organización familiar de los negocios y la fabricación y uso cotidiano de las artesanías:

Farmacias que no venden medicamentos de patente sino los similares que son menos costosos. El sistema de salud en México es un negocio y mucha gente no alcanza un servicio médico de buena calidad ni los medicamentos y por eso el papel de estas farmacias es muy importante.

La pobreza, a veces muy grave, que se observa en las calles... Son muy típicos los pequeños negocios familiares y los productos hechos a mano.

Los productos hechos a mano están y se venden por todos lados, en contraste con Europa donde la venta se concentra casi totalmente en los supermercados.

Por último, existe cierta metarreflexión sobre la naturaleza desconcertante de los estereotipos:

Para mí, los voladores son una tradición mexicana y me hacen pensar, por un lado, en la historia y las tradiciones, y por otro, en la imagen que de estas cosas se hacen los turistas para quienes ya es sólo relax y diversión, algo como el sombrero típico o el nopal.

Es un estereotipo tremendo, pero creo que de todos modos, el nopal es un elemento muy mexicano y cada checo identificará el país precisamente según los cactus.

### *Nivel de consenso*

El discurso de los checos con experiencia de contacto presenta el nivel del consenso más bien bajo: dos terceras partes de este discurso son neutrales, es decir, de carácter testimonial donde aparecen observaciones emocionalmente equilibradas (“lo siguiente se imprimió en mi memoria”). De los 23 entrevistados, 10 señalaron las ambigüedades percibidas en la realidad mexicana, en contraste con los checos no familiarizados con México entre quienes este tipo de reflexiones es marginal (4 de 170).

A través de la categoría “ambigüedades” se manifiestan ideas sobre un México heterogéneo (“inmensa diversidad en todos los sentidos”; “de toques surrealistas al extremo”), sincrético o simbiótico entre lo indígena y lo europeo (“para mí, este entrelazamiento de ambos mundos es México”) o basado en contrastes, siendo el contraste más visible la desigualdad social ligada a las ideas sobre la relación entre la modernidad y la tradición y la cara comercializada de la última (“Lástima que las representaciones de la Virgen de Guadalupe se fabriquen en China;” “México: ¿payaso para los turistas y calaca para su propia gente?”). La tercera parte restante del discurso consiste en respuestas claramente positivas en las que abundan adjetivos como “maravilloso”, “fantástico” o “hermoso”. Este tipo de respuestas presentan alto consenso interno. La frecuencia de las respuestas positivas es más alta que entre los checos que no conocen México, donde la actitud prevaleciente es la neutral.

### *Alcance diacrónico*

Aunque las menciones del pasado no son constitutivas del discurso de los checos que conocieron México, ocasionalmente dan cuenta de una conciencia sobre los complejos procesos históricos que formaron el México de hoy. Se explica que la herencia precolombina e indígena, trasladada a los tiempos actuales a través de un largo proceso de sincretismo y mezcla, generó una inmensa diversidad (“un entrelazamiento curioso de la grandeza del pasado al mismo tiempo elogiado y olvidado... las

abrumadoras distancias espaciales que tanto separan como unen siglos enteros”). Se hacen alusiones también al periodo colonial, por ejemplo, al mencionar la iglesia de Acatepec, Puebla, una representación famosa del llamado barroco indígena, o al ubicar el origen de ciertas tradiciones mexicanas en el pasado: “[El Día de Muertos] es la mezcla de las tradiciones cristianas con los cultos religiosos de las culturas precolombinas”, “[El mariachi] es una tradición de la época de la colonización española... quién sabe dónde se originó, pero es una tradición alegre”.

La historia más reciente se refleja casi exclusivamente en las menciones de los personajes emblemáticos, como es Frida Kahlo (“Frida everywhere”. “Visitando a Frida Kahlo en su casa”) y Diego Rivera (“Los murales de Diego Rivera los vi hace cuatro años en el Palacio Nacional y recordé que había visto un documental corto sobre él y sus pinturas hacia finales de los años 60. Me tuvo que haber impactado porque en aquel entonces tenía como 12 años y no sabía casi nada sobre el México moderno”).

## REFLEXIONES FINALES

El análisis de la influencia que ejerce el contacto directo con el exogrupo sobre la experiencia intercultural reveló, en los sujetos entrevistados, una transición desde el estereotipo socialmente compartido hacia la narrativa subjetiva. La siguiente tabla demuestra cómo se manifiesta lo anterior mediante los tres ejes de análisis:

**Tabla 8. Balance entre el discurso estereotipado y el basado en la experiencia de contacto**

<i>Eje de análisis</i>	<i>Discurso estereotipado</i>	<i>Discurso basado en experiencia de contacto</i>
Profundidad perceptual	Baja (fragmentaria)	Alta (relacional)
Nivel de consenso	Bajo (neutral)	Medio (entre neutral y positivo)
Alcance diacrónico	Bajo (visión sincrónica)	Medio (consideraciones diacrónicas)

Fuente: elaboración propia.

Lo anterior evidencia el papel clave que desempeña la experiencia personal en el proceso de erosión de los estereotipos a través de los procesos de abstracción,

complejización y apropiación de los datos sobre un grupo cultural ajeno. En las narrativas personales, las categorías discursivas no pueden separarse fácilmente una de la otra, tal como lo permite el discurso estereotipado. Las categorías se traslapan, creando una imagen basada en el enlazamiento de múltiples mensajes, sin evitar evaluaciones ambiguas y con mayor conciencia sobre los procesos históricos que produjeron el presente. En el contexto concreto de las relaciones checo-mexicanas, el contacto favorece evaluaciones equilibradas o hasta claramente positivas, libres del exotismo neutral que define el estereotipo. Estas conclusiones son relevantes en dos sentidos: 1) el teórico: para entender el comportamiento de los estereotipos nacionales al ser confrontados con la realidad del exogrupo, en circunstancias libres de antecedentes interétnicos negativos, 2) el aplicado: para poder diseñar estrategias interculturales a fin de elevar la calidad de la información disponible sobre México en la República Checa.

## REFERENCIAS

- Azócar Avendaño, A. (1998). "Estereotipos mapuches en el discurso visual". En *Lengua y literatura mapuche*, núm. 8, 191-202.
- Bar-Tal, D. (1994). "Formación y cambios de los estereotipos étnicos y nacionales. Un modelo integrado". En *Psicología Política*, núm. 9, 21-49.
- Borgerson, J. y Schroeder, J. (2002). Ethical issues of global marketing: avoiding bad faith in visual representation. *European Journal of Marketing*, No. 36, 5/6, pp. 570-594.
- Corona Berkin, S. (2011): *Postales de la diferencia. La ciudad vista por fotógrafos wixáritari*. Dirección General de Culturas Populares, México: Ciudad de México.
- CSÚ (2015a): *Cizinci podle kategorií pobytu, pohlaví a občanství k 31. 12. 2014*. Recuperado de: <https://www.czso.cz/csu/cizinci/cizinci-s-pobytem-nad-12-mesicu>
- CSÚ (2015b): *Cizinci s pobytem nad 12 měsíci podle státního občanství v letech 2008 - 2015 (k 31. 12.)*. Recuperado de: [https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz\\_pocet\\_cizincu#cr](https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz_pocet_cizincu#cr)
- CSÚ (2016): *Cizinci v CR podle státního občanství 1994-2015 (31. 12.)*. Recuperado de: [https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz\\_pocet\\_cizincu#cr](https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz_pocet_cizincu#cr)
- García Santiago, Á. y Zubieta Irún, J. C. (2006). *Los estereotipos nacionales de las poblaciones de los países del MERCOSUR y España*. España: Universidad de Cantabria.

- Grim, P.; Selinger, E.; Braynen W.; Rosenberger, R.; Au, R.; Louie, N. y Connolly, J. (2005). Reducing Prejudice: A Spatialized Game-Theoretic Model for the Contact Hypothesis. *Public Affairs Quarterly*, Vol. 19, N° 2, 95-125.
- Grondin, G. (2015). “Acercamiento a una conceptualización del shift identitario a partir del discurso de migrantes de privilegio en México”. En *Synergies Mexique*, núm. 5, 85-98.
- Grondin, G. y Velázquez Vilchis, V. (2015). Análisis de procesos de construcción identitaria en historias de vida. En *Estudios de Lingüística Aplicada*, año 33, núm. 61, 105-138.
- Henry, P. J. y Hardin, C. (2006). The Contact Hypothesis revisited. Status bias in the reduction of implicit prejudice in the United States and Lebanon. *Psychological Science*, Vol. 17, N° 10, 862-868.
- Merskin, D. (2010): The S-Word: Discourse, stereotypes, and the American Indian woman. *The Howard Journal of Communications*, N° 21, 345-366.
- Odbor statistiky obyvatelstva (2014). Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu (2014). Praga. Recuperado de: <https://www.czso.cz/documents/10180/20536250/17023214.pdf/7545a15a-8565-458b-b4e3-e8bf43255b12?version=1.1>
- Opatrný, J. (2011). *Las relaciones checo-mexicanas*. Praga: Universidad Carolina/Editorial Karolinum.
- Pantoja Chaves, A. (2007). “La imagen como escritura. El discurso visual para la historia”. En *Norba. Revista de Historia*, Vol. 20, 185-208.
- Pérez Montfort, R. (2004). “Down Mexico Way. Estereotipos y turismo norteamericano en el México de 1922”. Hans Joachim König y Stefan Rinke (Eds.), *Northamericanization of Latin America? Culture, Gender, and Nation in the Americas*, Verlag Hanas-Dieter Heinz, Stuttgart, 2004.
- Pettigrew, T. y Meertens, R. W. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, Vol. 25, N° 1, 57-75.
- Pettigrew, T. y Tropp, L. (2006). A Meta-Analytic Test of Intergroup Contact Theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 90, N° 5, 751-783.
- Rey Arévalo, F. (2014). La “conexión mexicana” en la Ruta de la Efedrina. Prejuicios racistas y estereotipos acerca de los mexicanos en Argentina en el discurso de Clarín. Ponencia presentada en VIII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata, Ensenada, de 3 a 5 de diciembre de 2014.
- Rodríguez, M. S., Sabucedo, J. M. y Arce, C. (1991). “Estereotipos regionales y nacionales: del conocimiento individual a la sociedad pensante”. En *Aprendizaje, Revista de Psicología Social*, núm. 6, Vol. 1, 7-21.

- Sayago, S. (2014). "El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales". En *Cinta Moebio*, núm. 49, 1-10.
- Van Dijk, T. (1984). *Prejudice in discourse. An analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation*. John Benjamins Publishing Company.
- Wodak, R. y Mitten, R. (1993): On the discourse of racism and prejudice. *Folia Lingüística*, Vol. 27, N° 3-4, 191-216.
- Wright, S., Aron, A., McLaughlin, T. y Tropp, S. (1997). The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 73. N° 1, 73-90.



*La imagen estereotipada de México.  
Perspectivas internas y externas de*

Zuzana Erdősová, se publicó en  
diciembre de 2018. Corrección  
de estilo: Yuritza Mendoza.  
Formación y diseño de portada:  
Mayra Flores Mercado.

*Editor responsable:*

HEBER QUIJANO

## La imagen estereotipada de México. Perspectivas internas y externas

Cómo ha sido captada e interpretada la realidad mexicana en distintos ámbitos, periodos, zonas geográficas, y desde diversas disciplinas sociales, humanísticas y artísticas, así como sus problemática es el punto de confluencia de un grupo de académicos mexicanos y extranjeros en *La imagen estereotipada de México. Perspectivas internas y externas*. Dicha imagen ha sido analizada desde la aproximación social y cognitiva hacia el fenómeno del estereotipo, así como en relación con las cuestiones identitarias del mexicano (autoimagen), a través de temas como migración, etnicidad, identidad regional, áreas profesionales y novela gráfica. Resaltan, como contraste y espejo, dos miradas ilustrativas provenientes del exterior: una clásica obra literaria chilena y otra propuesta por profesionistas de un país europeo. Como un todo, el libro aspira a ponerle espejo al lector mexicano, asimismo, a facilitar la orientación en las percepciones de la realidad mexicana a uno extranjero.

*Zuzana Erdosová* es doctora con Mención Honorífica en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) y doctora en Lenguas Romances por la Universidad de Palacký en la República Checa. Es profesora investigadora de Tiempo Completo en el Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades (CICSYH) de la UAEM, líder del Cuerpo Académico “Sociedades y Culturas de América Latina” y candidata a Investigadora Nacional (SNI), perfil PRODEP, ponente nacional e internacional, así como directora de proyectos de investigación. Ha recibido la presea Ignacio Manuel Altamirano y ganadora de la XIV edición del Premio Iberoamericano (República Checa). Es autora y coautora de varias publicaciones científicas sobre interculturalidad, educación y lenguaje en América Latina; y se ha desempeñado como traductora, intérprete y promotora de la cooperación académica y cultural entre México y la República Checa.