

Representación social de *México* y *el mexicano*; ejercicio comparativo a través de un análisis prototípico y categorial de vergés en jóvenes mexiquenses

Recibido:04-03-2021

Revisado:10-03-2021

Aprobado:19-04-2021

DOI: 10.32870/cl.v2i25.7870

Daniel Carvajal Álvarez*

Resumen

Partiendo de los estudios sobre la identidad nacional desde diversos campos, como la Antropología, Historia y Sociología, en el presente trabajo se busca explorar la representación social tanto de *México* como de *mexicano* para, posteriormente, realizar una contrastación entre la forma en que los jóvenes mexiquenses refieren dichos fenómenos, considerando que, a partir de la globalización, la idea de una cultura mexicana homogénea no es viable, a raíz de las múltiples condiciones sociales ante las cuales pueden vivir los diferentes grupos delimitados política y geográficamente dentro de una nación. Se encontraron diferentes palabras con las cuales los jóvenes mexiquenses que participaron en el estudio significan tanto *México* como *mexicano*, mostrando diferencias significativas en cuanto a niveles de frecuencia e importancia; sin embargo, se encontraron reiteraciones y palabras que se repiten, mostrando que la forma de pensar dichos fenómenos es heterogénea y se encuentra atravesada por cuestiones culturales.

Palabras clave: México, mexicano, cultura, identidad, nación

Social representation of Mexico and the Mexican; comparative exercise through a prototypical and categorical analysis of vergés in young Mexicans

Abstract

According to studies on national identity from various fields, such as anthropology, history, and sociology, the present work seeks to explore the social representation of both *Mexico* and *Mexican* in order to subsequently make a contrast between the way in which young Mexican people refer to these phenomena, considering that, since globalization, the idea of a homogeneous Mexican culture is not viable, due to the multiple social conditions faced by the different politically and geographically delimited groups within a nation. Different words were found with which the young Mexicans who participated in the study mean both *Mexico* and *Mexican*, showing significant differences in terms of frequency and importance levels; nonetheless, reiterations and words that are repeated were found, showing that the way of thinking of these phenomena is heterogeneous and is crossed by cultural issues.

Key words: Mexico; Mexican; culture; identity; nation

*Psicólogo egresado de la Facultad de Psicología de la UNAM; maestrante en Psicología Social por la UAM Iztapalapa. Autor de un par de libros e interesado en el estudio de la Psicología Colectiva, Historia y Estética. Con 5 años de trayectoria docente, gusta de la divulgación del conocimiento. Columnista para Horizonte Independiente (Colombia). Apasionado por la Filosofía. Contacto: danceralv@gmail.com. ORCID:0000-0002-3506-509

La identidad de los grupos tiene un origen a la vez simbólico y afectivo (Juárez, 2010; 02) que no necesariamente surge a partir de una historia oficial y que, en ocasiones, puede contravenir a ésta. En el caso de México, existen tres momentos cruciales para la formación de su identidad, a saber, a) el momento histórico previo a la instauración de la República, b) aquel marcado por el pensamiento liberal y c) el proyecto de nación que surge a raíz de la Revolución mexicana (Rebolledo, 2017; 48). Sin embargo, estos momentos se enmarcan en la historia oficial de México, homogeneizándola, como si todos fuesen parte de ella por igual. No obstante, la puesta en tela de juicio de ésta historia permite, a su vez, identificar actores que en algún momento fueron relegados a un segundo plano y cuyas experiencias son diferentes a las del mexicano urbano. Por mencionar un ejemplo, existe el caso de los indígenas que, obligados a migrar a las ciudades a raíz de la globalización no han sido sino víctimas de un proceso de exclusión y marginación (Horbath, 2018; 169).

Considerando el concepto de *ciudadanía* como una construcción social que se va adecuando a las estructuras sociales y que es parte de condicionamientos políticos, económicos y sociales de un periodo histórico determinado (Padilla, 2017; 85) es posible hablar, según los periodos históricos presentados en el párrafo anterior, de, al menos, tres formas de conceptualizar la ciudadanía. A partir del tercer momento planteado, el México postrevolucionario, el arquetipo de lo mexicano “fue protagonizado por el mestizaje racial, pero sobre todo cultural” (Velázquez; 2017; 02). Se construiría un proyecto político cuyo fin último consistiría en la homogeneización del mexicano en donde la educación jugaría un papel fundamental así como los símbolos patrios, como el himno nacional, cuya finalidad, desde el gobierno de Santa Anna, era la de representar a *los mexicanos* en su totalidad (Castillo, 2017; 43), pese a las diferencias que puedan existir entre éstos.

Hoy en día, sin embargo, se presentan condiciones sociales que han sido afectadas por la globalización, en donde la cultura, entendida como un “conjunto complejo de mitos, símbolos y lenguajes que le dan sentido a la vida humana en múltiples contextos” (Béjar, en Correa, 2017; 35) vista solo como una abstracción y que, en términos simbólicos, lo que existen son culturas (ídem; énfasis propio), en plural. Es por ello que no existe la cultura mexicana, sino como mera abstracción, en tanto México es un país con múltiples culturas y, por tanto, diferentes realidades. Recuperando el ejemplo de los indígenas, en “la sociedad mexicana [que] se reconoce mayormente por su

carácter de mestiza [...] las poblaciones indígenas son reconocidas como un grupo minoritario que aún sobrevive en medio de un mundo moderno” (Miranda, 2017; 54).

De ahí que el México que vive el mestizo urbano sea diferente al del indígena. Junto a este, cada minoría vive una realidad diferente. Así, Rosario Castellanos habla de la sociedad es masculina (2005), lo que implica es que las condiciones de vida de hombres y mujeres son diferentes. De igual forma, mientras México puede ser un símbolo de opresión para algunas minorías, para otras, puede significar “la transformación de una gente esclavizada de cautivos en seres libres y voluntariosos con enlaces a una comunidad” (Lewis, 2020; 77).

De tal suerte que hay tantas formas de pensar la cultura como grupos posibles. A partir de dos aproximaciones para ella, a saber, la propia nación y la identidad nacional, se desprenden dos conceptualizaciones posibles: *México y mexicano*.

Son diversos los enfoques y teóricos de las Ciencias Sociales que han estudiado estos fenómenos, sin embargo, el cuerpo que guía esta investigación está integrado por la obra de Juana Juárez y Héctor Manuel Capello, en colaboración con Raúl Béjar Navarro. Esto no quiere decir que se desestiman los aportes de Samuel Ramos en *El perfil del hombre y la cultura en México* (2001), o de Roger Bartra en *La jaula de la melancolía* (1987), como la idea del *pelado*, en Ramos, donde se presenta una forma de pensar al mexicano y su cultura (op. Cit; 14-15), la diferenciación entre el mexicano de la ciudad y el campesino (íbid., 58) o los contrastes entre edades que llegó a identificar entre jóvenes y mayores (íbid., 122-123). O con Bartra, quien en su controversial y provocativa pluma recuerda el mito del héroe campesino, aquel donde se exalta el pasado del indígena mexicano (op. Cit.; 43) y en el presente se desdeña la representación que se tiene sobre los indígenas; a su vez recupera la imagen de la *madre* como una de las figuras, sino es que la más, importante para los mexicanos (íbid., 171); idea que, pese a la fecha de publicación de la obra, a más de 33 años de haberse suscitado, sigue vigente.

Y es justo por la idea de vigencia que las obras de Juana Juárez y Manuel Capello se vuelven tan útiles. De entrada, el hecho de regionalizar las ideas sobre la cultura mexicana (Capello y Navarro, 2007; 141) dio pauta a, justamente, regionalizar la representación social que se tiene sobre México y el mexicano. La idea sobre contrastar las representaciones de México y el mexicano surge del trabajo de Juana Juárez (2004, 06), quien lleva a cabo una tarea similar en cuanto a las *imágenes* de estos mismos fenómenos, en

una muestra diferenciada por edades y profesiones. Hemos recuperado estos trabajos como guía para este estudio, que se centra en los jóvenes mexicanos, quiénes dentro de la sociedad mexicana y adultocentrista, podrían ser considerados como minoría.

Metodología

A partir de lo planteado previamente y de la teoría de la representación social de Moscovici (1979), donde éstas son entendidas como una forma de designar el pensamiento social (Jodelet, 1986; 474). Se trabajó con un grupo de 200 jóvenes (de entre 18 y 25 años) habitantes de la zona oriente del Estado de México para explorar el campo semántico con el cual refieren y, por lo tanto, significan tanto a *México* como a *mexicano*. La herramienta con la que se dirigió el estudio fue el Análisis Prototípico y Categorical de Representación Social, propuesto por Pierre Vergés (CNRS, Francia).

Se trabajó con una población de dicha edad debido a que esto pudiera servir para contrastar las versiones pasadas de una identidad nacional general, toda vez que los autores que proponen dicha lectura al fenómeno, señalados anteriormente, son ajenos al estudio de la población joven actual. La sociedad mexicana de los años cincuenta puede ser diferente a la que viven los jóvenes hoy en día, toda vez que las formas de significar la cultura pueden haber cambiado. Por otro lado, la afinidad tecnológica para responder vía *online* permite que sea más conveniente trabajar con jóvenes.

La finalidad de esta metodología es explorar la representación social que existe con relación a un fenómeno social. Debido a las condiciones de aislamiento por la contingencia sanitaria, producto de la pandemia mundial provocada por la propagación del Covid-19, la recolección de datos se hizo a partir de un formulario *online*. Se llevaron a cabo dos de estos; uno para *México* y otro para *mexicano*. Empleando 100 formularios para cada uno, 200 en total.

La recolección de datos se logró mediante contacto con los participantes vía redes sociales, haciéndoles la invitación a escribir las cinco primeras palabras en las que piensen al leer la palabra evocadora, pudiendo ser *México* o *mexicano*, según fuese el caso. El siguiente paso consistió en ordenar dichas palabras acorde a la importancia que éstas tuvieran para cada participante, de tal suerte que, se exploran tanto la frecuencia como la importancia de las evocadas en torno al fenómeno en cuestión.

Dicha información se dividió en núcleos, tanto central como periféricos, a partir de la jerarquización de las palabras dadas, obteniendo así las unida-

des semánticas con las que el grupo de participantes significa el fenómeno en cuestión y construye sus representaciones sociales sobre *México* para un grupo y *mexicano* para el otro.

Resultados

Cada grupo de 100 jóvenes mexiquenses produjo un total de 500 palabras. Para el primer grupo, cuya palabra generadora fue *México* hubo 179 palabras diferentes entre sí; para el segundo grupo, cuya palabra generadora fue *mexicano* hubo 217 palabras diferentes entre sí. El total de palabras considera a su vez aquellas que se repitieron en los diferentes casos.

Del cuerpo de palabras que ocupa aquellas con mayor importancia se consideran aquellas que fueron mencionadas en un mayor o igual número de casos al promedio del total de palabras evocadas. Para el primer grupo (*México*) el promedio de frecuencia, es decir, las veces que se mencionaron ciertas palabras, fue de 2.7, por lo que se trabajó con palabras que tuvieron una frecuencia mayor o igual a ella. Para el segundo grupo (*mexicano*), el promedio de frecuencia fue de 2.3. El total de palabras evocadas con las que se trabajó para *México* fue de 48, mientras que para *mexicano* fue de 44. A partir de este total de palabras, para cada caso, se elaboraron los núcleos central y periféricos con una frecuencia que fuera mayor o igual a 7.2 (≥ 7.2), o menor a (< 7.2) para el caso de *México*. Para el caso de *mexicano* la frecuencia fue de 6.7, de tal forma que los núcleos se elaboran de acuerdo a una frecuencia mayor o igual (≥ 6.7), o menor a 6.7.

Con respecto a la importancia, ésta se definió a partir de la mediana de los datos obtenidos de las mismas 48 y 44 palabras en los casos de *México* y *mexicano*, respectivamente, siendo, entonces, menor a 2.7 (< 2.7) o bien, mayor o igual a 2.7 (≥ 2.7) en el primer caso (*México*) y menor a 2.8 (< 2.8) o bien, mayor o igual a 2.8 (≥ 2.8) en el segundo caso (*mexicano*). El total de los datos quedó estructurado de la siguiente manera (Gráfico 1., y Gráfico 2.):

Gráfico 1.

Prototipo de la representación Social de México

		IMPORTANCIA						
		< 2,7			> ó = 2,7			
F R E C U E N C I A	> ó = 7,2	HISTORIA			BANDERA			
		DELINCUENCIA			TACOS			
		DIVERSIDAD			FIESTAS			
		TRADICIONES			UNION			
		CULTURA			COLORIDO			
	< 7,2	CORRUPCION			GASTRONOMIA			
		ALEGRIA	ORGULLO		BIGOTE	BONITO	PAIS	PAISAJES
		BIODIVERSIDAD	TURISMO		INJUSTICIA	CAMBIO	PLAYAS	INSEGURIDAD
		INDIGENAS	AMOR		AZTECAS	CHILE	POBREZA	PATRIA
		MACHISMO	COSTUMBRES		CALIDEZ	EMPRENDER	RIQUEZA	
	PUEBLOS		MAGICO	GENTE	VIOLENCIA			
	CHINGON		NARCO	GRANDEZA	TEQUILA			
	HERMOSO		NATURALEZA	IDENTIDAD	MARIACHI			

Fuente. Elaboración propia.

Gráfico 2.

Prototipo de la Representación Social de mexicano

		IMPORTANCIA						
		< 2,7			> ó = 2,7			
F R E C U E N C I A	> ó = 7,2	HISTORIA			BANDERA			
		DELINCUENCIA			TACOS			
		DIVERSIDAD			FIESTAS			
		TRADICIONES			UNION			
		CULTURA			COLORIDO			
	< 7,2	CORRUPCION			GASTRONOMIA			
		ALEGRIA	ORGULLO		BIGOTE	BONITO	PAIS	PAISAJES
		BIODIVERSIDAD	TURISMO		INJUSTICIA	CAMBIO	PLAYAS	INSEGURIDAD
		INDIGENAS	AMOR		AZTECAS	CHILE	POBREZA	PATRIA
		MACHISMO	COSTUMBRES		CALIDEZ	EMPRENDER	RIQUEZA	
	PUEBLOS		MAGICO	GENTE	VIOLENCIA			
	CHINGON		NARCO	GRANDEZA	TEQUILA			
	HERMOSO		NATURALEZA	IDENTIDAD	MARIACHI			

Fuente. Elaboración propia.

Discusión

Debido a la naturaleza contrastante del trabajo, vale la pena ir cuadrante por cuadrante. En los que se encuentran mayor importancia y frecuencia vemos que *mexicano* tiene menos palabras en relación a *México*, y éstas tienen algo en común: la comida; mismo caso para las palabras que refieren situaciones de convivencia, como *alegría, fiesta, unión*. Algunas, inclusive se repiten (*fiesta/fiestas*). Algo interesante es que los valores, en un sentido más ideológico -o de 4to nivel, para recuperar a Doise, en tanto *universales ideológicos* (1983) como *solidaridad*- se encuentran en *México*, pero no en *mexicano*, esto no quiere decir que no existan en la representación social; la única diferencia -que se comparte en el caso de *corrupción/corrupto*- sino que se localizan en un núcleo en donde, si bien, la frecuencia es alta, la importancia ya no. Es decir, *corrupción* es común e importante cuando se piensa en *México*, a su vez, es también reiterativo, pero no tan importante, cuando se piensa en *mexicano*.

En el mismo núcleo se puede apreciar, caso contrario al anterior, que hay más palabras para *mexicano* que para *México*, y la forma en que se diferencian tienen que ver con aspectos interindividuales. Es decir, cómo los mexicanos ven a los mexicanos y tienen que ver con características o rasgos personales: trabajador, amigable, solidario -ahora sí; *solidaridad* va para el caso de *México*-, en contraste con elementos, nuevamente, de IV nivel, como son *historia, cultura, tradiciones*. Caso interesante el de *delincuencia*, como forma de pensar en *México* pero no en el mexicano. Es decir, la *delincuencia* existe, pero no se ven, entre semejantes, como delincuentes. Al contrario, se exaltan valores positivos, entendidos como lo hace Juárez Romero (op. Cit), vs. valores negativos, como *corrupto*.

En el caso de los otros dos núcleos, donde la frecuencia es menor, se encuentra una cantidad de palabras similares. Cuando se piensa en *México*, las palabras de menor importancia pero mayor frecuencia refieren a cuestiones simbólicas, como son: *bigote, chile, aztecas, tequila, o mariachi*; por ellas, se entienden aspectos simbólicos como aquellos esquemas mentales, tipo heurísticos, que se vinculan con *México* desde su apreciación internacional. A su vez, nuevamente, valores negativos muy marcados, como son *narco, violencia, inseguridad, injusticia, o pobreza*, como muestra de lo heterogéneo que puede ser el pensar en un país como el nuestro. Ahora, si hablamos de *mexicano*, se resaltan, en su mayoría, valores positivos: *bonito, humor, amable, unión, independiente, fuerte, familia, esfuerzo* y aquí encontramos *tacos*, algo que para *México* es de mayor frecuencia.

En este sentido, el mexicano se ve a sí mismo, nuevamente, partiendo desde valores positivos. Entiéndase esto con el siguiente ejemplo: se piensa en *México* en términos de *narco, violencia o inseguridad*, pero el mexicano es amable, fuerte y sociable. Nuevamente, estos *problemas* no son cosa del mexicano, en el imaginario social, sino de *México*. Considérese recuperar, en ese sentido el proceso interindividual, con el que nos vemos entre nosotros, pero también el posicional, con el que esos “nosotros” se vuelven “ellos”. El mexicano es amable, pero *México* es inseguro.

Por último, aquellos aspectos que se muestran tanto con menor frecuencia como con menor importancia y en donde hay una palabra en particular que llama la atención y es que se trata de un caso donde se repite, tanto para *México* como para *mexicano*; en el primer caso, se puede leer *machismo*, mientras que en el segundo, *machista*. Se recupera este caso debido a que se entiende que *México* se piensa como un país machista, a la vez que el mexicano se piensa como un sujeto machista. Aquí, a diferencia de los otros núcleos -salvo el caso de la comida- hay una relación entre *México* y *mexicano* a partir de un valor negativo. Y de igual forma sucede con la palabra *chingón*, que se repite en ambos cuadros y que, a diferencia del caso anterior, se trata de una coincidencia a partir de un valor positivo. Tanto *México* como el *mexicano* son chingones cuando se piensa en ellos.

Conclusiones

Al llevar a cabo esta breve investigación se puede dar cuenta de cómo hay una forma de pensar a *México*, y otra de pensar al *mexicano*. Si bien, este trabajo se hizo focalizado en un área geográficamente delimitada, no es posible afirmar que estos resultados se compartan en otros espacios, por lo que estos resultados no deben generalizarse; se trata, en todo caso, de una aproximación parcial al fenómeno de la representación social, tanto de *México* como del mexicano desde los jóvenes mexiquenses. La importancia de enfatizar esto es que el fenómeno de la identidad nacional tiene como característica asociada su condición espacial o territorial (Romero, 2010; 72). No obstante, la heterogeneidad en los resultados permite contrastar con las formas de pensar la cultura en los estudios culturales de la segunda mitad del siglo pasado, en donde se habla de una cultura en términos generales, donde todos los individuos son englobados como un solo grupo. Si algo nos permite este trabajo, es apreciar las múltiples formas de pensar la cultura mexicana y al mexicano desde la juventud actual.

Cabe señalarse que la palabra más frecuente para ambos casos fue *cultura*. De ahí que se plantee la

siguiente pregunta: ¿es la cultura algo propio de México, o del mexicano? La hipótesis que se esgrime es que dependerá de los valores bajo los cuales se estructure la pregunta. Como se ha visto, México se relaciona con la inseguridad, pero el mexicano con ser amable. Tendencia, además, compartida en muchos otros casos en donde los valores negativos son propios del país pero no de las personas. ¿A quién culpar por la violencia, cuando uno no se considera así? En todo caso, se trata de fenómenos sistemáticos, en donde la participación individual no puede llegar tan lejos como la acción institucional. Si bien, el narcotráfico no existiría sin el narcomenudeo (acción individual) tampoco sin la corrupción (acción institucional).

Otros elementos, como las tradiciones, caracterizan tanto a México como el mexicano. Al menos desde la óptica juvenil actual, para la cual los elementos religiosos son omitidos. En ningún caso se habla de religión y, contrario a la imagen del mexicano y su cultura, tampoco se recuperaron símbolos, ideas o representaciones como el de la Virgen de Guadalupe. Se hipotetiza que esto tiene que ver con el grupo de participantes con quienes se trabajó. La religiosidad en México ha cambiado con el paso del tiempo.

La última conclusión, que no es nada novedoso, pero sí se plantea como una reiteración, es que no hay una forma absoluta e inequívoca para pensar a México y al mexicano y que, en todo caso, esto debe servir para dar cuenta de la necesidad de la investigación situada, en vez de la búsqueda de premisas universales, en los trabajos desde las Ciencias Sociales. Consideración tal que no debería ser ajena a la participación política, acción institucional y políticas públicas, pues pensar en una sola cultura implica asumir, de forma universal, en una serie de fenómenos como la historia, la moral o el lenguaje. Hay más formas de pensar la cultura; los jóvenes en este estudio muestran la historicidad en ello. Es decir, las cosas pueden cambiar.

REFERENCIAS

Bartra, R. (1987). *La jaula de la melancolía*. Grijalbo.

Castillo, B. (2017). Valores e implicaciones sociales del Himno Nacional Mexicano. *La Colmena*, núm. 93.

Castellanos, R. (2005). *Sobre cultura femenina*. FCE. México

Correa, O. (2017). *Identidad nacional y cultura de la legalidad*. Universidad Michoacana San Nicolás de Hidalgo.

Doise, W. (1983). Tensiones y explicaciones en psicología social experimental. *Revista Mexicana de Sociología*, XLV (2), pp. 659-686.

Espinosa, A., et al. (2017). Identidad nacional y sus relaciones con la ideología y el bienestar en cinco países de América Latina. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 35(2)

Horbath, J. (2018). *Indígenas en tres ciudades caribeñas del sureste mexicano: percepciones de la discriminación y tensiones de su identidad*. En Horbath, J. y Amalia, M. La cuestión indígena en las ciudades de las Américas. CLACSO.

Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría, en S. Moscovici (Ed.), *Psicología Social II: Pensamiento y vida social* (pp. 469-494). Barcelona, Paidós.

Juárez, J. (2004). México y el mexicano: Identidades colectivas de los orígenes. *Athenea Digital*. (6).

Juárez, J. (2010). *Nación e identidad nacional en México: su construcción a través de la historia*. En Loeza, L. (Coord). *Identidades, subjetividades y actores sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Lewis, L. (2020) De barcos y santos: historia, memoria, y lugar en la identidad mexicana morena o afro-india. *Cadernos do Lepaarq*, vol. 27, núm.33

Miranda, V. (2017). Hermoseando el pasado glorioso: el análisis del discurso en la interpretación de una identidad nacional. Cuicuilco. *Revista de ciencias antropológicas*, núm. 70.

Navarro, R. y Capello, H. (2007). *Sobre la identidad y el carácter nacionales*. En Navarro, R. *El mexicano, aspectos culturales y psicosociales*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Padilla, M. (2017). La importancia de la formación ciudadana en la democracia mexicana RIPS. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 16, núm. 2.

Ramos, S. (2001). *El perfil del hombre y la cultura en México*. Colección Austral (1934).

Rebolledo, O. (2017). México: identidad, diversidad y extranjería. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. IV, núm. 158.

Velázquez, M. (2017). El papel de la cultura popular en la construcción de la identidad nacional mexicana: los fandangos jarochos. *Revista Latinoamericana de Estudios en Cultura y Sociedad*, vol. 03, ed. Especial.