

RODRIGUEZ
STEREOTIPO
DEL
MEXICANO

HM251
R65
C.1

145671 275

CUADERNOS DE SOCIOLOGÍA

**EL ESTEREOTIPO DEL
MEXICANO**

Estudio Psicosocial

MA. LUISA RODRÍGUEZ SALA DE GÓMEZGIL



INVESTIGACIONES
SOCIALES

BIBLIOTECA DE ENSAYOS SOCIOLOGICOS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL
MEXICO, 1965



EL ESTEREOTIPO DEL MEXICANO

Estudio Psicosocial

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL

VOLÚMENES PUBLICADOS

- Sociología de la Universidad*, por Roberto Agramonte.
Mendieta y Núñez y su Magisterio Sociológico, por Roberto Agramonte.
Estructura y Función, por Juan Carlos Agulla.
Teoría Sociológica, por Juan Carlos Agulla.
El líder, por Víctor Alba.
El Militarismo, por Víctor Alba.
Las Fuerzas Sociales, por Oscar Alvarez Andrews.
Ensayos de Sociología Política, por Francisco Ayala.
El Formalismo Sociológico, por Leandro Azuara Pérez.
Bosquejo de una Sociología del Derecho, por René Barragán.
Introducción a la Psiquiatría Social, por Roger Bastide.
Análisis Demográfico, por Raúl Benítez Zenteno.
Sociología del Conflicto, por Jessie Bernard.
Principales Formas de Integración Social, por L. L. Bernard.
Humanismo y Universidad, por Miguel Bueno.
Estudios sobre la Universidad, por Miguel Bueno.
La Historia como Revolución, por Francisco Carmona Nenclares.
Temas de Sociología Política Mexicana, por Luis Castaño.
Los Indígenas Mexicanos de Tuxpan, Jalisco, por Roberto de la Cerda Silva.
El Movimiento Obrero en México, por Roberto de la Cerda Silva.
Las Ideologías a la Luz de la Sociología del Conocimiento, por Armand Cuvillier
La Cuestión Agraria en México, por Antonio Díaz Soto y Gama.
Introducción a la Sociología Regional, por Manuel Diéguez Junior.
Caracteres Sudamericanos, por Roberto Fabregat Cúneo.
Propaganda y Sociedad, por Roberto Fabregat Cúneo.
Evolución Mexicana del Ideario de Seguridad Social, por Miguel García Cruz.
Antonio Caso, una Vida Profunda, por Luis Garrido.
José Vasconcelos, por Luis Garrido.
La Sociología Científica, por Gino Germani.
Estudios de Psicología Social, por Gino Germani.
La Familia y la Casa, por José Gómez Robleda y Ada d'Aloja.
Estudio Biotipológico de los Otomíes, por José Gómez Robleda.
Psicología del Mexicano, por José Gómez Robleda.
La Universidad de México. Su Trayectoria Socio-cultural, por Juan González A. Alpuche.
Eufhanasia y Cultura, por Juan José González Bustamante.

- La Problemática de la Culpa y la Sociedad*, por Juan José González Bustamante.
- Universidad Oficial y Universidad Viva*, por Antonio M. Grompone.
- Un Siglo de Revolución*, por Feliks Gross y Rex D. Hopper.
- Sociología de la Mortalidad Infantil*, por Alberto Guerreiro Ramos.
- Las Relaciones Humanas del Trabajo*, por Alberto Guerreiro Ramos.
- La Reducción Sociológica*, por Alberto Guerreiro Ramos.
- Metepec, Miseria y Grandeza del Barro*, por Antonio Huitrón.
- Estudios Sociológicos. Volumen Primero (Sociología General).*
- Volumen Segundo (Sociología General).
 - Volumen Tercero (Sociología Criminal).
 - Volumen Cuarto (Sociología de la Educación).
 - Volumen Quinto, Tomo Primero (Sociología de la Economía).
 - Volumen Quinto, Tomo Segundo (Sociología de la Economía).
 - Volumen Sexto, Tomo Primero (Sociología Rural General).
 - Volumen Sexto, Tomo Segundo (Sociología Rural General).
 - Volumen Séptimo, Tomo Primero (Sociología Urbana).
 - Volumen Séptimo, Tomo Segundo (Sociología Urbana).
 - Volumen Octavo, Tomo Primero (Sociología del Derecho).
 - Volumen Octavo, Tomo Segundo (Sociología del Derecho).
 - Volumen Noveno, Tomo Primero (Sociología de la Revolución).
 - Volumen Noveno, Tomo Segundo (Sociología de la Revolución).
 - Volumen Décimo (Sociología de la Planificación).
 - Volumen Decimoprimer (Sociología de la Política).
 - Volumen Decimosegundo (Sociología del Trabajo y del Ocio).
 - Volumen Decimotercero (Sociología del Desarrollo Nacional y Regional).
 - Volumen Decimotercero, Tomo Segundo (Sociología del Desarrollo Nacional y Regional).
 - Volumen Decimocuarto (Sociología de la Seguridad Social).
 - Volumen Decimoquinto (Sociología de la Reforma Agraria).
- Memoria del Instituto de Investigaciones Sociales.*
- Primer Censo Nacional Universitario.*
- Segundo Congreso Mundial de Sociología.*
- Etnografía de México.*
- Los Tarascos (Agotado).*

- Los Zapotecos* (Agotado).
- Seguridad Social en la Nueva España*, por Adolfo Lamas.
- La India y el Mundo*, por Silvain Levy.
- Sociología Educacional en el Antiguo Perú*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- La Crisis Universitaria en Hispanoamérica*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- Presencia del Indio en América*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- Sociología del Perú*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- Status Socio-cultural de los Indios de México*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- La Eugenesia en América*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- Indios de América*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- La Revolución de 1910 y el Problema Agrario de México*, por Roberto Mac-Lean y Estenós.
- La Tecnología y el Orden Social*, por Paul Meadows.
- El Proceso Social de la Revolución*, por Paul Meadows.
- Hacia una Epistemología Sociológica*, por Paul Meadows.
- Marcos para el Estudio de los Movimientos Sociales*, por Paul Meadows.
- El Problema del Trabajo Forzado en la América Latina*, por Miguel Mejía Fernández.
- Sociología de la Burocracia*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Ensayo Sociológico Sobre la Universidad*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Urbanismo y Sociología*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Teoría de los Agrupamientos Sociales*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Los Problemas de la Universidad*, por Lucio Mendieta y Núñez.
José Gómez Robleda.
- Valor Sociológico del Folklore*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Política Agraria*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- La Universidad Creadora*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Teoría de la Revolución*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- La Reforma Agraria de la América Latina en Washington*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- El Derecho Precolonial*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Ensayos Sociológicos*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Tres Ensayos de Sociología Política Nacional*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Homenajes: Augusto Comte, Emilio Durkheim, Manuel Gamio*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Las Clases Sociales*, por Lucio Mendieta y Núñez.

- Efectos Sociales de la Reforma Agraria en Tres Comunidades Ejidales de la República Mexicana*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Sociología del Arte*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- El Derecho Social*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- El Problema Agrario en México*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- El Sistema Agrario Constitucional*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Ensayos Sobre Planificación, Periodismo, Abogacía*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Historia de la Facultad de Derecho*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Introducción al Estudio del Derecho Agrario (Agotado)*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- La Administración Pública en México (Agotado)*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- La Economía del Indio (Agotado)*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- La Enseñanza de la Sociología*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- La Habitación Indígena (Agotado)*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Amado Nervo. Homenaje*, por Lucio Mendieta y Núñez.
- Presentaciones y Planteos*, por José Medina Echavarría.
- La Revolución de los Profesionales e Intelectuales de América Latina*, por Alvaro Mendoza Díez.
- Sociología Histórica del Desarrollo*, por Alvaro Mendoza Díez.
- Teoría Sociológica*, por Alvaro Mendoza Díez.
- Democracia y Misticismo*, por Djâcir Menezes.
- Guatemala, Monografía Sociológica*, por Mario Monteforte Toledo.
- Partidos Políticos en Iberoamérica*, por Mario Monteforte Toledo.
- Tres Ensayos al Servicio del Mundo que Nace*, por Mario Monteforte Toledo.
- La Reforma Agraria en Italia*, por Mario Monteforte Toledo.
- Las Piedras Vivas*, por Mario Monteforte Toledo.
- Prolegómenos a la Sociología*, por José Montes de Oca y Silva.
- La Sociología de los Opúsculos de Augusto Comte*, por Evaristo de Moraes Filho.
- El Mito de la Civilización. El Mito del Progreso*, por Alfredo Niceforo.
- Líneas Fundamentales de una Sociología General*, por Alfredo Niceforo.
- Decálogo y Programa del Aprendiz de Sociólogo*, por Alfredo Poviña.
- La Criminalidad en la República Mexicana*, por Alfonso Quiroz Cuarón.
- Instituciones de Protección a la Infancia en México*, por María Luisa Rodríguez Sala,

- El Suicidio en México, D. F.*, por María Luisa Rodríguez Sala.
- El Mundo Histórico Social*, por Juan Roura Parella.
- Tema y Variaciones de la Personalidad*, por Juan Roura Parella.
- Periodismo Político de la Reforma en la Ciudad de México (1854-61)*, por María del Carmen Ruiz Castañeda.
- La Situación Económico-social del Voceador en la Ciudad de México*, por Emma Salgado.
- Las Ciencias Sociales del Siglo XX en Italia*, por Massimo Salvadori.
- La Aparición del Comunismo Moderno*, por Massimo Salvadori.
- Elementos Económico-sociales del Capitalismo en los Estados Unidos de América*, por Massimo Salvadori.
- Orígenes y Evolución de la Seguridad Social en México*, por Gustavo Sánchez.
- Los Países en Vías de Desarrollo*, por Emile Sicard.
- El Ser y el Debe Ser de la Universidad de México*, por Héctor Solís Quiroga.
- Introducción a la Sociología Criminal*, por Héctor Solís Quiroga.
- Estructura Mental y Energías del Hombre*, por Pitirim A. Sorokin.
- Estratificación y Movilidad Social*, por Pitirim A. Sorokin.
- La Revolución Sexual en los Estados Unidos de América*, por Pitirim A. Sorokin.
- Métodos Científicos de Investigación Social*, por Pauline V. Young.
- Técnicas Estadísticas para Investigadores Sociales*, por Oscar Uribe Villegas.
- Causación Social y Vida Internacional*, por Oscar Uribe Villegas.
- El A.B.C. de la Correlación y sus Aplicaciones Sociales*, por Oscar Uribe Villegas.
- La Matemática, la Estadística y las Ciencias Sociales*, por Oscar Uribe Villegas.
- Veinticinco Conceptos de uso Sociológico*, por Oscar Uribe Villegas.

CUADERNOS DE SOCIOLOGÍA

EL ESTEREOTIPO DEL
MEXICANO

Estudio Psicosocial

Por

MA. LUISA RODRÍGUEZ SALA DE GÓMEZGIL

BIBLIOTECA DE ENSAYOS SOCIOLÓGICOS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL
MÉXICO, 1965

Primera edición: 1965



**INVESTIGACIONES
SOCIALES**

Derechos reservados conforme a la ley.

© Instituto de Investigaciones Sociales.
Universidad Nacional Autónoma de México.

Impreso y hecho en la Editorial Cvltvra, T. G., S. A.
Av. Rep. de Guatemala N° 96. México, D. F.

I N D I C E

	<i>Pág.</i>
I.—GENERALIDADES	15
Exposición de los principales conceptos acerca de los estereotipos	15
Algunas características de los estereotipos	21
Factores externos de la formación de los es- tereotipos	29
La prensa	30
Las artes gráficas	32
El cine	34
El radio y la televisión	37
II.—RESULTADOS	53
La prueba	53
Elaboración estadística: generalidades	55
Elaboración estadística: algunos conceptos acer- ca del análisis estadístico	59
Elaboración estadística: la edad	77
Determinación estadística del estereotipo gene- ral del mexicano	81
Estereotipo general y estereotipo por zonas	88

	<i>Pág.</i>
III.—INTERPRETACIÓN	105
Análisis de algunos estudios acerca del mexicano y sus relaciones con el estereotipo	107
Clasificación de caracteres	124
Los caracteres morfológicos y el estereotipo del mexicano	125
Los caracteres fisiológicos y el estereotipo del mexicano	128
Los caracteres psicológicos (exposición teórica)	134
Los caracteres psicológicos del estereotipo general del mexicano	155
Los subconscientes	155
Los estados de ánimo	167
Las funciones intelectuales	180
Las actitudes psicosociales	183
Los caracteres psicológicos propios a los estereotipos de las diferentes zonas del país	186
Los caracteres sociales (exposición teórica)	188
Los caracteres sociales del estereotipo general del mexicano	196
Breve análisis de los caracteres sociales del estereotipo por zonas del país	206
CONCLUSIÓN	210
BIBLIOGRAFÍA	215

I—GENERALIDADES

Los sociólogos y psicólogos que se han dedicado en una u otra forma al estudio de la psicología social, indudablemente que han tropezado con el término estereotipo.

Ellos lo han utilizado ya desde hace algunos años para referirse a ciertos conceptos simplistas, fijos y generalmente engañosos que las personas conciben, psicológicamente, acerca de otras personas o grupos. Poca literatura se ha creado en torno a los estereotipos y por ello resulta difícil abordar teóricamente el estudio de este proceso psicosocial.

Trataremos a continuación de realizar una breve revisión de los principales conceptos existentes acerca de los estereotipos, su formación; sus características esenciales, así como el análisis de algunos trabajos relacionados con el tema, para proceder, más adelante, a la exposición de los resultados alcanzados en la investigación llevada a cabo por nosotros.

Etimológicamente, la primera parte del término se deriva del griego "estereo" que significa sólido, firme, fuerte y, por lo tanto, estereotipo vendría a ser un concepto o tipo sólido, firme o fuertemente integrado. Históricamente se deriva, en nuestro lenguaje técnico, de una obra de Walter Lippmann acerca de opinión pública que apareció en Nueva York en 1922. Este autor utilizó, por primera vez, el término "estereotipo" para referirse principalmente a "los cuadros en nuestras mentes" los cuales nos proveen de marcos ya elaborados de referencia para interpretar eventos de los cuales sólo estamos informados en parte.

Es indudable que la característica principal del estereotipo es la de que precede al uso de la razón: "en realidad constituye una forma de percepción e impone una serie de caracteres a los datos de nuestros sentidos antes de que tales datos hayan alcanzado a llegar a la inteligencia".¹

Los estereotipos se originan, desde luego, en las mentes de cada individuo, pero como un resultado de la pertenencia a grandes grupos humanos. Consideramos que el proceso de formación de los estereotipos deberá comprender siempre al individuo integrante de grandes públicos, puesto que pa-

¹ Lippmann, Walter: *Public Opinion*. The Macmillan Co. New York, 1962, p. 80.

rece ser que una de las características esenciales de este proceso es la de provenir de la tendencia que los miembros de un gran público presentan al tratar de enfrentarse a una situación compleja. En tales circunstancias los individuos carecen del equipo psicológico necesario para enfrentarse a esas situaciones y surgen las simplificaciones que son fáciles de recordar y transmitir y que, invariablemente, conducen a la formación de un estereotipo determinado. Vemos así que William Albright en *Modern Public Opinion*, afirma que "existe una tendencia persistente en la mente humana de proporcionar a las abstracciones una ilustración concreta y de conferir una mayor realidad de la que es justa y las propias concepciones y percepciones. Aunque esta tendencia se encuentra presente en muchos tipos de pensamiento, es especialmente característica del pensamiento popular, o sea, del pensamiento de los individuos como miembros de grandes masas. Esta tendencia ha sido llamada en algunas ocasiones "reificación". Los casos de "reificación" comunes a los miembros de los grandes públicos con frecuencia llegan a ser psicológicamente tan reales que desarrollan preconceptos rígidos o patrones de percepción; Woodard ha señalado cuatro tipos de "reificación":

1. La conceptual se toma como lo perceptual. Un ejemplo de ello lo constituye la realidad y el poder

que los pueblos primitivos y los niños confieren a los nombres. 2. Lo relacional se considera como si tuviera existencia. La aceptación de los adultos de los conceptos éticos de Dios y el demonio como algo absoluto más que como necesidades y situaciones relativas a la cultura. 3. Lo que no existe se le da existencia. Son las alucinaciones, las proyecciones emocionales, las ilusiones de la locura, las personificaciones de dioses y demonios, las abstracciones, etc. 4. Lo subjetivo se toma como objetivo. Lo que subjetivamente es muy real se toma como si objetivamente también lo fuera.²

Existe otra tendencia básica en el pensamiento de los individuos como integrantes de grandes grupos; es lo que se conoce en psicología social como "simplificación". Estos grandes públicos hacen factible y exigen además, las definiciones de carácter simplista, los conceptos sumarios, una sola frase para designar todo un complejo de situaciones. Y es así, que, con base en estas dos características fundamentales del pensamiento colectivo, se integra y surge el estereotipo popular.

"Los estereotipos son preconcepciones adquiridas de la cultura, son las reificaciones y simplificaciones comunes a los grandes grupos. Esta concep-

² Albig, William, *Modern Public Opinion*. McGraw-Hill Book Co., New York - Toronto - London 1965, pp. 85-86.

ción del pensamiento clasificatorio, denominada en diversas formas, ha sido usada desde que se inició la abstracción filosófica".³

Así vemos que hasta nuestros días este proceso psicológico implica el que primero definimos y después observamos; el que se nos ha hablado del mundo que nos rodea antes de que nosotros mismos lo hayamos conocido y experimentado, el que generalmente son muchas las cosas que imaginamos antes de conocerlas y experimentarlas.

Se crean verdaderos marbetes convencionales formados por palabras y frases, imágenes y símbolos pictóricos que son parte del lenguaje mismo y de todos los medios de comunicación. Es desde luego, y sin lugar a dudas, una generalización algo precipitada la cual se formula sin mayor recapitación, en forma, podríamos decir, casi intuitiva, ya que el individuo como miembro de grandes conjuntos, con mucha frecuencia se ve impulsado irracionalmente y responde con toda facilidad a convencionalismos y símbolos.

El proceso psicosocial que hemos venido analizando ha sido utilizado con mucha frecuencia por los psicólogos sociales. Theodore M. Newcomb, en su *Social Psychology*, le ha dado el sentido de un tipo de percepción muy estandarizado para todos

³ Albig, William, *ob. cit.*, p. 88.

los miembros de una clase de objetos, o especialmente, de una clase de personas. Es así que, principalmente en Norteamérica, la gran mayoría de los individuos blancos han integrado su estereotipo de los individuos negros, en tal forma que personas pertenecientes a ese grupo étnico, desde luego de muy diferentes características, son juzgadas enteramente iguales, conforme a un patrón estereotipado. Las diferencias individuales entre los miembros de un mismo grupo quedan completamente ignoradas. "A menudo una sola característica tal como el color de la piel, en el caso de la percepción por el blanco, del negro, es suficiente para integrar toda la percepción estereotipada. Los atributos de personalidad, inteligencia y moral pueden inducirse en esa percepción estereotipada, aunque solamente se observe el color de la piel".⁴

Los estereotipos, como proceso psicosocial propio de los grandes públicos son algo que ha venido a constituirse en útil y conveniente; sin ellos nos veríamos obligados a interpretar cada nueva situación como si nunca antes hubiera existido; es así que mediante su existencia nos ahorramos tiempo. Los estereotipos "son tan necesarios al grupo como los privados a cada individuo debido a que hacen po-

⁴ Newcomb M., Theodore: *Social Psychology*. The Dryden Press New York. p. 213.

sible a los miembros de un grupo comunicarse entre sí con un máximo de eficiencia y un mínimo de mal entendimiento. Los estereotipos tienen la virtud de la eficiencia pero no de la exactitud. Pero muy a menudo los miembros de un grupo no están muy interesados en la exactitud con que un estereotipo se refiere a los miembros de otro grupo. Cuando este es el caso, los estereotipos proveen tanta exactitud (o mejor dicho tanta inexactitud) como es deseada".⁵ Sin embargo, puede combinarse la ventaja de los estereotipos, su eficiencia, con un alto grado de exactitud, siempre y cuando los miembros del grupo puedan aprender a considerar sus estereotipos como hipótesis y no como hechos confirmados.

Una característica esencial a los estereotipos de grupo es que están asociados íntimamente con las palabras lo cual no es enteramente necesario para los estereotipos privados de cada individuo. Sin el uso de las palabras los miembros de un grupo no podrían tan fácilmente compartir sus estereotipos. Se ha entendido por estereotipo verbal no sólo las palabras que connotan este proceso, sino también las percepciones estandarizadas a las cuales se refieren. Las personas que actúan en forma común, tienen que percibir también en forma similar, los objetos a los cuales se están refiriendo.

⁵ Newcomb M., Theodore, *ob. cit.*, p. 213.

Una característica más de los estereotipos es la de que pueden ser transmitidos tan consistente y autoritariamente de generación en generación, de padres a hijos, que tal parece que se trata de un hecho biológico.⁶ Hay aquí un rasgo importante, la persistencia de los estereotipos, la explicación de ello nos la ha facilitado el mismo autor, quien afirma: "existe otra razón, aparte de la economía de esfuerzos, por la cual nos aferramos, tan frecuentemente a nuestros estereotipos cuando debemos recurrir a una visión más desinteresada. El sistema de estereotipos puede ser el meollo de nuestra tradición personal la defensa de nuestra posición en sociedad.

"Se trata de una pintura de nuestro mundo, ordenada y más o menos consistente, según la cual se han ajustado nuestros hábitos, gustos, capacidades, comforts y esperanzas. Pueden no llegar a constituir una representación completa de nuestro mundo, pero son la pintura de un mundo posible al cual nos hemos adaptado. En tal mundo, la gente y las cosas tienen un lugar especial y realizan determinados actos. Nos encontramos en nuestro sitio en tal mundo, pertenecemos a él, somos miembros de él, sabemos movernos en él. En él encontramos lo amable de la

⁶ Lippmann, Walter, *The World outside and the picture in our heads*. Images of man, p. 44.

familia, lo normal, lo dependiente . . . nos sentimos en él tan bien como cuando nos colocamos un zapato viejo".⁷

Es por eso que los miembros de esos grupos que forman estereotipos no aceptan fácilmente disturbios a sus estereotipos y cualquier intención de alterarlos la toman como un ataque al fundamento de su universo, puesto que no resulta sencillo admitir que el universo imaginado sea diferente al universo real. No se trata simplemente de una manera o forma de sustituir una confusa realidad por un orden determinado; es, desde luego, algo más serio: al tratar de modificar los estereotipos creados se va contra las posiciones propias y los derechos adquiridos, contra los sentimientos inherentes a ellos y contra las formas de vida establecidas. "Constituyen la fortaleza de nuestras tradiciones y mediante su defensa es que podemos continuar ocupando la posición de que gozamos".⁸

Integrado el estereotipo, presenta una fuerte tendencia a mantenerse aún frente a la evidencia contraria y la experiencia. Es así que cuando este proceso se ha integrado plenamente y aquello que hemos establecido se ve corroborado por la realidad, entonces el estereotipo se refuerza para todo el fu-

⁷ Lippmann, W., *op. cit.*, p. 45.

⁸ Lippmann, W., *op. cit.*, p. 45.

turo; pero puede suceder, y muy frecuentemente así pasa, que la experiencia y la evidencia contradigan el estereotipo formado, entonces se presentan dos disyuntivas; considerar la contradicción como una excepción, o aceptar el introducir una modificación. La primera es propia de los individuos ya rígidamente constituidos, con una cultura escasa o media y con un sistema de vida fuertemente establecido, de poca adaptabilidad psicosocial e integrante de un grupo que ejerza un fuerte control social sobre sus miembros. En esos casos las personas tomarán la contradicción como una excepción, no le otorgarán mucha validez, buscarán una posible explicación, pero de cualquier forma no accederán a reformar su visión ya establecida. La segunda posibilidad es la menos frecuente en nuestro medio social, ya que implica la existencia de personas con una mente abierta, con una cultura superior, no fuertemente ligadas al grupo social, y en general, de fácil adaptabilidad psicosocial; ellas aceptarán la equivocación cometida y podrán modificar su forma de percepción y de pensamiento.

Ya hemos dicho que esta última forma de enfrentarse a la persistencia de los estereotipos es bastante escasa y vemos que continuamente, sobre todo en los estereotipos acerca de grupos étnicos, se da la primera posibilidad. "Un norteamericano blanco

puede tener contacto directo y constante con negros limpios, inteligentes, educados, honrados, morales y trabajadores y mantener aún firmemente que estas personas son excepciones a la regla general de que los negros son sucios, tontos, mal educados, inmorales y flojos. Es aún posible que un blanco haya tenido solamente contacto con negros que violaban su concepto estereotipado de la raza —que son “diferentes”— y aún conservar sus conceptos”.⁹

Generalmente los estereotipos se extienden o persisten durante un largo período de tiempo. Diferentes estudios realizados principalmente en Norteamérica han sustentado la idea de que los estereotipos sólo se modifican cuando hay serios cambios en las situaciones sociales, económicas o políticas en los grupos, cambios motivados por importantes sucesos locales o internacionales. Pero hay que hacer la aclaración de que tal sistema de creencias tiende a ser relativamente estable y que realmente requiere la presencia de grandes eventos (guerras internas o mundiales) para modificar en gran escala estos conceptos de índole estereotipada.

¿A qué se debe esta resistencia a veces con duración de generaciones enteras? Tenemos que buscar la respuesta en la psicología social y así encon-

⁹ Lindesmith A. y Strauss A. *Social Psychology*. The Dryden Press. New York, p. 75.

tramos que J. Maisonnevé en su *Psicología Social* dice: "Varios factores contribuyen a esta resistencia. En primer lugar, el fenómeno psicológico muy general de la integración tanto en el nivel del grupo como en el del individuo; el conjunto de las nociones y valores admitidos tiende a constituir un "cuerpo", un filtro que se interpone de alguna manera entre el hombre y el mundo real. Más exactamente, desde el punto de vista psicosocial, no hay un mundo real, orgánico en sí mismo, sino datos estructurados, ordenados, en función de ciertos cuadros cognoscitivos y afectivos anteriores; esos cuadros varían con cada cultura, y en el interior de ellas con cada agrupación que constituyen otros tantos centros de perspectivas, operan sobre los datos ofrecidos tanto por cortes parciales como por "distorsiones" que tienen por efecto conformar los hechos a las creencias y actividades previas.

"El segundo factor de rigidez depende del control latente o manifiesto del grupo sobre sus miembros, control que se ejerce en forma inhibitoria por el temor que tiene el sujeto de ser rechazado del grupo si cuestiona las creencias y las ideologías comunes; y en forma más positiva, por el sostén que encuentran los sujetos al pensar que todos los otros

miembros permanecen fieles a las creencias establecidas".¹⁰

Entre los principales componentes cognoscitivos de las relaciones intergrupales figura la percepción, o sea las creencias y expectativas que los individuos tienen en relación a otros grupos sociales. Es esta percepción la que determina los diferentes estereotipos, ya sean positivos o negativos y esas formas de pensar abarcan cualquiera o todos los atributos ordenadamente empleados para describir a los miembros de otros grupos. Así se caracteriza a los judíos por sus narices largas, a los alemanes por su alta capacidad intelectual, a los ingleses por su carácter flemático, a los japoneses por su cortesía, etc . . . O sea que los estereotipos, en general, están intensamente asociados con las características personales. "Es interesante hacer notar que el concepto de un *status* particular o de un papel, están asociados con los atributos, tanto de rasgos psicológicos como personales, y que esto ocurre en las mentes de muchas personas. Así es que el estereotipo del 'hombre gordo' generalmente es el de jovial, y buena persona, el individuo 'cejijunto' se supone que es poco

¹⁰ Maisonneuve, Jean. *Psicología Social*, Edit. Paidós, Buenos Aires,

inteligente y bestial; el 'banquero' es gordo, el 'profesor' es flaco, etcétera. . ."¹¹

Ya formado el estereotipo, se aplica inevitablemente a todos los individuos pertenecientes al mismo grupo y es así que el aspecto emocional realiza todo el intento para introducir la evidencia en contra de cualquier realidad.

"Cuadros estereotipados de grupos raciales y nacionales surgen sólo cuando los individuos aceptan consciente o inconscientemente la actitud engañosa de grupo en relación con el lugar de origen y el color de la piel".¹²

En general dicen los mismos autores "las personas tienen una idea vaga de las características esenciales de raza, juzgadas no por la realidad, sino por su habilidad de entender sus rasgos típicos, y aún así expresan prejuicios extremos hacia el grupo. Los prejuicios de esta clase parecen ser más que nada un objeto de actitud pública hacia una raza o un símbolo".¹³

En la conformación de estos estereotipos sobre grupos étnicos o grupos en general, se revela la exis-

¹¹ Kattsoff, L. O. *The Design of human behavior*. Educational Publisher, Inc. Saint Louis, 1947, p. 175.

¹² Katz, D. y Braly, Y. K. *Racial stereotypes of 100 college students* Journal of Abnormal Psychology, 28, 1933, pp. 280-290.

¹³ *Ibid.*, p. 290.

tencia de ciertos aspectos dinámicos que de acuerdo a Murphy Gardner podrían ser:

a) El prejuicio "condicionado" que no se presenta con mucha frecuencia y por lo tanto no puede ocupar un sitio de factor primario.

b) La "perspectiva de grupo", o sea la idea generalizada entre los miembros de un grupo de que todo aquello que no pertenece a su grupo es extraño y hasta hostil, idea que surge aún antes de que las personas formen un concepto propio y que está determinada por la concepción general del grupo.

c) La "interferencia y exclusión". Resulta una etapa más elevada del prejuicio y radica fundamentalmente en la concepción de que todas las personas que no son parte de nuestro grupo llegan a interferir en nuestras formas de vida y por ello deben excluirse de nuestro grupo.

El siguiente paso es aquel que conduce de una hostilidad temporal y local, a un prejuicio de carácter general. Se establece un estado de competencia agudo y se acaba por desechar sistemáticamente todo lo que no constituye parte de nuestra forma de conducta.

Son diversos los factores externos que intervienen en la formación de los estereotipos. Desde luego que la propaganda, las emociones, el ambiente

y las experiencias son sólo unas pocas. Importante sitio ocupan todos los medios de comunicación más que para la formación, para la divulgación de estas creencias colectivas. Es interesante efectuar un análisis de los principales medios que intervienen en la formación y divulgación de los estereotipos.

La prensa. Desde luego que no todas las secciones de un periódico contienen materiales que puedan inducir al establecimiento de procesos de opinión pública, como el aquí estudiado. Los reportes del tiempo, las notas financieras, las programaciones diarias, las notas mortuorias, algunos tipos de noticias, etc., son algunos ejemplos de ello. En cambio, otras secciones del periódico tienen una influencia considerable sobre la opinión de los grandes grupos humanos que consultan determinado periódico con cierta asiduidad. Los estándares morales y culturales se ven reflejados e influenciados por las tiras cómicas, las notas sociales, las de tipo rojo, las crónicas sobre importantes acontecimientos locales o universales. Son aun otras partes del periódico las que directamente están indicadas a crear tales procesos o modificar decididamente la opinión y las ideas del público. Desde luego que los editoriales constituyen un certero material; las caricaturas, parte de las líneas dedicadas a los columnistas, las crónicas dedicadas a crear o destruir figuras cinematográficas,

financieras, o en general, personajes públicos, presentan un aspecto completamente tendencioso con el cual fácilmente se llega a establecer las opiniones y los tipos deseados, ya sea en forma voluntaria o inconsciente. Por lo general, cerca de la mitad de cualquier periódico está dedicado a diferentes tipos de anuncios, todos los cuales tienden a establecer en las mentes de los individuos integrantes de un grupo social patrones de vida determinados, necesidades condicionadas y tipos de belleza, vestido, alimentación, habitación, al gusto de la empresa económicamente más poderosa que es aquella que paga los mejores anuncios. Muy frecuentemente estos anuncios llegan a influir, no sólo en determinadas ciudades, sino que se extienden a países enteros y llegan a traspasar las fronteras para ejercer una influencia directa sobre las mentalidades de pueblos, por lo general, de características diversas. Es así que, en nuestro caso, nos hemos visto cada día más influidos por las normas de vida de los norteamericanos a través de sus fuertes medios de propaganda, estilo de vida, que en realidad resulta completamente ajeno a nuestras características psicológicas y sociales pero que, sin embargo y en forma inconsciente, se va introduciendo más profundamente, peligrando en esa forma la conservación de nuestros auténticos valores y rasgos nacionales.

Las artes gráficas. Entre las diversas artes gráficas destacan, en especial, algunas de ellas que pueden ejercer gran influencia en el proceso psicosocial que estudiamos. Ciertas pinturas y estatuas han llegado a ser representativas para determinados grupos sociales. Las caricaturas y las tiras cómicas han comentado muchos hechos históricos; las películas han sugerido muchos estereotipos y han creado y destruido valores sociales y psicológicos; asimismo muchas fotografías que son seleccionadas, para los periódicos constituyen factores que pueden modificar la opinión pública. Ya lo ha dicho Lippmann: "Las representaciones gráficas siempre han sido la forma segura de infundir una idea, e inmediatamente después, las palabras que recuerden en la memoria tales representaciones".¹⁴

Tales representaciones gráficas pueden ser escenas individuales recordadas, situaciones, personas e incidentes, o bien pueden ser grabados actuales, fotografías y similares los cuales se reproducen y distribuyen entre los grandes públicos.

De lo más interesante entre las diferentes manifestaciones de las artes gráficas por su contenido psicosocial, es la revisión de las llamadas tiras cómicas, las cuales ofrecen comedia diversa, sátira de costumbres, comentarios sarcásticos de la vida dia-

¹⁴ Lippmann, W., *op. cit.*, p. 162.

ria, filosofía popular y representación de personajes típicos de grupos ocupacionales nacionales y de características raciales; también encontramos tiras que se ocupan de series continuadas. No hay duda de que estas representaciones populares tienen un efecto enorme en la modificación de opiniones y en la integración de estereotipos. Estas manifestaciones han proporcionado, sobre todo a nuestra niñez y juventud, ideas estereotipadas acerca de las formas de vida en otros lugares y países, o de los integrantes de otros grupos sociales u ocupacionales, ocasionando a veces, la formación de conceptos erróneos y hasta peligrosos y ofensivos, tanto para los niños y jóvenes como para los países o grupos a los cuales se refieren. Con frecuencia encontramos en las tiras cómicas del vecino país del norte descripciones de la vida de nuestros compatriotas indígenas, e invariablemente se les representa como al hombre cansado, holgazán y sucio. En los últimos años tienen amplia circulación las historietas en las cuales los héroes de toda clase de hazañas son norteamericanos, quienes siempre vencen y aniquilan a los perversos originarios de países remotos con nombres eslavos, chinos y rusos. Tales variaciones generalmente de periodicidad semanal, han sido traducidas a diferentes idiomas y se han extendido a varios países, fomentando en sus jóvenes lectores un odio in-

consciente hacia tales naciones que cuentan con personajes tan "nefastos" y "malvados".

Las fotografías de tipo periodístico han influido profundamente en los cambios de opinión ya que el público en general tiene acceso a estas fotografías, las cuales causan más impacto que todas las palabras escritas. Día con día ha aumentado el número de fotografías que aparecen en los periódicos y revistas en sus diferentes secciones. "Las fotografías tienen sobre la imaginación esa clase de autoridad que tenían ayer las palabras escritas y anteriormente la palabra hablada. Aparecen como irrevocablemente reales. Llegan a nosotros, nos imaginamos directamente sin la intervención humana y constituyen el alimento más fuerte que se puede concebir para la mente humana".¹⁵ Desde luego que las fotografías parecen mucho más reales que las tiras cómicas que son el producto de un artista determinado. Sin embargo, no debemos olvidar que casi todo el material fotográfico que aparece en las publicaciones periódicas ha sido precisamente tratado por los fotógrafos y presentado en forma tendenciosa, ocasionando las mismas influencias que la generalidad de tiras cómicas.

El cine. Como agentes de comunicación masiva estos medios han adquirido una importancia mu-

¹⁵ Lippmann, W., *Op. cit.*, p. 92.

cho mayor que cualquiera de las artes gráficas, debido principalmente a la superioridad de las formas pictóricas sobre las impresas en la conformación de las ideas en los individuos. El rápido desarrollo de tales medios ha traído consigo la formación de un nuevo tipo de público al cual se influye mucho más fácilmente sobre cualquier tópico de índole social, económica, moral, etcétera.

Nos atrevemos a asegurar que el cine es el agente de comunicación moderna más efectivo y que ha contribuido en mayor forma a crear un mundo psicológicamente más pequeño, y a difundir con mayor rapidez toda la gama de estereotipos locales e internacionales.

El contenido de las películas es, a todas luces, de gran significación para la integración del proceso psicosocial que nos ocupa, ya que provee muchos símbolos importantes: concepciones difusas de lo que se considera una vida buena o mala, influencias en la moda y comportamientos; simplificaciones de grandes acontecimientos históricos y personales; fijación de actitudes en torno a grupos étnicos, naciones y clases sociales. En forma general, las películas han sido el medio de impresionar más efectivamente la mente de grandes públicos. "Hollywood tiene o puede adquirir las facilidades de producción para cualquier tipo de películas y el contenido de ellas no

está determinado por el personal fílmico, ni por los deseos de productores y directores. El mercado de las películas local e internacional determina el contenido de las mismas".¹⁶

Las producciones de Hollywood acerca de caracteres raciales y nacionales han sido decisivas para la formación de los estereotipos respectivos, los cuales se han infiltrado tan profundamente que sus supuestas características han llegado a ser consideradas por los públicos como verdaderamente inherentes a tal o cual grupo étnico o nación y es así que "para el adicto al cine, los negros son flojos, mortales de corazón alegre que inician un baile con cualquier motivo y que están prontos a romper en cantos espirituales bajo la tormenta más fuerte. Los italianos aparecen como una especie singularmente original, que pueden ser infantilmente alegres o totalmente brutales; sus aptitudes, tal vez debido a algún proceso antropológico, están limitadas al crimen o bien a la cocina. Los suecos, indudablemente son seres lentos dedicados principalmente al mar".¹⁷

En nuestro ambiente, el cine ha contribuido a establecer y difundir más allá de nuestras fronteras, el estereotipo del mexicano, del cual se tiene un con-

¹⁶ Albig, W., *Modern Public Opinion*, p. 414.

¹⁷ Rosten, L. C. *Hollywood*. Harcourt, Brace and Company, Inc., New York, 1941, p. 359.

cepto general que corresponde, principalmente al del charro y del revolucionario. Es así, que en diferentes países sudamericanos y en alguno europeo, se piensa que aún hoy en día, los mexicanos visten del diario el traje de charro y portan pistolas y guitarra. Igualmente se considera que nuestro país vive aún épocas de revolución.

Estas preconcepciones han podido arraigarse tan profundamente en las mentalidades colectivas, debido principalmente a que se trata de imágenes que están en contacto directo, cara a cara con los espectadores. El individuo se ve imbuido de una firme convicción de la veracidad y realidad de estos estereotipos debido a que tiene ante sí imágenes vivas y personales. Las descripciones literarias raramente pueden adquirir tales características, y son precisamente esas características las que resultan tan peligrosas a un análisis lógico y a la confrontación de nuestras propias opiniones. Es por ello que al cine se deben las distorsiones más permanentes de las realidades étnicas, nacionales y sociales; contribuye a ello el hecho de que el individuo se convierte, en su estado de espectador, en un sujeto pasivo, mucho más que frente a cualquier otro medio de comunicación.

El radio y la televisión. No menos importantes para la conformación de los estereotipos, de lo que

han sido los medios de comunicación antes apuntados, lo son el radio y la televisión. Se trata de medios masivos que han acelerado considerablemente el proceso de formación de opinión pública. La celeridad de las comunicaciones incrementa los procesos de opinión y de decisión pública en muchos de sus puntos; y una de las características fundamentales es la de hacer cambiar más rápidamente los pensamientos populares. Desde la aparición del radio se ha podido contar con un medio de gran efectividad para conformar las opiniones de los grandes públicos. Y, desde luego, las preferencias por diversas formas de expresión, canciones, anuncios etc... se construyen y modifican con una enorme rapidez. Sin embargo estos medios de difusión llevan en sí un peligro el cual no existe en aquellos grupos sociales en los cuales ya se ha logrado integrar un marco de valores bien definidos y fuertemente arraigados; en ellos los rápidos medios de comunicación constituyen un gran sistema de educación masiva. Pero no sucede lo mismo en los grupos que cuentan aún con valores en transición, inestables y confusos; aquí, tales medios pueden llevar fácilmente a la confusión social, ya que al presentar una multiplicidad de impresiones y puntos de vista en forma inadecuada para el público, sólo se logra originar una fuente de verdadero caos psicológico colectivo.

Es indiscutible que el radio y la televisión pueden llegar a contar con un auditorio de millones de personas, entre las cuales las hay alfabetas y anal-
fabetas, cultas e incultas, de diferentes credos religiosos, clases sociales y grupos étnicos aún dentro de un mismo país. Sobre todas ellas, estos instrumentos pueden realizar una labor de gran trascendencia social y política. Se pueden constituir en los medios más adecuados para una educación masiva, pero también pueden ser los instrumentos de control más poderosos una vez en las manos de un dictador. El radio y la televisión pueden ser, y en la generalidad de los países así es, meros instrumentos que enfatizan y difunden los sistemas políticos imperantes; pero indudablemente que su influencia sobre cada vez mayor número de personas y grupos humanos, los convierte en las agencias más poderosas de información popular, la cual puede llegar a ser tendenciosa o veraz; es por ello que se puede fácilmente captar la enorme influencia que estos medios ejercen en la formación, entre grandes masas humanas, de ciertos estereotipos.

En México la situación de la radio-televisión es singular; a pesar del gran desarrollo que han presentado en los últimos años y del adelanto técnico de estos medios de comunicación masiva, el reparto de los consumidores es muy desigual, ya que

mientras el radio está muy generalizado, la televisión se encuentra poco difundida en nuestro territorio.

Del artículo "Comunicación de masa y vida urbana en México" de Claude Bataillon, podemos confirmar la idea general acerca de estos medios, dice el autor:

Las estaciones emisoras no recibiendo ningún recurso del Estado ni de los radio-escuchas-espectadores para quienes la mercancía es gratuita, la difusión depende exclusivamente de los presupuestos publicitarios de que dispone. Por lo demás el precio de los receptores de radio ha bajado a un nivel que los vuelve accesibles a gran número de estratos de población, llegando hasta los más modestos. Si el valor cultural de la producción radiofónica es baja en general, difunde elementos de un folklore estandarizado y es el sostén principal de las industrias de productos de consumo de masas, desde los refrescos a los aparatos eléctricos para el hogar. La televisión difunde una producción análoga, pero su clientela es mucho menos numerosa.¹⁸

¹⁸ Bataillon, Claude: "Comunicación de masa y vida urbana en México", en *Rev de Ciencias Políticas y Sociales*, Año IX, Núm. 32, p. 152.

Una breve revisión estadística del Censo de 1960, nos permite darnos cuenta del reparto de los consumidores de radio y televisión en nuestro país. El Censo nos proporciona para cada entidad el número de viviendas que poseen radio y las que cuentan con televisión y al mismo tiempo conocemos el total de viviendas. Con base en esos datos, elaboramos las proporciones que a continuación comentaremos.

En los siguientes Estados más del 30% y menos del 50% de los hogares poseen radios: Baja California, Estado y Territorio, Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Sonora, Tamaulipas, Aguascalientes, Jalisco y el D. F. Entidades predominantemente norteafricanas con fuerte influencia norteamericana ya que la mayoría de ellas son fronterizas y sus emisoras se convierten en estratégicas para la publicidad a partir de la frontera de los Estados Unidos.

El radio llega de un 15 a un 30% de los hogares en una gran zona del país, que abarca, tanto entidades del norte, como del centro y la costa del Golfo; son las siguientes: Durango, Sinaloa, Zacatecas, Nayarit, Guanajuato, Colima, México, Michoacán, Morelos, Puebla, San Luis Potosí, Tlaxcala; Veracruz, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo. En esta amplia zona, fuera de las potentes estaciones del D. F. "choca la multiplicidad de esta-

ciones poco potentes algunas veces implantadas en pueblos de 5,000 habitantes, cuyo radio de acción es en general más local que regional".¹⁹

Predomina, aquí, indudablemente un criterio comercial. La proporción de aparatos existentes en los hogares es menor del 15% en los Estados de: Hidalgo, Querétaro, Guerrero, Oaxaca y Chiapas. Con excepción de los dos primeros, los restantes quedan situados en la región más pobre por lo que se refiere a emisoras; parece tratarse de una zona poco comercializada y apartada tanto por las pocas comunicaciones, como por la misma topografía.

Menos del 1% de los hogares mexicanos poseen aparatos de televisión. Destacan por el número de ellos la Baja California y el D. F., con una penetración del 0.4 al 0.7% en Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Sonora, Tamaulipas, Aguascalientes y Morelos. Menor número de telerreceptores en relación al número de viviendas, se da en Guanajuato, Jalisco, Colima, México, Michoacán y Querétaro. No tiene significación este medio de comunicación en los restantes Estados de nuestro territorio.

De este somero análisis podemos concluir que en nuestro país la difusión oral y visual penetra probablemente zonas rurales de escasa cultura a las cuales puede influenciar poderosa y peligrosamente, ya

¹⁹ Bataillon, Claude, *op. cit.*, p. 153.

que estos medios de comunicación masiva se encuentran en manos de capitales privados nacionales y extranjeros y su finalidad primordial es la publicitaria, destinada al consumo masivo. El Estado podría y debería ejercer un mayor control a fin de que esta comunicación oral colaborara a incrementar el desarrollo cultural del país, preservar sus tradiciones y valores netamente nacionales.

La radio, y en fechas más cercanas, la televisión, han venido divulgando en nuestro país, y posiblemente en algunos otros sudamericanos, sistemas de vida, pensamientos, actitudes, completamente ajenos a nosotros. Las frecuentes series de novelas cortas de manufactura norteamericana nos pintan personajes cuya psicología nos es totalmente ajena, situaciones a las cuales no estamos acostumbrados, problemas sociales y personales poco frecuentes en nuestro medio. Todo ello, no sólo establece estereotipos con referencia al país que estamos observando, sino que influye de una manera indirecta en nuestras propias mentes. Con frecuencia sabemos de personas, principalmente amas de casa, que desean poseer una mansión como las que presentan en tal o cual serie, o llevar una vida como la de tal o cual heroína. Los jóvenes, hombres y mujeres, se desviven por realizar las hazañas propias a los adolescentes de aquel país, o simplemente comportarse socialmente

en la misma forma en que ellos lo hacen. Los niños, desean insistentemente portar los trajes de "sheriff" o del "marshall". Lentamente se van infiltrando en nuestra mente formas de vida extrañas a las nuestras, con las cuales nada tenemos en común, ni nada nos liga con sus tipos de héroes. Poco a poco se va desligando, nuestra niñez y nuestra juventud, de sus valores nacionales, de sus formas de vida tradicionales, y aún de sus alimentos populares.

Es, principalmente la televisión, más que el radio, la que ha contribuido a la mayor formación de estereotipos, debido a que se ha venido a constituir en el instrumento más potente en toda la historia de las comunicaciones. "El impacto de la televisión ha sido evaluado en tres veces más que el del radio. La televisión es personal e íntima; ofrece la oportunidad del contacto cara a cara con millones de personas en forma simultánea, y provee, en los acercamientos televisados de caras que reflejan emociones y emiten palabras y sonidos, un contacto mucho más directo que el teatro o el cine. Parece ser que su intimidad puede llegar a ser mucho más estrecha que la posible en el contacto personal, ya que el espectador puede concentrarse en la percepción de los personajes de su pantalla sin tener que dividir su atención en tratar de causar cualquier clase de impresión en su compañero. Y, desde luego, que las

caras que vemos en la televisión presentan mucho más movilidad que muchas de las máscaras maquilladas de las actrices o actores de Hollywood. En otro sentido, la televisión requiere un esfuerzo menor que el del radio. Es mucho más sencillo ver que escuchar. La intensidad con la cual el espectador atiende a lo que ve y a lo que escucha no ha llegado a ser estudiada aún. Puede ser que gran parte del auditorio descanse plácidamente frente a las figuras, presentando poca atención a los sonidos y dejando descansar su imaginación por la contemplación de las imágenes".²⁰

Los espectadores ven televisión principalmente para entretenerse, muy ocasionalmente, para instruirse. El televidente pasa horas y más horas frente a su aparato, horas que generalmente son de descanso y de un estado psicológico pasivo y receptivo. En los Estados Unidos de Norteamérica, las familias con aparatos de televisión operaron éstos, en el año de 1954, un promedio de 4 horas al día (4 horas y 46 minutos).

Poco es lo que se ha podido estudiar acerca de las razones por las cuales el espectador ve televisión, qué tan atentamente y con cuánta intensidad presta atención a lo que ve y escucha; qué es lo que se le ofrece para ver y escuchar. Desde luego que

²⁰ Albig, William, *op. cit.*, p. 475.

han sido los Estados Unidos de Norteamérica, de nuestro continente; el país en el cual se han llevado a cabo la mayor diversidad de investigaciones al respecto, pero aún ahí, poco es lo que se ha realizado. Se sabe, por ejemplo, que "cerca del 20% o sea uno de cada cinco minutos del tiempo de visión, se ha pasado viendo y escuchando anuncios comerciales. Aparte de este estudio acerca del contenido de los anuncios, se han llevado a cabo un cierto número de estudios sobre el contenido de la televisión, utilizando diversas categorías clasificatorias de dichos contenidos. La investigación más completa y seria ha sido la realizada por Dallas Smythe para la Asociación Nacional de Programas Educativos. Estos estudios tomaron como muestra una semana completa de televisión".²¹ De este estudio se desprende lo siguiente: tanto en las poblaciones pequeñas como en las grandes urbes, son los programas de entretenimiento y de información los que ocupan los más altos porcentajes; pero con una cifra mucho más alta para los primeros, los cuales comprende poco más de las tres cuartas partes del total. Son, por lo contrario los programas de tipo orientativo aquellos con poca significación, se trata de programas en los cuales el interés principal es el de alterar ciertas actitudes y valores. También se puede mencionar, que

²¹ Albig, William, *op. cit.*, p. 479.

en el área metropolitana de Nueva York, dentro del alto porcentaje de tiempo dedicado al drama, la categoría que ocupó el lugar principal fue la criminal (15%) e inmediatamente después (7%) los del Oeste.

Si es poco lo que se ha realizado en el vecino país en este aspecto, en nuestro medio, que nosotros conozcamos, sólo se ha efectuado un estudio de índole social sobre las programaciones de la televisión nacional, el que se encuentra realizando la señorita Ramona Ham, titulado: "La Televisión como Técnica Social"*. En su trabajo, encontramos los programas de televisión agrupados en dos grandes categorías: los programas vivos y los programas filmados. Los primeros son aquellos producidos directamente en nuestro país, en tanto que los segundos, por lo general, son series compradas a los Estados Unidos.

En el año de 1962 los programas vivos alcanzaron las cifras que a continuación se mencionan, de acuerdo al tipo de programa:

* Trabajo inédito.

<u>Programas Vivos</u>	<u>Absolutos</u>	<u>Relativos</u>
Informativos	1101	27.5
Novelas y Teatro	862	21.5
Musicales	534	13.3
Cómicos	384	9.6
Comentarios	338	8.4
Sucesos reales	232	5.8
Mesas Redondas	191	4.8
Concursos	115	2.9
Deportivos	114	2.8
Entrevistas	66	1.6
Infantiles	61	1.5
Culturales	8	0.2
	<hr/> 4009	<hr/> 99.9

En ese mismo año la programación filmada, procedente del vecino país, presentó las siguientes variedades:

<u>Programas Filmados</u>	<u>Absolutos</u>	<u>Relativos</u>
Policiaicos	533	52.5
Cómicos	162	15.9
Aventuras	154	15.2
Costumbristas	109	10.7
Documentales	58	5.7
	<hr/> 1016	<hr/> 100.0

En nuestra televisión el total de programas filmados representa el 20% de la programación total, sin embargo el ritmo con que se han incrementado desde el año de 1958 al de 1962 ha sido considerablemente mayor que el de programas vivos, como puede apreciarse en el cuadro siguiente:

	<i>Programas filmados</i>			<i>Programas vivos</i>	
1958	694	100.00		3651	100.00
1959	583	84.00		3702	101.40
1960	765	110.23		4041	110.68
1961	1074	154.76		4240	116.3
1962	1016	146.40		4255	117.54

La base de comparación, en ambos casos, es el año de 1958; y así se aprecia que en tanto que los programas filmados aumentaron en un 46% en los cinco años, los vivos tan sólo se incrementaron en un 17% con respecto al año de 1958.

Existe un grave peligro en nuestra televisión, la influencia cada vez mayor de los Estados Unidos con sus programas de tendencias policiacas y de estilos de vida que resultan totalmente ajenos a nosotros y que tienden a modificar nuestros conceptos tradicionalistas.

La televisión ha podido estandarizar, con mucha más facilidad que cualquier otro medio, la asociación existente entre los personajes simbólicos y

los grupos, abstracciones o valores que se encuentran representando. La identificación excesiva de las abstracciones, los grupos y los valores con personajes particulares que llegan a constituirse en símbolos, ha sido siempre la respuesta inmediata de los grandes públicos, dando como resultado impresiones personalizadas triviales, muy simplistas y vulgares. De aquí que la televisión haga difusas y estandarice demasiado las imágenes personales, ocasionando con ello la aparición de diversos estereotipos, ya que como hemos apuntado anteriormente, las simplificaciones motivan la formación de estereotipos, sobre todo en los grandes conjuntos humanos.

Contribuye este medio de comunicación a la formación de los estereotipos por su facilidad técnica para modificar, en diferentes formas, la transmisión de un evento o un programa dado. La cámara televisora puede alterar y estructurar un programa a su completo antojo. Inevitablemente se tiene que llevar a cabo una selección, se tiene que poner énfasis en una situación dada, y se tienen que reducir ciertas partes. El operador selecciona aquellos aspectos que desea enfocar, a veces intencionadamente para crear tal o cual impresión sobre el público televidente. Así, se reportó que en una cierta manifestación celebrada en la ciudad de Chicago, las cámaras televisoras enfocaron un público asistente

llo de animación, excitación y entusiasmo, mismos que no fueron percibidos en tal intensidad por los propios asistentes. Mediante selecciones de ciertos momentos televisados, el teleauditorio obtuvo la imagen deseada para tal ocasión. La televisión puede llevar a los hogares imágenes veraces, pero también puede introducir modificaciones de la realidad, que en ocasiones pueden llegar a ser altamente perjudiciales. "Así la correcta presentación de las opiniones de otras personas, del comportamiento de las multitudes, auditorios, participantes en convenciones, de una huelga, de un desfile o cualquier otro evento público, es altamente importante para obtener una opinión popular significativa. La distorsión de la información ocurre en todos los medios, pero puede ser menos notoria en la televisión".²²

²² Albig, William, *op. cit.*, p. 483.

II — RESULTADOS

LA PRUEBA

El total de pruebas que se aplicaron fue de 1,500 de las cuales, como ya dijimos con anterioridad correspondieron 300 a cada una de las zonas del país. Las pruebas se distribuyeron, tanto entre personas del sexo masculino como entre personas del sexo femenino y se procuró que las frecuencias fueran similares para cada sexo. Con ello se trató de averiguar si los estereotipos formados presentaban alguna variación de acuerdo con el sexo de las personas que sirvieron para la obtención de los materiales.

El estereotipo se obtuvo, en primer lugar, para el total del país, es decir para el mexicano en gene-

ral. Una vez con los resultados conocidos, se procedió al cálculo del estereotipo propio para cada zona del país, comparándolos con el general, a fin de obtener la significación de las diferencias que nos permite establecer los caracteres particulares para cada uno de los cinco grupos o regiones.

Los atributos considerados en la lista dan un total de 101 caracteres, de los cuales 21 están presentados en una graduación triple (prieto-moreno-blanco), 66 forman 33 pares de valores opuestos (trabajador-holgazán) y los 14 restantes son caracteres no susceptibles de graduación alguna. La persona entrevistada señaló, por lo general, en los 2 primeros grupos, uno de cada una de las series de caracteres rechazando los 2 restantes cuando la graduación era triple y el opuesto al seleccionar entre pares de valores. Sin embargo, hubo casos en los cuales ya fuera por error o por incomprensión, se subrayó más de un atributo, en tales ocasiones, al efectuar la tabulación se eliminó toda la respuesta con el fin de evitar confusiones de interpretación. Es así que en cada lista de palabras, el total de atributos seleccionados no pudo exceder de 54 caracteres, pudiendo, desde luego, ser un número inferior; ya que no siempre se realizó una selección de cada una de ellas.

Hechas las aclaraciones anteriores podemos pasar al análisis de los resultados obtenidos.

Elaboración estadística: generalidades. Se procedió al cálculo del número de veces que fue seleccionado cada atributo por el total de personas entrevistadas. Esto es, las frecuencias correspondientes a cada palabra. En esta forma se pudo obtener el estereotipo correspondiente al mexicano en general, puesto que los caracteres con mayor número de frecuencias serán los propios para calificar al mexicano. Una vez tabuladas las listas de palabras, se pudo establecer una jerarquía de atributos de acuerdo con el número de frecuencias, ordenadas de mayor a menor, puesto que, indudablemente las palabras con las mayores frecuencias serán las que designen los atributos que corresponden al mexicano, y aquellas que se localizan al final de la lista, carecerán de importancia como características propias del mexicano.

Los procedimientos seguidos para la obtención de los resultados estadísticos que nos van a permitir una interpretación socio-psicológica, fueron muy semejantes, tanto para el estereotipo general del mexicano, como para los estereotipos de cada zona del país. Por esta razón consideramos que es necesario exponer aquí, en forma cuidadosa y detallada la elaboración estadística relacionada con nuestro tra-

bajo, y de esta manera, evitar repeticiones inútiles y cansadas que sólo dificultan la comprensión del estudio. Sabemos, pues, que lo aquí explicado es válido para todos y cada uno de los casos, y que al final de este capítulo, tan sólo se expondrán los resultados estadísticos.

Entre los estudiosos de las ciencias sociales y en particular entre los sociólogos y especialistas en psicología social, se ha intensificado la necesidad de manejar métodos más precisos y objetivos para la realización de sus investigaciones, si desean que éstas ostenten la connotación de científicas. Esta afirmación no sólo es producto nuestro, algunos pensadores así lo han asentado. Calvin F. Schmid dice: "Debe tenerse en cuenta que el desarrollo de toda ciencia se caracteriza por el grado en que los datos y procedimientos cuantitativos y exactos sobrepasan a la simple especulación y a las impresiones cualitativas. La astronomía, la física y la química, son citadas frecuentemente como ciencias "exactas", especialmente porque sus datos y su metodología son relativamente precisos y cuantitativos. No resulta aventurado decir que a medida que las ciencias sociales avanzan de los estados impresionistas y cualitativos, los métodos estadísticos se van haciendo cada vez más importantes. De hecho, en la actualidad, un conocimiento profundo, siquiera de los fun-

damentos de la estadística es parte indispensable del equipo del investigador en el campo de las ciencias sociales".²³

No es exagerado afirmar que en el estado actual al que ha llegado la investigación social en nuestro medio, resulta incongruente llamarse especialista en sociología, si se carece de los conocimientos propios al método estadístico. De aquí la importancia que se ha concedido a esta técnica en las diferentes disciplinas sociales que se estudian como carrera universitaria, entre ellas la propia de ciencias sociales, la de psicología, administración pública, relaciones públicas, antropología, etc... Esta tendencia, que es universal y frente a la cual no han quedado rezagados nuestros planes de estudios universitarios, no obedece meramente, como algunas personas poco enteradas piensan, a una moda científica sin fundamento estable, sino porque esto les proporciona —a los especialistas en ciencias sociales— "unos instrumentos de análisis cuya eficacia no puede parangonarse con la de los procedimientos clásicos de comparación. Entre los resultados que se obtienen por la aplicación de los métodos hasta ahora estudiados y los resultados que pueden

²³ Schmid, Calvin, F. "Conceptos básicos de la Estadística", en Pauline V. Young: *Métodos Científicos de Investigación Social*, Instituto de Investigaciones Sociales, México, D. F., 1960, p. 244.

ser alcanzados mediante el empleo de las técnicas matemáticas existe la misma diferencia que entre la marcha a pie y el empleo de un avión a reacción".²⁴

Sin embargo la utilización de este método puede conducir al extremo contrario, o sea al uso exclusivo de la estadística para conocer de los problemas sociales. Si bien, aun los aspectos cualitativos pueden ser reducidos a un análisis matemático, los investigadores deben contar con la preparación técnica suficiente para saber interpretar los resultados obtenidos y poder discernir cuándo debe ser aplicado el método estadístico o en combinación con cuáles otras técnicas. De no ser así, se corre el riesgo de caer en lo que un estudioso de política en Norteamérica dice al criticar a los especialistas que se dedican casi exclusivamente al empleo de las técnicas matemáticas, tal parece que "estas personas, en cierto modo se parecen al borracho que habiendo perdido su reloj en el fondo de una oscura callejuela, se obstina en buscarlo bajo la luz de gas, porque es el único lugar iluminado".²⁵

Antes de pasar a exponer los resultados obtenidos en esta investigación, en la cual nuestro método de trabajo fue, básicamente, el estadístico, consi-

²⁴ Duverger, Maurice, *Métodos de las Ciencias Sociales*, Demos Calecc. de C. Política. Ed. Arie - Barcelona Caracas, p. 437

²⁵ Duverger, Maurice, *op. cit.*, p. 437.

deramos que será de gran utilidad exponer, en un simple bosquejo, los principios y técnicas más comunes del análisis estadístico y que han sido empleadas para el desarrollo del trabajo.

Por lo general, los autores que se dedican a este tipo de investigaciones suponen que sus lectores conocen el significado de los términos estadísticos, de su cálculo y de su interpretación. Pero, en la mayoría de los casos no sucede tal, y el valor de esos estudios técnicos puede quedar disminuido por una falta de comprensión de los métodos estadísticos. No pretendemos que la presente investigación tenga un alto valor científico, sin embargo, su aportación al conocimiento de uno de los aspectos sociopsicológicos del mexicano, nos inclinan a situar a nuestros lectores en una posición que les facilite captar la metodología empleada. Para ello, y sin pretender aportar nada nuevo, trataremos de familiarizar a aquellos que sean ajenos a la estadística, y sus técnicas, citando con frecuencia a los clásicos en la materia y a aquellos que tienen una mayor experiencia que nosotros.

Elaboración estadística: Algunos conceptos acerca del análisis estadístico. La primera etapa, general a todo trabajo estadístico puede considerarse como previa a la elaboración matemática, ya que en ella se

realizan todas las operaciones indispensables para lograr las diferentes distribuciones de frecuencias.

Para hacer posible cualquier tratamiento estadístico es requisito previo contar con la existencia de unidades. Una unidad estadística para que sea satisfactoria debe poseer, según Harry Jerome en su *Statistical Method*, las cualidades siguientes: "1) propiedad; 2) claridad; 3) mensurabilidad; y 4) comparabilidad. La propiedad de una unidad está determinada por el propósito del estudio. Una unidad apropiada para una clase de estudio, puede no serlo para otra. La claridad implica precisión y simplicidad en la definición. La definición de una unidad debe ser fácilmente comprensible y debe poseer siempre el mismo significado. Las unidades estadísticas satisfactorias deben llenar el requisito de mensurabilidad en el más amplio sentido del término. Las unidades deben expresarse en forma objetiva y cuantitativa, puesto que se emplean para contar y medir".²⁶

Una vez que han quedado claramente expresadas las unidades que se van a emplear, se procede a

²⁶ Jerome, Harry, "Statistical Method"; George A. Lundberg, "Social Research", pp. 67-72. En Pauline V. Young, *Métodos Científicos de Investigación Social*; I. I. S. México, D. F., 1960, p. 301.

la tabulación, o sea al proceso de distribución y recuento de todos y cada uno de los datos obtenidos. Cuando el número de casos no es muy grande, el trabajo de tabulación puede hacerse a mano, pero cuando es elevado, se hace necesario recurrir al procesamiento mecánico o electrónico. El método manual más sencillo consiste en anotar cada caso en el compartimento apropiado de una hoja marcada con líneas o cuadros en la cual se han fijado de antemano las magnitudes en las cuales van a ser anotados cada uno de nuestros casos. Generalmente cada hoja corresponde a un fenómeno especial, ya sea la edad, el sexo, la ocupación, etc. Terminada la tabulación de cada uno de los *items* contenidos en la cédula o en el cuestionario y ya clasificado de acuerdo a su magnitud se han obtenido diferentes distribuciones de frecuencias.

“Se llama distribuciones de frecuencias de una variable al modo de estar distribuidas las frecuencias en los intervalos de clase” nos dicen Yule y Kendall en su *Introducción a la Estadística Matemática*.²⁷ “Las distribuciones muestran las repeticiones de una serie de valores clasificados por orden de magnitudes” es la definición contenida en *Técni-*

²⁷ Yule, G. U. y Kendall, M. G., *Introducción a la Estadística Matemática*; Aguilar, Madrid, 1959, p. 86.

cas de la Estadística Social de Thomas C. McCormick.²⁸

En nuestro trabajo, de índole descriptivo, puesto que los datos provienen de haber estudiado un fenómeno en un momento determinado, obtuvimos series estáticas de frecuencias, que son aquellas en las cuales el criterio seguido en el arreglo o en la ordenación de los datos es el de sus magnitudes, sin intervención del factor tiempo.

En las distribuciones de frecuencias es necesario ordenar los valores consignándolos de menor a mayor o de mayor a menor, según sea el caso, pero evitando las repeticiones al escribir frente a cada magnitud el número de veces que aparece en el conjunto estudiado. En nuestro caso particular trabajamos con series de distribuciones de clases y frecuencias en las cuales "... además de buscarse el orden como en el arreglo o serie sencilla, la condensación conseguida por medio de una distribución de clases y frecuencia se lleva más adelante, mediante la constitución de grupos de valores definidos por un límite inferior y un límite superior; a cada uno de estos grupos se les da el nombre de "clases" y son a modo de casilleros en los cuales colocar los datos; el recuento

²⁸ McCormick, Thomas C. *Técnica de la Estadística Social*, F. C. E., 1954, p. 74.

del número de casos comprendidos entre los valores límites de cada clase (o sea el número de casos que tienen un valor superior al límite inferior, e inferior al límite superior de la clase correspondiente) da un valor que se conoce como 'frecuencia' de clase. De este modo, una serie de clases y frecuencias está constituida esencialmente por tres columnas: una que contiene los límites inferiores de las clases, otra que contiene los límites superiores de las mismas y, frente a ellos una tercera conteniendo las correspondientes frecuencias de clase".²⁹

Entre las series de frecuencias elaboradas para el presente trabajo, figuran los dos tipos siguientes: series binomiales y series asimétricas, pero regulares, que no deben ser tratadas como las binomiales. Las primeras correspondieron fundamentalmente al arreglo de las edades de los sujetos que respondieron la prueba, en tanto que las asimétricas se integraron con base en las frecuencias correspondientes a las características del estereotipo.

"Las series de frecuencias de tipo binomial son aquellas cuyas ordenadas corresponden a los términos del desarrollo de un binomia. Su representación

²⁹ Uribe Villegas, Oscar, *Técnicas Estadísticas para Investigadores Sociales*. Instituto de Investigaciones Sociales. México, 1957, p. 34.

gráfica tiene la conocida apariencia de una campana y, por esto, las frecuencias son mínimas en los extremos y máximas en el centro".³⁰ En nuestros estudios, más que curvas propiamente binomiales, hemos trabajado con curvas normales, también llamadas curvas de Gauss o curvas de error o de probabilidades. "Se diferencia —la curva normal— de la distribución binomial en que representa una variable continua que puede tomar un valor cualquiera en la escala de las X".³¹ Una de las características de esta curva es que sus valores se aproximan, en sus extremos, constantemente al eje de las X, pero sin llegar nunca a tocarlo; o sea que es asintótica. Las atribuciones matemáticas de esta curva y, desde luego, aplicables al campo de la investigación psicosocial son varias, entre las cuales resaltan: La curva normal y su integral poseen una serie de propiedades matemáticas que las hacen útiles y las simplifican.

Muchos de los colectivos estudiados en el curso de una investigación presentan las características propias a la curva normal y aunque no correspondan íntegramente a ella, puede suponerse que la distribución es normal. Así, muchos de los fenómenos estudiados pueden seguir la ley normal, con toda

³⁰ Gómez Robleda, José y D'Aloja, Ada. *La Familia y la Casa*. Instituto de Investigaciones Sociales. México, p. 22.

³¹ McCormick C., Thomas, *op. cit.*, p. 174.

exactitud, o con bastante aproximación. La curva normal presenta diferentes tipos. El primero de ellos puede ser el de la distribución simétrica en la cual las frecuencias van disminuyendo de cada lado del máximo central en forma simétrica. Es característica para las medidas de tipo antropométrico y biométricas; poco usual en la ciencia psicosocial. En esta especialidad, las distribuciones moderadamente asimétricas son más corrientes; en ellas las frecuencias disminuyen con rapidez notablemente mayor hacia uno de los lados del máximo que al otro. A estas curvas se las ha llamado también "oblicuas" y pueden ser positivas cuando la rama más larga va hacia la derecha del máximo y negativa si queda a la izquierda.

Ya hemos anotado que el primer paso necesario para hacer entendible un conjunto de datos numéricos tomados de la realidad, para poder describir correcta y ampliamente un fenómeno, desde el punto de vista estadístico, se hace necesario dar un paso más y exponer las características de la serie mediante unos cuantos números. Esto es de utilidad práctica, ya que hace factible comparar los resultados de dos o más series, así como analizar sus cualidades específicas.

Las distribuciones de frecuencias del tipo antes descrito, presentan dos características en que pueden diferir:

1) "Pueden diferir notablemente en la posición, esto es, en el valor de la variable alrededor del cual se agrupan las frecuencias de cada distribución.

2) Pueden diferir en la extensión en que las observaciones se dispersan respecto al valor central.

A estas dos características podemos añadir un tercer grupo de menor importancia, que comprende las diferencias de asimetría, curtosis, etcétera. . ."³²

Estas dos características distintivas se conocen como la intensidad y la variabilidad de los fenómenos. Las medidas del primer carácter se denominan promedios; las del segundo tipo son las medidas de dispersión. Las medidas de asimetría y curtosis son especiales, cada una de ellas, y de poca utilización en el presente estudio.

Las medidas de intensidad, que son calculadas sistemáticamente para toda distribución normal de frecuencias son las siguientes: la media aritmética (M), el modo (Mo), las cuartilas (Q), el máximo (Mx), y el mínimo (Mn). Las dos primeras son centrales; las cuartilas laterales y las dos últimas,

³² Yule y Kendall, *op. cit.*, p. 118.

extremas. Como puede observarse, son varias las medidas de promedio y surge la necesidad de determinar los caracteres que debe reunir un buen promedio. Según Yule y Kendall serían:

- a) Todo promedio debe poder definirse rigurosamente y no dar lugar a diversas interpretaciones.
- b) Debe basarse en el total de observaciones, pues de otro modo no sería característico a toda la distribución estudiada.
- c) Su estructura matemática no debe ser demasiado abstracta y su naturaleza general será comprensible.
- d) Es conveniente que el promedio pueda calcularse con bastante facilidad y rapidez.
- e) Interesa que el promedio esté influido lo menos posible por las fluctuaciones de las muestras; es decir, que deberán calcularse los promedios sobre las mismas muestras referidas a un material común.
- f) Las más importantes de las condiciones se refieren a que el promedio o la medida elegida se preste fácilmente al cálculo algebraico.

A continuación analizaremos detenidamente cada una de las medidas de intensidad.

"La media aritmética corresponde al punto de equilibrio de una serie de frecuencias; es el promedio más conocido de todos y se utiliza o para caracterizar un conjunto de datos por medio de una sola medida, o para comparar diversos conjuntos de datos de la misma naturaleza. La misma media, además, sirve para calcular otras medidas estadísticas".³³

Es la media aritmética sin duda alguna, la medida central que reúne el mayor número de caracteres propios a un promedio ya que: Está rigurosamente definida y basada en la totalidad de las observaciones; su naturaleza general es fácilmente comprensible y resulta sencilla de calcular. Pero, por lo que se refiere a las fluctuaciones de las muestras, la media se ve afectada en cierto grado, que resulta más intenso, que el propio a la mediana, medida muy similar a la aquí tratada. Es así que en una distribución de frecuencias que contenga valores anormales, ya sean muy grandes o muy pequeños, la media aritmética se verá influida por ellos. Por sus características generales hemos preferido en nuestros cálculos optar por la media esencial de tipo central o promedial.

³³ Gómez Robleda, José y D'Aloja, Ada, *op. cit.*, p. 23.

“... Podemos decir que la media aritmética es la forma de promedio de uso general; su cálculo es sencillo, su valor es casi siempre determinado, se adapta especialmente al cálculo algebraico, y en la mayor parte de los casos está menos afectada que la mediana por los errores de las muestras”.³⁴

El modo (Mo), promedio típico o moda, es el dato sobre el cual se observa la máxima frecuencia. Representa el valor más frecuente y es, sin duda alguna, lo más frecuente, lo que llama la atención, a lo que se presta más atención al tratarse de un fenómeno colectivo.

El modo, o media típica, como la llaman Yule y Kendall, “es una forma de promedio que casi no se presta a usos elementales por la dificultad de su determinación pero que representa, desde luego, un valor interesante de la variable”.³⁵

Generalmente la media aritmética no coincide con el modo y lógicamente no puede reemplazarla, pero sus valores sí se encuentran cercanos. Se da una relación empírica entre la media, la mediana—que no ha sido tratada aquí—y el modo, la cual se realiza con mucha aproximación en todas las dis-

³⁴ Yule y Kendall, *op. cit.*, p. 134.

³⁵ Yule y Kendall, *op. cit.*, p. 135.

tribuciones poco asimétricas. Los valores de estas tres medidas promediales se expresan de la siguiente manera: promedio típico (modo) = media aritmética - 3; o sea, que el modo es igual a la media menos la mediana. Esto es, la mediana se localiza a un tercio de distancia entre la media y el modo, tomada desde la media aritmética. Esta relación se podría recordar más fácilmente si se sigue la idea de Yule, de que las tres medidas se dan en el mismo orden que en el diccionario (media, mediana y modo) y que la mediana está más cerca de la media, igual que en el diccionario.

Entre las medidas que miden la intensidad de un fenómeno colectivo hemos considerado *las cuartilas*, las cuales caen dentro de aquellas llamadas de división, ya que en realidad lo que hacen es dividir o fraccionar la serie de distribución en cuatro partes iguales (con cinco límites). La distribución se puede graduar en tantas partes como deseemos, en cinco (quintilas), en seis (sextilas) en diez (decilas) y de aquí que el nombre genérico a todas ellas sea el de percentilas.

Las cuartilas se aplican, por regla general, a series de frecuencias con datos agrupados, y en realidad, tienen íntima relación con la idea de la mediana, ya que, la cuartila segunda —llamada también mediana— se localiza en la parte media de la serie a

la que divide en dos partes iguales. La cuartila cero y la cuarta coinciden, respectivamente, con el mínimo y el máximo. La cuartila primera marca el límite del primer 25% del total de frecuencias y la cuartila tercera el principio del 75%. Es así, que tan sólo se utilizan, en la práctica estadística, estas dos cuartilas, y ellas forman los límites de la zona de normalidad en la que queda comprendido el 50% de las frecuencias de la zona central de la curva.

En las curvas normales (o de Gauss) y en las binomiales a través del cálculo de las cuartilas, se pueden distinguir, con toda facilidad, las zonas siguientes: del mínimo a la cuartila primera, la zona de deficiencia; de la cuartila primera a la tercera, la zona de normalidad; de la cuartila tercera al máximo, la zona de excedencia. Por arriba del máximo y por abajo del mínimo se sitúan los valores anormales, o aberrantes, o excepcionales, o patológicos.

Estas medidas que nos indican valores de posición, son poco sensibles para los valores extremos y no se prestan a cálculos algebraicos. "Son útiles para analizar una distribución ligeramente asimétrica, porque conservan una relación definida con la distribución, independiente de la forma de esta última".³⁶

³⁶ McCormick C., Thomas, *op. cit.*, p. 151.

Pasemos a continuación al estudio de las medidas que caracterizan la *dispersión* o *variabilidad* del fenómeno colectivo. Estas medidas pueden ser absolutas o relativas. "El carácter absoluto o relativo de estas medidas depende de las unidades en que se calculen o sea, que si las medidas calculadas corresponden a las unidades concretas que se utilizaron para cuantificar el fenómeno de que se trate (como metros, kilogramos, pesos, centavos, etc.), la citada medida es absoluta y sólo puede compararse con otra obtenida en las mismas unidades; cuando la medida de variabilidad es relativa admite toda clase de comparaciones".³⁷

Entre las medidas de variabilidad absoluta, la más usual es la conocida como *desviación cuadrática media*. Son diferentes las expresiones que se han utilizado para denominar esta medida. Generalmente se ha aceptado el nombre de desviación estándar, Yule emplea en su lugar el de desviación típica; Gauss el de error medio; Airy el de error medio cuadrático y error del cuadrado medio. Esta medida es, entre las de dispersión, la que mejor se adapta al cálculo algebraico y, en general, la que reúne los mayores requisitos propios a las medidas de este tipo. Las condiciones que deben reunir son análogas a

³⁷ Gómez Robleda, José y D'Aloja, Ada, *op. cit.*, p. 25.

las mencionadas para las medidas de promedio. Para los estudiosos poco adentrados en la Estadística, la desviación cuadrática media, adolece de un defecto principal: su naturaleza general es poco comprensible; resulta difícil entender todo el complicado mecanismo que ella abarca. Sin embargo, debemos insistir en que es la medida de dispersión absoluta más recomendable, la que debe preferirse en la mayoría de los casos, y la que resulta indispensable de calcular en toda serie de frecuencias, ya que gracias a ella podemos determinar otras muchas medidas.

Cuando deseamos comparar la variabilidad de fenómenos expresados en diferentes unidades, tenemos que recurrir a medidas relativas, que son números abstractos no expresables en ninguna clase especial de unidades. Para ello se establecen coeficientes de variabilidad, siendo el más usual, el conocido como *coeficiente de variabilidad*. "Este coeficiente merece, en rigor, escasa confianza cuando la media está próxima a cero, pero, con tal que se tenga en cuenta su naturaleza, este coeficiente puede ser útil para comparar la variación de los datos procedentes de colectivos de la misma clase".³⁸

Aparte de las medidas ya analizadas de promedio y de dispersión, se calculan también las de *asimetría*. Estas medidas tienden a determinar el

³⁸ Yule y Kendall, *op. cit.*, p. 160.

grado en que una distribución de frecuencias se aleja más o menos de la forma simétrica. Los rasgos característicos propios a ellas son: que se expresen en números abstractos de manera que sean independientes de las unidades en que se mida la variable y que sean iguales a cero cuando la distribución sea completamente simétrica. La medida más conocida y empleada es la establecida por Pearson, la cual es un número abstracto y resulta igual a cero en distribuciones simétricas. Consiste en medir esta característica calculando la diferencia entre la media aritmética y el modo y dividir el resultado entre la desviación media cuadrática. Consiste pues, en comparar, por diferencia, lo típico transitorio (el modo) con el punto de equilibrio, y consecuentemente se mide una tendencia o cambio posterior que ya se está manifestando en forma latente. El resultado de la medida de asimetría está afectado por un signo algebraico. Dicho signo significa el sentido de la tendencia o del cambio que debe expresarse en relación al valor de la media aritmética. Si el signo es positivo, existe la tendencia a aumentar, y si es negativo, lo contrario, a disminuir. Debe insistirse en que lo que se espera que aumente o disminuya, o que permanezca invariable, es el valor de la media aritmética. El valor del grado de asimetría está dado en las mismas unidades, es un número abstracto, y por

ello, todos los grados de asimetría son comparables. El criterio de Pearson no permite establecer límites para sus medidas, sin embargo, en la práctica se ha observado que su valor no suele ser muy alto, y para curvas poco asimétricas, con un solo máximo, es generalmente menor que la unidad. Así, el número que aparece después del signo, indica el grado de intensidad de la tendencia descubierta. Habrá menor asimetría cuando el valor se encuentre más cercano a cero.

A una distribución de frecuencias se le calcula su intensidad, su dispersión, su asimetría, y, finalmente, para que se la considere totalmente descrita, se debe precisar *la ley que rige tal distribución*. "Las series de frecuencias se consideran como funciones matemáticas de dos variables en las cuales la variable independiente "x" corresponde a la escala de valores que se utilizó para cuantificar el fenómeno (edades en años, número de personas, de palabras, etc.) y, la variable dependiente, "y", significa la frecuencia o el número de veces que se repite un dato de la misma magnitud.

La ley que rige la distribución de las frecuencias es la expresión matemática de una función determinada. En general, las series estáticas son funciones binomiales o gaussianas (no siempre) y, las

dinámicas de otra naturaleza (creciente o decreciente).

La ecuación general de estas curvas es bastante complicada y, en la misma, la variable independiente "x" forma el numerador de un exponente fraccionario y negativo al que hay que elevar una cantidad constante. En la dicha ecuación figuran varias constantes: el número de casos ("N"); la raíz cuadrada del doble del número ("pi"); el valor de la desviación cuadrática media y el número "e" que es la base de los logaritmos neperianos".³⁹

El cálculo de las funciones matemáticas a las que se ajustan las curvas de frecuencias se realiza por tres razones: primera, porque se supone que representan las leyes de los fenómenos colectivos estudiados. Segunda, porque todas las observaciones, aún las obtenidas con el auxilio de los equipos más precisos de investigación, siempre están afectadas de errores accidentales. Las frecuencias teóricas obtenidas con base en la ley matemática del fenómeno, han sido depuradas de cualquiera de estos errores accidentales, de aquí, que todo trabajo estadístico que se precie de cuidadoso y completo, deberá incluir la determinación de la ley matemática propia a cada fenómeno estudiado. Y, la tercera razón de

³⁹ Gómez Robleda, José y D'Aloja, Ada, *op. cit.*, p. 32.

este cálculo, es que mediante él, se puede determinar el valor que alcanzará el fenómeno en un momento dado del futuro, siempre que las condiciones imperantes permanezcan iguales o sufran ligeras modificaciones.

Todo lo anteriormente expuesto quedará mejor comprendido al exponer los resultados de nuestro trabajo en la parte correspondiente a la edad de las personas que respondieron la prueba.

La edad, estimada en años cumplidos, fue estudiada por separado en los grupos de hombres y mujeres, puesto que la diferencia entre ambas es de carácter significativo. Este concepto, de la significación de las diferencias, no ha sido aún tratado, puesto que nos referiremos a él un poco más adelante cuando su explicación sea necesaria.

En nuestro trabajo se conoció la edad para un total de 724 hombres y de 705 mujeres, omitieron proporcionar este dato, 71 personas, número que representa el 5% con respecto a las 1,500 estudiadas. En el cuadro siguiente se exponen, en forma comparativa, los resultados obtenidos:

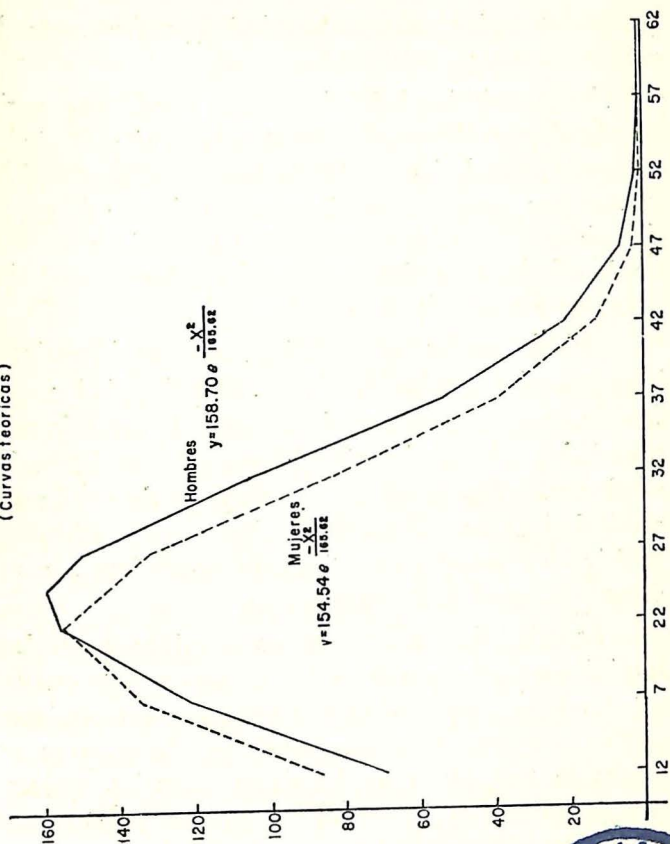
En el cuadro anterior los signos empleados significan lo siguiente: N = número de casos; Mn = mínimo real; Q_1 = primera cuartila; M = media aritmética; Mo = modo o promedio típico; Q_3 = tercera cuartila; Mx = máximo real; s = desvia-

		<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>
N	=	724	705
Mn	=	10	10
Q ₁	=	18.07 ± 0.31	16.79 ± 0.31
M	=	23.75 ± 0.23	21.85 ± 0.23
Mo	=	19.63	18.80
Q ₃	=	26.74 ± 0.31	24.14 ± 0.31
Mx	=	64	59
s	=	±9.10	±9.10
sk	=	+0.45	+0.34
Yo	=	158.70	154.54

ción cuadrática media; sk = grado de asimetría; y , Y_0 = ordenada máxima u ordenada de origen. En la gráfica anexa se encuentran superpuestos los trazos de las curvas de frecuencias para los hombres y para las mujeres así como sus respectivas ecuaciones que expresan la ley matemática del fenómeno.

Al observar los resultados estadísticos podemos afirmar que por lo que se refiere a los hombres, la edad media que caracteriza al conjunto estudiado fue de 23.75 años, o sea, en números redondos, de 24 años, con una zona de normalidad que va de los 18 a los 27 años. Es decir, que se trata de un grupo homogéneo con las características propias de las personas que pertenecen predominantemente a la etapa evolutiva de la juventud. La edad mínima aparecida fue de 10 años y la máxima de 64. El modo o

EDADES HOMRES Y MUJERES
(Curvas teóricas)



promedio típico, o sea, la edad más frecuente de esta serie correspondió a los 20 años.

La variabilidad del fenómeno quedó expresada por la desviación cuadrática media y el coeficiente de variabilidad, los cuales indican que se trata de curvas con poca fluctuación en sus datos. El grado de asimetría, positivo, señala la tendencia a aumentar la edad media del grupo, y su valor no está demasiado alejado del cero.

Por lo que se refiere a las personas femeninas, los resultados son bastante parecidos; la edad media fue de 21.85 años, o sea, de 22 años; la zona de normalidad quedó fijada entre los 17 y los 24 años. La edad menor fue de 10 años y la mayor de 59. La variabilidad es poco intensa, y el grado de asimetría positivo y cercano a cero, indica una tendencia a aumentar la edad media del grupo.

La edad de las mujeres, en términos generales, resultó más baja que la de los hombres; pero quedaron también comprendidas, de manera predominante, en la etapa de la juventud, por lo cual es de esperarse que, tanto los hombres como las mujeres emitan opiniones acerca del estereotipo en las que se encuentre bastante homogeneidad.

La diferencia entre las edades medias de estos grupos, aunque reducida, resultó significativa, es

por ello que no se pudieron considerar las edades formando un solo conjunto.

Las curvas de distribución de frecuencias pueden considerarse normales y en ellas las personas con edades entre los 17 y los 22 años ocupan las más altas frecuencias, y corresponden pocos casos a las adultas, ancianas y niños, quienes vienen a quedar representados en los extremos de las curvas. Esto quiere decir, que se tomaron opiniones de personas de todas las edades con excepción, claro está, de aquellas con pocos años de vida.

Para la determinación del estereotipo general del mexicano y de los habitantes de cada una de las zonas del país, se aplicó la técnica estadística que a continuación explicamos. En primer término se procedió a tabular el número de veces que fue seleccionado cada atributo por el total de personas entrevistadas: 1,500 para el estereotipo general y 300 para cada uno de las diferentes zonas; o sea obtener las frecuencias correspondientes a cada palabra o característica. Una vez tabuladas y concentradas todas las listas de palabras, para cada uno de los grupos y para el total de ellas, se pudo establecer una jerarquía de atributos de acuerdo con el número de frecuencias ordenadas de mayor a menor, puesto que, indudablemente, las palabras con más frecuencias serán las que designen los atributos que correspon-

den al mexicano y aquéllas que se localizan al final de la lista, no vienen a constituir características propias de los mexicanos.

Con base en las palabras ordenadas de acuerdo con el número de veces que fueron seleccionadas, se procedió a integrar series de distribuciones de frecuencias, las cuales correspondieron a funciones matemáticas de tipo rectilíneo decreciente.

Como el número posible de palabras subrayadas es bastante alto (101), los cálculos para obtener las frecuencias teóricas se realizaron valiéndose de un procedimiento que facilitó el trabajo: En lugar de considerar los valores para cada una de las 101 ordenadas, se tomaron las correspondientes a cada décima palabra de la lista, ya ordenada en forma decreciente, y se trabajaron todos los casos con un total de 11 ordenadas.

Hemos dicho que en los seis grupos analizados —las cinco zonas del país y el estereotipo general— se obtuvieron distribuciones de frecuencias de tipo rectilíneo decreciente, de fórmula general: $y = a - bx$. En estas series, invariablemente la "a" que es una constante, representa el máximo de frecuencias seleccionadas, o sea, el punto de origen del fenómeno, y la "b", que es el coeficiente de "x", indica la intensidad con que va disminuyendo el fenómeno, en nuestro caso de una palabra a la subsecuente.

También debemos asentar que en cuanto el valor de "b" está más cercano a la unidad se presentará menor variabilidad de las respuestas, o dicho en otras palabras, los criterios son más fijos y estables. En tanto que los valores de "b" son muy cercanos a cero no se puede hablar de un criterio fijo acerca del estereotipo, sino de una alta variabilidad en las respuestas, puesto que es en estos casos en los que la recta casi viene a quedar paralela al eje de las "x" y entonces a todas las palabras les correspondería el mismo número de frecuencias.

Para determinar las leyes matemáticas correspondientes a las tendencias rectilíneas, adoptamos el método de los mínimos cuadrados. La mayor parte de los estudiosos de la ciencia estadística prefieren este método, más refinado que otros y que puede aplicarse fácilmente a tipos más complejos de tendencias, no sólo a la rectilínea. Este método está concebido de manera que se logran los siguientes resultados:

1. "La suma de las desviaciones verticales a uno y otro lado de la línea recta debe ser igual a cero.

2. "La suma de los cuadrados de todas estas desviaciones, tanto por encima como por abajo de la línea de tendencia, debe ser menor que la suma de

los cuadrados correspondientes a cualquiera otra línea recta que se pueda concebir. Debido a esta segunda característica de la línea en cuestión, al método de ajuste para obtener este resultado se le llama método de los mínimos cuadrados".⁴⁰

Además de calcular las leyes matemáticas, cuya importancia es manifiesta pues permite, mediante ellas, interpretar sociológicamente los fenómenos estudiados, obtuvimos los porcentos correspondientes a cada atributo, y se consideraron como los que determinan los estereotipos de los mexicanos, aquellos cuyos valores relativos acumulados llegan al 50% del total. Al calcular porcentos, lo característico, generalmente, siempre debe dar una cifra cercana o mayor que el 50%, y en ocasiones, como en nuestro caso, un solo dato no alcanza ese por ciento y entonces, se requiere acumular ordenadamente los mismos porcentos para fijar los límites de lo característico.

El concepto de "por ciento", usado con tanta frecuencia en todo tipo de trabajos, corresponde, simplemente, a un caso especial del concepto más general de las proporciones. En realidad, viene a ser una proporción entre dos números. Para entender lo anterior podemos decir que es la razón que existe entre dos cantidades; así, para expresar la razón que

⁴⁰ F. E. Croxton y D. J. Cowden, *Estadística General Aplicada*, p. 360. F. C. E. México.

hay entre 600 y 300, se divide 600 entre 300, lo que da, 2, y se dice que 600 es a 300 como 2 es a 1. Hemos indicado así la relación que el primero de estos dos números guarda con el segundo como una proporción a uno. Si conviniera a nuestros propósitos podríamos expresar la relación como una proporción con respecto a cualquier otro número. Así, podría usarse una proporción con diez, y diríamos: 600 es a 300, como 20 es a 10; podríamos usar una con cien y decir: 600 es a 300 como 200 es a 100. Esta última proporción, con cien, se designa generalmente con el nombre de por ciento (de "per centum"), y así 600 viene a representar el 200% de la cantidad 300.

"Las proporciones se calculan a fin de facilitar las comparaciones. No sólo se reducen los números grandes, sino que se gana mucho comparando una serie de cifras con una base redondeada de 100 (que puede llevarse en la mente) en vez de intentar comparar cada cifra absoluta".⁴¹

Cuando deseamos obtener los porcientos, la cifra total, o sea con la que se hacen las comparaciones se conoce como "base". Se encuentra la proporción o por ciento, dividiendo entre la "base" la cifra que se compara con ella. La cifra se expresa enton-

⁴¹ F. E. Croxton y D. J. Cowden, *op. cit.*, p. 162.

ces en función de la base, o en relación con la base, y por ello, se llama a veces a las proporciones de todas clases "números relativos" o simplemente, "relativos".

"Los porcientos se escriben generalmente con una cifra decimal. Si los porcientos se basan en cifras grandes y especialmente si determinada parte de un total es muy pequeña, puede convenir el uso de más de una cifra decimal. En ocasiones sólo se muestran porcientos enteros y esto hace que las relaciones se comprendan con rapidez. Sin embargo, cuando las variaciones relativas son extremadamente pequeñas, no son suficientes los porcientos enteros".⁴²

En nuestro trabajo, se integraron, para cada uno de los estereotipos, listas de palabras con base en el 50% acumulado, utilizando porcientos con dos cifras decimales, ya que su base fue siempre una cantidad bastante elevada. Las listas de atributos correspondientes a cada una de las cinco zonas del país, presentaron muchas características iguales a las del estereotipo general del mexicano. Por ello se hizo necesario establecer cuáles de estas características pueden ser propias a las personas de cada zona y no meramente trasladadas del estereotipo

⁴² F. E. Croxton y D. J. Cowden, *op. cit.*, p. 165.

general. Para poder determinar lo anterior con un criterio estadístico acertado, se procedió a calcular la significación de las diferencias entre los porcentos de las palabras que forman cada una de las listas; comparando siempre y en forma aislada, cada uno de los estereotipos regionales con el estereotipo general.

En esta forma se pueden establecer claramente los atributos característicos de cada estereotipo (norte, centro, sur, costas y Península de Yucatán) y que vienen a ser aquellos para los cuales la diferencia resultó estadísticamente significativa.

En la mayoría de los casos se obtuvieron bastantes caracteres que determinan cada estereotipo y que proporcionan, tanto una conformación somática como psicosocial de las personas.

La prueba de la significación de las diferencias entre proporciones, viene a formar parte de un concepto más amplio que se refiere a la importancia de las diferencias.

El concepto aquí analizado tiene como fundamento el hecho de que en las investigaciones de ciencias sociales, en la mayoría de los casos, se trabaja con muestras tomadas al azar, pero en tales muestras no se puede tener la seguridad absoluta de que sean fortuitas. "Si se pudiese tener la seguridad de que dos o más muestras se tomaron al azar del

mismo universo o de varios, no habría dificultad".⁴³ Es así que el investigador necesita poder determinar si sus muestras corresponden al mismo universo o proceden de universos distintos. Los valores calculados para dos o más muestras al azar del mismo universo, casi nunca resultan iguales y con frecuencia sus diferencias pueden ser considerables, sin embargo, tales diferencias están motivadas por los errores casuales del mismo muestreo y en realidad no vienen a ser propiamente diferencias. Pero, por otra parte, "muestras tomadas de universos distintos dan estadísticas de valores distintos que representan verdaderas diferencias de los parámetros correspondientes. De aquí se deduce la gran importancia que tiene en las investigaciones basadas en un muestreo distinguir entre las diferencias reales y las accidentales".⁴⁴

Después de la exposición anterior relativa a la técnica estadística aplicada para la determinación de los estereotipos procederemos a anotar los resultados obtenidos con su correspondiente interpretación estadística.

Estereotipo general y estereotipos por zonas.
Se tabularon un total de 1,500 listas, o sea la reunión de las correspondientes a las cinco zonas del

⁴³ McCormick, C., Thomas, *op. cit.*, p. 280.

⁴⁴ McCormick C., Thomas, *op. cit.*, p. 280.

país, para determinar el estereotipo general del mexicano. Para cada una de las zonas se trabajó con 300 listas de palabras. Como ya anotamos con anterioridad, no se distinguieron los dos sexos, ya que los resultados para cada uno de ellos no fueron estadísticamente significativos.

Con base en las palabras ordenadas de acuerdo con el número de veces que fueron seleccionadas, se obtuvieron las funciones matemáticas correspondientes al estereotipo general y a los propios de cada zona del país. Las leyes matemáticas fueron las siguientes:

Estereotipo general:	$y = 1084.65 - 88.14 x \pm 34.10$
Estereotipo del norte:	$y = 252.36 - 23.45 x \pm 5.23$
Estereotipo del centro:	$y = 248.00 - 20.05 x \pm 6.25$
Estereotipo del sur:	$y = 196.72 - 14.96 x \pm 7.03$
Estereotipo de la Península de Yucatán:	$y = 222.45 - 19.84 x \pm 10.77$
Estereotipo de las costas:	$y = 250.18 - 22.78 x \pm 9.92$

Las fórmulas anteriores están indicando que, en todos los casos, se presentaron distribuciones rectilíneas decrecientes, cuyos valores se asemejan bastante, excluyendo, desde luego, el estereotipo general. En términos generales podemos interpretar los resultados matemáticos como indicadores de una

elevada variabilidad de las respuestas lo cual viene a significar que aún no hay un criterio claramente establecido y fijo con respecto a los estereotipos, ni por lo que se refiere al general, ni en forma particular para cada zona del país. El hecho de obtener funciones rectilíneas decrecientes, trae como consecuencias que el mínimo de las palabras que integran cada estereotipo sea bastante alto, lo cual se verá más adelante con mayor detalle.

Las fórmulas, como ya se ha explicado, tienen dos constantes, "a" que es un valor independiente y "b" que es el coeficiente de la variable x. La primera indica el máximo de respuestas obtenidas, y la segunda el grado de intensidad con que va disminuyendo el fenómeno.

Se observa que en ninguno de los casos los valores de "a" llegan a cubrir el total de listas aplicadas, lo cual puede deberse a la necesidad de eliminar listas, por contener errores o pertenecer a personas de otra nacionalidad.

Los coeficientes de "x" son, en nuestro caso, de gran importancia, porque, en primer lugar indican el número de frecuencias que separan cada atributo, es decir, que a partir de los valores de "a" a las subsecuentes características les corresponden frecuencias que disminuyen de acuerdo con los valores de "b". Vemos así que para el estereotipo general del attri-

buto más importante recibió un total de 1085 selecciones y a partir de esa cantidad, a las subsecuentes características les correspondieron frecuencias que cada vez disminuyeron en 9 unidades. Para los estereotipos de las zonas, en términos generales, el atributo principal acumuló alrededor de 250 frecuencias y el número de selecciones que separa un carácter del inmediato inferior fue, aproximadamente, de dos unidades.

Estos valores de "b" tienen, sin embargo, una función más significativa, puesto que mientras es mayor este valor y por lo tanto más cercano a la unidad, tiende a uniformar el criterio con respecto al estereotipo y es así que podemos afirmar que los estereotipos mejor formulados, con base en una uniformidad de criterio más fuerte son los del norte y los de las costas, en tanto se presenta una variabilidad cada vez mayor para los del centro, la Península de Yucatán y el sur respectivamente.

Una vez establecidas las leyes matemáticas propias de cada estereotipo, se calcularon los porcentos correspondientes a cada atributo, para formar las listas de palabras que contengan el estereotipo propio de cada región. Siguiendo los procesos ya explicados con anterioridad, llegamos a los siguientes resultados:

En primer lugar expondremos el *estereotipo*

general del mexicano, que es el resultado de considerar las sumas de todas las regiones.

Como ya se vio anteriormente, se requirió de bastantes palabras para alcanzar el nivel del 50%, en virtud de que se obtuvo un decrecimiento rectilíneo. Es así que el estereotipo general del mexicano quedó integrado por los siguientes atributos, presentados en orden decreciente.

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
Alégre	1103	1.99
Hospitalario	1056	1.90
Limpio	1032	1.86
Sociable	991	1.79
Optimista	989	1.79
Valiente	972	1.76
Franco	959	1.73
Sincero	940	1.70
Divertido	937	1.70
Trabajador	880	1.59
Leal	847	1.53
Activo	844	1.53
Religioso	842	1.52
Chistoso	839	1.52
Comunicativo	824	1.49
Ingenioso	815	1.47
Mal Hablado	810	1.46
Servicial	797	1.44
Moreno	796	1.44

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
Cortés	760	1.37
Despreocupado	759	1.37
Supersticioso	749	1.35
Orgullosos	742	1.34
Agresivo	741	1.34
Espléndido	708	1.28
Emprendedor	675	1.22
Malicioso	673	1.22
De peso medio	668	1.21
Chismoso	660	1.19
De estatura media	656	1.19
Soñador	656	1.19
Bien parecido	650	1.17
Desconfiado	650	1.17
Se cree superior	649	1.17
		49.99

De la lista anterior se observa que los caracteres significativos mayormente seleccionados corresponden a características positivas, en su mayoría, así como a cualidades de actitud frente a la vida. Los calificativos de índole somática son muy pocos y caracterizan el aspecto exterior del mexicano en la forma siguiente: moreno, de peso medio y de estatura media.

El estereotipo de las personas del norte quedó formado con los siguientes atributos:

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
1. Franco	244	2.24
2. Trabajador	235	2.16
3. Activo	232	2.13
4. Valiente	225	2.07
5. Limpio	223	2.05
6. Divertido	221	2.03
7. Alegre	220	2.02
8. Bien parecido	218	2.00
9. Alto	216	1.98
10. Sincero	213	1.96
11. Optimista	210	1.93
12. Hospitalario	204	1.87
13. Emprendedor	203	1.87
14. Sociable	200	1.84
15. Leal	194	1.78
16. Fuerte	192	1.76
17. Ingenioso	182	1.67
18. Agresivo	181	1.66
19. Orgullosa	178	1.63
20. Laborioso	175	1.61
21. Veraz	171	1.57
22. Se cree superior	166	1.52
23. Ahorrativo	165	1.51
24. Mal hablado	159	1.46
25. Cortés	155	1.42
26. De peso medio	154	1.41
27. Religioso	153	1.40
28. Previsor	152	1.40
29. Revolucionario	151	1.39

51.34

De la lista anterior podemos observar, que la mayoría de atributos corresponden a cualidades de tipo psicológico y que hay pocos caracteres que permitan una descripción somática de las personas norteñas; sin embargo, se puede decir que resultaron altas, fuertes y de peso medio.

También puede observarse que muchas de las características son las mismas que las del estereotipo general; es por ello que se hace necesario establecer cuáles de estas características pueden ser propias a las personas del norte.

Para poder establecer lo anterior con un criterio estadístico acertado, se procedió a calcular la significación de las diferencias entre los porcentos de las palabras, que forman la lista general y la del norte.

En esta forma se pueden establecer claramente los atributos característicos del estereotipo del norte que son aquellos para los cuales la diferencia resultó estadísticamente significativa.

En el presente caso, la mayoría de los atributos tienen carácter representativo propio para la zona norte del país, anotaremos a continuación la lista de atributos que constituyen el estereotipo del norte.

Franco, trabajadores, activos, valientes, divertidos, bien parecidos, altos, sinceros, emprendedores, leales, fuertes, ingeniosos, agresivos, laboriosos,

veraces, se creen superiores, ahorrativos, de peso medio, previsores y revolucionarios.

Los restantes atributos* que resultaron estadísticamente determinados por el azar, son propios a todos los mexicanos, pero no exclusivos a los norteños.

Estereotipo de la Península de Yucatán. Las personas naturales de la Península de Yucatán han sido calificadas en forma diversa a las del norte, como veremos a continuación.

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
1. Limpio	244	2.47
2. Hospitalario	230	2.33
3. Alegre	227	2.30
4. Divertido	211	2.13
5. Sincero	201	2.03
6. Sociable	198	2.00
7. Chistoso	193	1.95
8. Optimista	192	1.94
9. Trabajador	177	1.79
10. Comunicativo	176	1.78
11. Franco	175	1.77
12. Religioso	175	1.77
13. Bajo	169	1.71

* Limpio, alegre, optimista, hospitalario, sociable, ingenioso, mal hablado, cortés y religioso.

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
14. Cortés	166	1.68
15. Servicial	163	1.65
16. Moreno	160	1.62
17. Educado	156	1.58
18. Leal	153	1.55
19. Activo	152	1.55
20. Ahorrativo	148	1.50
21. Mal parecido	148	1.50
22. Soñador	146	1.48
23. Gordo	143	1.45
24. Ingenioso	138	1.40
25. Orgullosa	137	1.39
26. Valiente	136	1.38
27. Chismoso	133	1.35
28. Se cree superior	133	1.35
29. Fuerza media	132	1.34
		49.74

De este conjunto de 29 atributos característicos de los yucatecos se procedió—en la misma forma que en el grupo anterior— a buscar aquellos específicamente propios a esa zona, mediante la significación para diferencias entre porcentos. Es así que se puede formular una nueva lista en la cual han quedado excluidos los caracteres generales al estereotipo del mexicano.

Las personas de la Península de Yucatán son: *limpias, hospitalarias, alegres, divertidas, sinceras; chistosas, comunicativas, religiosas, de estatura baja, corteses, educadas, ahorrativas, mal parecidas, soñadoras, gordas y de fuerza media.*

Dos son los atributos que establecen el aspecto somático del yucateco: de estatura baja y gordo. Las restantes características se refieren a su forma de actuar ante la vida y frente a sus relaciones humanas. Es de observarse que se trata de cualidades positivas.

Estereotipo del Centro. Los conceptos comprendidos para integrar el estereotipo del centro del país, son los siguientes:

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
1. Moreno	226	1.74
√ 2. Religioso	221	1.71
√ 3. De estatura media	211	1.63
√ 4. Sociable	207	1.60
5. Malicioso	204	1.57
6. Valiente	203	1.57
7. Alegre	202	1.57
8. Divertido	201	1.56
9. Desconfiado	198	1.53
10. Optimista	197	1.53
11. Despilfarrado	194	1.50
12. Ingenioso	193	1.50

<i>Atributos.</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
13. Hospitalario	191	1.47
14. Limpio	190	1.47
15. Soñador	190	1.47
16. Agresivo	187	1.44
17. Despreocupado	186	1.44
✓ 18. Interesado	185	1.43
19. Leal	185	1.43
20. Espléndido	180	1.39
21. Orgullosa	179	1.38
22. Trabajador	179	1.38
23. Activo	178	1.37
↙ 24. Fanático	177	1.37
25. Bien parecido	176	1.36
✓ 26. Supersticioso	175	1.36
27. Chistoso	174	1.34
28. De fuerza media	173	1.34
29. Mal hablado	172	1.33
30. Egoísta	171	1.32
✓ 31. Desordenado	170	1.31
32. Chismoso	168	1.30
33. Se cree superior	166	1.28
34. Comunicativo	164	1.27
35. Ahorrativo	163	1.26

50.52

La lista anterior comprende un total de 35 atributos, de los cuales resultaron específicamente propios a las personas del centro 13 de ellos. Los res

tantes constituyen características generales a todos los mexicanos. De acuerdo a la técnica estadística empleada en los grupos anteriormente analizados, los atributos que nos proporcionan el estereotipo propio del Centro de la nación son: *Moreno, de estatura media, malicioso, despilfarrado, soñador, interesado, fanático, bien parecido, de fuerza media, egoísta, desordenado y aborrativo.*

Como puede observarse por lo que se refiere al aspecto exterior, estas personas resultan: morenas y de estatura baja. Los atributos, en su mayoría, son de tipo negativo y señalan una actitud igualmente negativa ante la vida y frente a las relaciones con los semejantes.

Estereotipo de las Costas. El 50% acumulado que limita lo característico ha comprendido un total de 30 palabras las cuales son las siguientes, expuestas en orden decreciente.

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
1. Alegre	265	2.39
2. Divertido	250	2.26
3. Mal hablado	239	2.16
4. Hospitalario	231	2.09
5. Valiente	224	2.02
6. Optimista	223	2.02
7. Franco	221	2.00

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
8. Sociable	213	1.92
9. Sincero	210	1.90
10. Comunicativo	200	1.81
11. Chistoso	197	1.78
12. Servicial	191	1.72
13. Limpio	187	1.69
14. Supercioso	184	1.66
15. De estatura media	179	1.62
16. Despreocupado	175	1.58
17. Ingenioso	175	1.58
18. Fuerte	168	1.52
19. Leal	165	1.49
20. Agresivo	162	1.46
21. Desordenado	161	1.45
22. Moreno	161	1.45
23. Burlón	152	1.37
24. Despilfarrado	152	1.37
25. Espléndido	152	1.37
26. Chismoso	151	1.36
27. Malicioso	149	1.35
28. De inteligencia media	148	1.34
29. De peso medio	144	1.30
30. Mal educado	142	1.28

50.31

Sin embargo, no todas las palabras comprendidas en la lista califican al costeño, solamente aquellas cuya diferencia porcentual con respecto al este-

reotipo general resultó estadísticamente significativa. Es así que se reducen a 16 atributos exclusivos permaneciendo los restantes (14) como propios al mexicano. En función de lo anterior, los costeos son: *alegres, divertidos, mal hablados, valientes, francos, comunicativos, chistosos, serviciales, supersticiosos, de estatura media, fuertes, desordenados, burlones, despilfarrados, de inteligencia media y mal educados.*

Los atributos, en su mayoría positivos, indican el enfrentarse a la vida con una actitud optimista, abierta y positiva, tan sólo una característica se refiere al aspecto exterior: el ser de estatura media.

Estereotipo del Sur. La última zona considerada es aquella que comprende la región del sur del país.

Las frecuencias acumuladas que cubren el 50% requerido como zona de normalidad han quedado representadas por un total de 36 atributos los cuales vienen a determinar el estereotipo de los sureños. Esos caracteres son:

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
1. Hospitalario	200	1.87
2. Alegre	189	1.76
3. Limpio	188	1.76
4. Supersticioso	186	1.74

<i>Atributos</i>	<i>Frecuencias absolutas</i>	<i>Frecuencias relativas</i>
5. Valiente	184	1.72
6. Franco	177	1.65
7. Sincero	176	1.65
8. Sociable	173	1.62
9. Optimista	167	1.56
10. Religioso	165	1.54
11. Divertido	154	1.44
12. Mal hablado	153	1.44
13. Cortés	152	1.42
14. Despreocupado	152	1.42
15. Trabajador	152	1.42
16. Leal	150	1.40
17. Activo	147	1.37
18. Servicial	141	1.32
19. Comunicativo	140	1.31
20. Agresivo	138	1.29
21. De estatura media	134	1.25
22. Reposado	132	1.23
23. Espléndido	131	1.22
24. Orgullosa	131	1.22
25. Chistoso	130	1.21
26. Ingeniosos	127	1.19
27. Moreno	127	1.19
28. Interesado	126	1.18
29. Chismoso	125	1.17
30. De inteligencia media	125	1.17
31. Fanático	123	1.15
32. Educado	122	1.14
33. De fuerza media	122	1.14
34. Desconfiado	121	1.13
35. Desordenado	120	1.12
36. De peso medio	119	1.11

De los atributos anteriores solamente resultó específico para la zona del sur del país el carácter supersticioso, en tanto que los restantes pueden ser interpretados como propios a todos los mexicanos. Lo anterior queda comprobado si recordamos que la ecuación matemática que mide la variabilidad en la integración del estereotipo, nos está indicando que es esta la zona en la cual hay un menor criterio acerca de la formación del estereotipo posiblemente fundado en cierta vaguedad del término "sur" el cual puede proporcionar una idea menos precisa de la zona.

III. INTERPRETACIÓN

Acerca de lo que son, o se piensa que son, los mexicanos, se han escrito algunas obras; generalmente se trata de trabajos de psicología en los cuales se busca definir a las personas según su pertenencia a determinados grupos o clases sociales. Estos trabajos, casi todos ellos de índole teórica, tienen una significación muy distinta a los experimentales, y es por ello que sus autores han presentado la imagen de un mexicano que no siempre corresponde a la realidad y, mucho menos, a la idea que los mismos mexicanos tienen o se han formado de sus compatriotas. "Generalmente ocurre que se divulgan ideas más o menos ingeniosas a veces y en ocasiones, completamente falsas, acerca de la psicología de las personas según su nacionalidad. Estas ideas se encuen-

tran en todos los países, se forman por mecanismos conocidos y, generalmente, se difunden eficazmente por medio de la propaganda al servicio de intereses políticos. Aun cuando sean falsas total o parcialmente, influyen de manera importante en la sociedad por cuanto que son, realmente, criterios operantes".⁴⁵ Las palabras antes transcritas corresponden a la formación de los estereotipos en los diferentes países y así ha ocurrido en el nuestro en donde han surtido efecto la divulgación de algunas obras, principalmente pertenecientes al cine y la radio. Con frecuencia se ha llegado a considerar como prototipo del mexicano, el individuo perteneciente a determinada clase social y así lo aclara el Dr. Gómez Robleda en su obra antes citada; sus palabras con las cuales convenimos totalmente dicen al texto: "Otro es el caso de quienes confunden lo que en realidad más bien corresponde a la psicología de una clase social con la de una nacionalidad. Algunos escritores —que son más que investigadores, pensadores— han presentado como psicología del mexicano la psicología de la clase pobre, que evidentemente es universal".⁴⁶

⁴⁵ Gómez Robleda, José, "Psicología del Mexicano", *Cuadernos de Sociología*; U. N. A. M., p. 53.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 53.

Motivo de un estudio concreto sería el investigar y analizar todo aquello que se haya escrito acerca del mexicano, ya sea describiendo su psicología o sus costumbres o cualquier otro aspecto de su vida, como individuo o como miembro de un grupo en particular. Sabemos que existen numerosas obras al respecto, no sólo publicadas en este siglo, sino producto de autores que vivieron en épocas de la Colonia, de la Reforma, etc. Sin embargo, la mayoría de tales trabajos son completamente de índole novelesco, sin una base científica ni una clara visión de lo que estaban realizando.

En fechas más cercanas a nosotros algunos investigadores se han preocupado por aclarar lo que es el mexicano. Desde hace varias décadas el mismo autor arriba mencionado ha venido compilando datos acerca de los mexicanos, muy particularmente de los jóvenes y adolescentes. Con estos informes se han elaborado diversos trabajos de índole varia: biotípologica, psicológica, sociológica, económica y hasta fisiológica. Numerosas personas, todas ellas con preparación científica aunque aún no de fama en los diversos campos, han contribuido a dar a conocer una imagen real del mexicano. Se ha hablado de la vocación profesional, de la delincuencia juvenil, de los problemas de los estudiantes, de los sueños de los adolescentes del biotipo del mexicano; quedan

aún por darse a conocer diferentes aspectos acerca de la personalidad del mexicano, pero aún careciendo de ellos, seguramente que con lo anteriormente mencionado se puede llegar a establecer una clara y válida imagen del joven compatriota. Sería de desearse que todo lo logrado con base en las inquietudes del Dr. José Gómez Robleda no fuera dejado en el olvido y que surgiera el investigador que se dedicara a compilar los diversos esfuerzos para aportar el conocimiento científico del joven mexicano, con lo cual se daría un paso muy importante y necesario a la comprensión de la mente juvenil en nuestro medio con base en datos procedentes de nuestra realidad y no tomados de ambientes extraños a nosotros como se ha venido realizando con mucha frecuencia.

Realizaciones más generales que las antes citadas, son las obras del Dr. Samuel Ramos y el Dr. José Gómez Robleda, la primera *El perfil del hombre y la cultura en México* y la segunda *Psicología del Mexicano*. Se trata de trabajos llevados a cabo por personalidades de reconocido valor. Los resultados por ellos presentados son diversos, ya que obedecen a métodos de trabajo también diferentes, sin embargo entre ambos han contribuido a forjar una imagen del mexicano, principalmente en el as-

pecto psicológico. A nuestro juicio la obra del Dr. José Gómez Robleda es de una mayor rigidez científica y concretamente de un valor más positivo; además fija con toda exactitud la naturaleza del estudio y no pretende abarcar la totalidad del universo con lo cual sólo motivaría interpretaciones erróneas como ha ocurrido con otros trabajos. No debemos tampoco dejar de mencionar que no se trata tan sólo de la obra escrita del autor, sino que debe reconocérsele su influencia en la realización de muchos otros estudios que se han ocupado de los mexicanos, e indudablemente, entre ellos esta presente contribución.

El libro del Dr. Samuel Ramos, ya famoso no sólo en nuestro país, sino en muchos otros, ha contribuido a presentar a un mexicano cuya principal característica es la de padecer un sentimiento de inferioridad. Sin duda que la mayor aportación de esta obra es, como el propio autor afirma el "abrir un nuevo campo a la investigación y al pensamiento que, por lo general, había sido poco explorado... Pero uno de los efectos que más complacen al autor es el estímulo y la impulsión que el libro ha dado a los estudios sobre la psicología y la cultura mexicanas, ya sea sobre temas generales o bien sobre

temas particulares de carácter monográfico".⁴⁷ Las afirmaciones que sobre el mexicano se hacen en el libro no están basadas en investigación alguna, tampoco se menciona el método utilizado para llegar a tales resultados; sin embargo lo afirmado por él ha pasado a considerarse como una caracterología del mexicano, tanto del "pelado" como del "burgués" y ha alcanzado una difusión de carácter internacional.

El propio autor, en la primera parte de su trabajo, previene al lector acerca de su contenido el cual "es una exposición cruda, pero desapasionada, de lo que a nuestro parecer constituye la psicología mexicana".⁴⁸ Desde luego que se trata de una interpretación subjetiva de esta psicología, ya que se ha creído innecesario fundar esta interpretación acumulando documentos".⁴⁹ El rasgo fundamental que caracteriza al mexicano, según el autor, es el sentimiento de inferioridad" y es esta idea la que sirve para que el autor pueda, sistemáticamente, explicar nuestro carácter. Sin embargo, antes de analizar cada tipo social por separado, se hace hincapié en que el lector no debe ofenderse al leer tales descripciones

⁴⁷ Ramos, Samuel, Dr. *El perfil del hombre y la cultura en México*, Colección Austral, p. 1.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 50.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 52.

“en donde no se afirma que el mexicano sea inferior, sino que se siente inferior lo cual es cosa muy distinta. Si en algunos casos individuales el sentimiento de inferioridad traduce deficiencias orgánicas o psíquicas reales, en la mayoría de los mexicanos es una ilusión colectiva que resulta de medir al hombre con escala de valores muy altos, correspondientes a países de edad avanzada”.⁵⁰

La caracterización del mexicano, en su aspecto individual se inicia por Samuel Ramos, con la del “pelado” que es “un tipo social en donde todos sus movimientos se encuentran exacerbados” la esquematización de la estructura y funcionamiento mental de este mexicano se resume en los siguientes puntos:

- I. El “pelado” tiene dos personalidades: una real, otra ficticia.
- II. La personalidad real queda oculta por esta última, que es la que aparece ante el sujeto mismo y ante los demás.
- III. La personalidad ficticia es diametralmente opuesta a la real, porque el objeto de la primera es elevar el tono psíquico deprimido por la segunda.
- IV. Como el sujeto carece de todo valor humano

⁵⁰ *Ibid.*, p. 52.

y es importante adquirirlo de hecho, se sirve de un ardid para ocultar sus sentimientos de menor valía.

- V. La falta de apoyo real que tiene la personalidad ficticia crea un sentimiento de desconfianza de sí mismo.
- VI. La desconfianza de sí mismo produce una anormalidad de funcionamiento psíquico, sobre todo en la percepción de la realidad.
- VII. Esta percepción anormal consiste en una desconfianza injustificada de los demás, así como una hiperestesia de la susceptibilidad al contacto con los otros hombres.
- VIII. Como nuestro tipo vive en falso, su posición es siempre inestable y lo obliga a vigilar constantemente su "yo", desatendiendo la realidad.

El "pelado" mexicano, según Samuel Ramos, es un ser de doble personalidad cuyas características ostentadas en la vida diaria como miembro de un grupo social, y consecuentemente, ficticias, corresponden a los siguientes atributos: resentido, explosivo, irritable, belicoso, deprimido, se cree superior; valiente, fuerte y desconfiado.

Otro de los tipos descritos es el mexicano de la ciudad, quien ostenta, en principio los mismos ca-

racteres del "pelado". "La nota del carácter mexicano que más resalta a primera vista, es la desconfianza . . . Su desconfianza no se circunscribe al género humano; se extiende a cuanto existe y sucede"

Una nota íntimamente relacionada con la desconfianza es la susceptibilidad.⁵¹ Lo propio sucede con el burgués quien, en el fondo, no difiere del proletario. "La diferencia psíquica que separa la clase elevada de mexicanos de la clase inferior, radica en que los primeros disimulan de un modo completo sus sentimientos de menor valía, porque el nexo de sus actitudes manifiestas con los móviles inconscientes es tan directa y sutil, que un descubrimiento es difícil, en tanto que el "pelado" está exhibiendo con franqueza cínica el mecanismo de su psicología, y son muy sencillas las relaciones que unen en su alma lo inconsciente y lo consciente. Ya se ha visto que estriban en una oposición".⁵²

El autor, tantas veces citado, estudió la psicología del mexicano, diferenciando tres tipos sociales; sin embargo, en todos ellos se presentan una y otra vez los mismos atributos con ciertas modalidades propias a su posición social.

Es así que llegamos a la caracterización del mexicano, o a la idea que tiene de sí mismo, atri-

⁵¹ *Ibid.*, p. 58.

⁵² *Ibid.*, p. 62.

buyéndole, según Ramos, los caracteres siguientes: resentido, explosivo, irritable, belicoso, deprimido, valiente, fuerte, desconfiado, susceptible, nervioso, malhumorado, violento, iracundo, pasional, práctico (no idealista), irritable, ingenioso, chismoso, indiferente, se cree superior.

La obra del Dr. José Gómez Robleda se refiere a un estudio de la psicología del mexicano de la clase media; principalmente, de los motivos de perturbación de su conducta psicosocial. Se estudiaron las relaciones de los mexicanos mediante una prueba que permite valorar lo que propiamente puede llamarse "carga neurótica, y que corresponde a contenidos reprimidos, y por lo mismo subconscientes y activos, perturbadores de la conducta".⁵³ La prueba consta de 100 palabras-estímulo las cuales están asociadas por conjuntos, cada uno correspondiente a los núcleos importantes de la vida psicosocial. Es así que se pudieron apreciar las experiencias causa de las perturbaciones en cada uno de los núcleos, que, en general, están de acuerdo con el desarrollo o la evolución de la personalidad (de la familia o la muerte). Tales núcleos son: la familia la escuela, el trabajo, la enfermedad, la situación económica, la culpa y el misterio. Los resultados de la investigación, obtenidos por los métodos científicos

⁵³ Gómez Robleda, José. Dr. *op. cit.*, p. 17.

propios a un trabajo experimental, indican que existen ciertos núcleos que perturban más a un sexo que al otro y que en general los hombres quedan perturbados en mayor grado que las mujeres por razón de su experiencia vital. También se pudo asegurar que con la edad aumenta el sentimiento de culpa y el sentido de lo misterioso en la vida. Son las mujeres viudas quienes presentan el más alto grado de perturbación familiar y las divorciadas el más bajo, o sea que son éstas quienes, en la vida familiar, permanecen en mejores condiciones—en la sociedad—que las solteras y las casadas. Entre los mexicanos de la clase media en tanto que aumenta su inteligencia disminuye la perturbación general de la vida social y las perturbaciones producidas por el sentimiento de culpa y el misterio; este resultado “lleva a la conclusión muy importante de que hay una clara oposición entre la inteligencia y la neurosis. Esto explica el hecho de que las personas inteligentes no padezcan de estados neuróticos cuando se encuentran en condiciones propicias para la neurosis o, también por sí mismas pueden superar las neurosis”.⁵⁴

Las obras analizadas tan brevemente, son las consideradas por nosotros como fundamentales para el estudio de la psicología del mexicano, ya que una

⁵⁴ *Ibid.*, p. 64.

de ellas, aunque meramente histórica, ha sido considerada como clásica y la otra, nos permite conocer los principales motivos de perturbación del mexicano de la clase media. Existen, sin embargo, otros trabajos que contribuyen a obtener una visión más clara del mexicano, en otros muchos aspectos.

Una concepción del mexicano medio en su tipo somático se debe al Dr. José Gómez Robleda, quien en su *Imagen del Mexicano Contemporáneo*, México, D. F., 1947, expone los resultados de unas investigaciones para determinar el tipo somático del mexicano. Una vez aplicadas todas las técnicas del caso, resultó que el hombre medio mexicano es un longitipo de la tercera variedad de acuerdo a la clasificación del Prof. Jacinto Viola, fundador de la escuela biotipológica italiana. En tanto que la mujer corresponde al braquitipo de la primera variedad.

En nuestro estudio hemos podido determinar el estereotipo del mexicano con base en los caracteres que le han sido asignados por los propios mexicanos. La mayoría de ellos de índole psicosocial. Desde luego que tales caracteres pueden inclinarse hacia un biotipo o el otro, o bien pueden enunciar algunos de los rasgos propios de cada tipo.

De acuerdo con el biotipo determinado para el mexicano (hombre) se puede afirmar que sus miembros superiores e inferiores son normales y que

el tronco es bastante deficiente. Es también un sujeto con escasa defensa frente a los agentes patógenos y con una reacción de descompensación funcional y un agotamiento rápido. Asimismo el mexicano es un tipo respiratorio o torácico en deficiencia lo que redundará en una inclinación manifiesta a padecer enfermedades de los aparatos digestivo y respiratorio. Por lo que se refiere a los índices de profundidad y de anchura, del tórax y el abdomen, el mexicano es un tipo profundo o redondo y por este concepto tiene un carácter de intersexualidad feminoide, desde luego, de muy poca importancia.

Del longitipo se sabe que en general, su estructura es concordante con una actividad de la vida teórico-idealista, predispuesto a la neurosis obsesiva y, también, a la locura esquizofrénica.

Por lo que se refiere a la mujer se puede decir que, desde luego, presenta las características opuestas. Es completamente femenina desde el punto de vista de su constitución somática. El braquitipo tiene una orientación general de vida práctico-realista, generalmente es extrovertido, de temperamento ciclotímico y se halla predispuesto a la neurosis histérica y a la locura maniaco-depresiva.

Veamos ahora a cuál de los biotipos corresponde la imagen general del estereotipo del mexicano. Ya hemos indicado que los caracteres expuestos en

el estereotipo pueden inclinarse manifiestamente a un biotipo o al contrario, o bien puede darse una mezcla de ambos. En nuestro caso nos encontramos ante una serie mayoritaria de rasgos a los cuales no se les puede asignar pertenencia a uno y otro biotipo. De los restantes, hemos localizado como braquitípicos un total de 11, que son: alegre, sociable, optimista, divertido, trabajador, activo, chistoso, comunicativo, servicial, agresivo y emprendedor. Atributos de carácter longitípico tenemos: supersticioso, orgulloso, malicioso, soñador y desconfiado.

Si analizamos los caracteres propios del braquitipo podemos afirmar que cuatro de ellos: alegre, sociable, optimista y comunicativo, no corresponden a rasgos reales del mexicano, como podrá verse en detalle más adelante; y, en consecuencia deben interpretarse como propiamente longitípicos. En esta forma quedan siete atributos braquitípicos y un total de 9 longitípicos. Lo anterior manifiesta una concordancia con la investigación biotipológica del Dr. Gómez Robleda y con la realidad misma, ya que la casi correspondencia entre el número de caracteres propios a cada biotipo, nos indica que el estereotipo obtenido obedece a una formación espontánea del mismo, o sea que ha surgido del mismo grupo al que se refiere el estereotipo. Por tanto, su mecanismo de formación es subconsciente, en tan-

to que cada atributo proviene de un hecho objetivo y aislado, o bien de la conducta de un individuo que se graba intensamente en el sentir popular y pasa paulatinamente, y en forma subconsciente, a integrarse como una característica general a todos los mexicanos. De aquí que, en el estereotipo, se encuentren, tanto rasgos braqui como longitípicos, ya que en la realidad eso es lo que se presenta al observar a nuestros semejantes; encontramos entre ellos, algunos con rasgos propios de los longitípicos y otros con caracteres braquitípicos. Debemos recordar que las personas que determinaron el estereotipo son individuos comunes y corrientes y que carecen del sentido profesional con que un científico visualizaría a sus semejantes.

Los caracteres irreales—alegre, sociable, optimista y comunicativo—corresponden a un estereotipo cuyo mecanismo de formación está condicionado por deseos insatisfechos con un fondo también subconsciente. Este estereotipo cumple una función de defensa y contribuye a lograr un estado de equilibrio psicosocial.

Aclarado lo referente a las características aparentes y opuestas a las obtenidas para el biotipo del mexicano, debemos referirnos a la mezcla de ciertos rasgos longi y otros braquitípicos aparecidos en el estereotipo general del mexicano.

Entre las finalidades propias de la determinación del biotipo, una muy importante es la llamada correlación psicosomática. Por medio de ella se puede explicar la aparición de ciertas discordancias que consisten en que junto a los caracteres mayoritarios de un tipo, se presentan algunos propios del opuesto. En un estado perfecto, o sea biotipo ideal, todas las características deberán aparecer en un solo lado, pero cuando esto no sucede, que es en la mayoría de los casos, es necesario tomar en cuenta y tratar de explicar las circunstancias que motivan tales discordancias.

Para entender por qué aparecen esas desviaciones y faltas de concordancia en los individuos, y por generalización, en los grupos humanos, hay que fijarse, en primer término, en la etapa evolutiva en que se encuentren las personas observadas. Si es un niño, un adolescente, un joven, un adulto o un viejo, ya que según las edades hay una tendencia a uniformarse, a que las personas se parezcan. En general, las edades extremas son muy uniformes; desde el punto de vista del tipo, todos los niños—durante la primera infancia—son predominantemente braquitipos, lo mismo podría decirse de los adolescentes en quienes dominan los rasgos longitípicos.

En segundo lugar, es necesario conocer la educación que se ha recibido, tanto la familiar como la

escolar, o la que se adquiere por medio del trabajo. Por el influjo de la educación pueden desviarse muchos caracteres. La educación, al referirnos a los grupos humanos, puede identificarse con la influencia de la educación nacional, masiva, a través de los medios de difusión tanto cultural como específicamente de diversión. Estos medios han contribuido poderosamente a deformar la imagen del mexicano, y a crear su estereotipo.

Siguiendo las principales circunstancias que intervienen en la explicación de las discordancias, encontramos que un concepto muy importante es saber la historia de las enfermedades de la persona. Cualquier enfermedad por leve que sea, deja sus huellas en la personalidad; aparte de las consecuencias inmediatas se presentan las diferidas y es así como se va integrando cada persona diferenciándose de las restantes.

Las enfermedades en los conjuntos humanos se estudian en la patología social. Esta se ocupa de estudiar las causas y desarrollo de las llamadas enfermedades sociales (alcoholismo, prostitución, delincuencia, suicidio, etc. . .), las cuales, sin duda marcan también algunos atributos entre los miembros de tal conglomerado social, que pueden pasar a un estereotipo en forma manifiesta o quedar disimulados.

En seguida hay que tener en cuenta la ocupación o profesión. En Psicología, profesión significa trabajo remunerado y productivo, así que hay profesión de barrendero, de médico, de abogado: cualquier ocupación que sea remunerada es una profesión. Las personas aun cuando no tengan profesión, se ocupan de algo e imprimen por esto a la personalidad caracteres que cultivan, pudiendo ser éstos hasta contrarios a los que son naturalmente propios de nuestra persona psico-somática, por la sola razón de nuestra profesión. Digamos que, naturalmente una persona es distraída, pero tiene un trabajo que la obliga a tener un constante entrenamiento de la atención. Esta persona llega a ser muy hábil, no obstante que su carácter es el de distraído.

Para la sociología, la profesión es una "actividad permanente que sirve de medio de vida y que determina el ingreso en un grupo profesional determinado",⁵⁵ como se aprecia, el significado es el mismo, tanto en la Psicología como en la Sociología, con la única diferencia de que en esta última se refiere a un conjunto y no a la persona aislada.

Estas características ocupacionales pueden explicar la aparición de algunos rasgos propios a los habitantes de las diversas zonas del país, en las cuales predomina cierto tipo de actividad general. Así

⁵⁵ *Diccionario de Sociología*, F. C. E., p. 235.

el Norte es de preferencia industrial; el Centro ganadero y agrícola, en las costas se cuenta con una fuerte proporción de la población dedicada al turismo y a la pesca; etc. . . .

Otra circunstancia influyente en la aparición de las discrepancias consiste en las reacciones de situación, quiere decir que, según sea la situación vital así son tales o cuales formas de manera de ser y de conducta de la persona. Se observa esto con marcada claridad entre los altos funcionarios o ejecutivos, quienes deben asumir una actitud acorde con el puesto que desempeñan. Desde luego que aquí interviene el aspecto ocupacional y consecuentemente de carácter psicosocial. Tal situación llega a provocar rasgos comunes en las personas, homogenizando a aquellas que ejercen cargos similares. Es muy común escuchar que todos los altos burócratas obran en forma semejante, que los maestros normalistas se parecen mucho; que los intelectuales presentan rasgos comunes; que los artistas se comportan en tal o cual forma; etc. A consecuencia de estos rasgos de situación se integran con mucha frecuencia, estereotipos propios de cada grupo social.

Ha quedado debidamente aclarado el por qué el estereotipo general del mexicano no concuerda con los rasgos propios al biotipo que del mismo se ha determinado. No hay que olvidar que nos hemos

referido tan sólo al estereotipo general y no al propio de las diferentes zonas del país, ya que, hasta la fecha, no se ha determinado el biotipo específico en cada una de ellas.

El estereotipo del mexicano, como ya antes lo hemos enunciado, ha sido determinado por caracteres de diverso tipo. Para poder apreciar debidamente los rasgos del mexicano en un estereotipo creemos conveniente hacer una breve clasificación de los caracteres; y, con base en élla facilitar la interpretación tanto del estereotipo general, como los propios de los habitantes de las diferentes zonas del país. Visto así, los caracteres pueden ser:

I. *Morfológicos-estructurales*

II. *Fisiológicos*

1. Vegetativos

- a. Anabólico - catabólicos.
- b. Circulatorios
- c. De regulación autónoma

2. De relación

- a. Sensibilidad (o de recepción)
- b. Movilidad (o de efección).

3. Sexuales

III. *Mentales*

1. Instintivos
2. Psicosexuales
3. Subconscientes
4. Afectivos
 - a. Estado de ánimo
 - b. Erotismo
 - c. Emotividad
5. Intelectuales
6. De conducta y actitud de vida

IV. *Sociales*

1. Intereses
2. Profesionales
3. Culturales
4. Estilos de vida

I. *Los caracteres morfológicos*, también llamados estructurales, físicos o somáticos, se refieren al aspecto exterior del individuo, a lo que se ha denominado su constitución física. Tal constitución de acuerdo con las investigaciones modernas, actúa como eficaz agente de numerosos hechos biológicos, psíquicos y hasta sociales. Los diferentes tipos

morfológicos constitucionales edificados con base en los caracteres estructurales, en los psicológicos y en los endocrinológicos han inducido a buscar la presencia de su influjo en la morbilidad, la mentalidad y hasta los comportamientos psíquicos y en la conducta social; también se habló de la relación entre el tipo constitucional y la natalidad, o la fecundidad, mejor dicho, y las relaciones entre el tipo morfológico constitucional y la clase social".⁵⁶ Las afirmaciones del erudito italiano pueden reconocer la fuerte influencia del tipo somático en el desarrollo, principalmente, de las aptitudes ocupacionales.

Para determinar el tipo se hace uso de diversas medidas o índices antropométricos, relaciones, por ejemplo, entre el tórax y la estatura, entre el peso del cuerpo y la estatura. "Como es sabido, el tipo morfológico constitucional, tal como hoy se le comprende, lo da sobre todo la relación entre el desarrollo del tronco y la longitud de los miembros (tronco desarrollado y miembros cortos, de un lado; y tronco poco desarrollado y miembros largos, por otro)".⁵⁷

En el estereotipo del mexicano encontramos los siguientes caracteres estructurales:

⁵⁶ A. Niceforo, *Criminología*. T. 2, p. 41.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 44.

1. Moreno
2. De peso medio
3. De estatura media
4. Bien parecido

El último rasgo, aunque bien puede quedar incluido dentro de los morfológicos, viene a ser determinado en forma subjetiva, ya que no está basado en ninguna medida o índice antropométrico, sino más bien es el resultado de todos los rasgos morfológicos en conjunto.

El estereotipo de los habitantes del *norte del país* contiene los siguientes caracteres morfológicos:

1. Bien parecido
2. Alto
3. De peso medio

Las personas que habitan el *Centro* han presentado los caracteres propios siguientes:

1. Moreno
2. De estatura media
3. Bien parecido

Los *costeños* de nuestro país muestran como rasgo físico, particular, exclusivo de ellos:

I. Estatura media

Los del *Sur* del país no presentan ningún rasgo morfológico característico. El estereotipo de los originarios de la *Península de Yucatán* indica que sus caracteres somáticos son:

1. De estatura baja
2. Mal parecido
3. Gordo

Como puede observarse los rasgos estructurales del estereotipo del mexicano, considerado en su aspecto total, corresponden a un tipo morfológico que se acerca al normotipo de la clasificación de Pende, ya que entre sus caracteres figuran el de una estatura media y el de un peso medio. Tal tipo puede también aplicarse a los habitantes de las regiones del Norte y Centro y costas, en tanto que los nacidos en la Península de Yucatán han correspondido al braquitipo, por ser de estatura baja y gordos.

II. *Los caracteres fisiológicos*, a su vez, dan motivo a la formación de los tipos fisiológicos, que son los que se encuentran en relación más íntima con el estado de salud orgánica. En el estudio del estereotipo se incluyeron pocos de estos caracteres,

ya que una determinación correcta requiere la formación de los principales tipos fisiológicos a partir de los valores (en unidades centesimales o sigmáticas) de los caracteres fisiológicos. Y, con base en ello, tratar de localizar el tipo correspondiente a cada estereotipo.

Desde el punto de vista del funcionamiento del organismo se puede hablar de tres grupos de funciones: las de relación, las vegetativas y las de reproducción. Son las dos primeras las que intervienen directamente en la determinación de los tipos. Estos dos sistemas opuestos de funciones, a su vez se encuentran subdivididos y así en el de relación se puede hablar de otros dos sistemas que son el de las funciones de recepción (agudezas sensoriales) y el de afección (fuerza muscular, trabajo, coordinación y fatiga).

El sistema vegetativo, a su vez, se encuentra determinado por tres grupos de funciones:

- a) Las de nutrición, en las cuales se presentan las anabólicas o de asimilación y las catabólicas o de expulsión.
- b) Las circulatorias con sus dos aparatos, el cardiovascular y el respiratorio.
- c) Las de regulación autónoma representadas por los sistemas del vago y del simpático.

Las funciones fisiológicas susceptibles de exploración cuantitativa, en cada grupo de los dos sistemas fundamentales, son las siguientes:

Funciones de relación

1. Agudeza visual
2. Agudeza auditiva
3. Agudeza táctil
4. Fuerza muscular
5. Coordinación motriz

Funciones vegetativas

1. Reflejo óculo-cardiaco.
2. Prueba de Strauss
3. Frecuencia del pulso
4. Tensión arterial máxima.
5. Tensión arterial mínima
6. Tensión arterial diferencial
7. Frecuencia de la respiración
8. Capacidad vital
9. Índice de Hutchinson
10. Tiempo de apnea

Los tipos fisiológicos se determinan a partir de los índices obtenidos de los valores en unidades centesimales de los caracteres fisiológicos. Se habla de

un tipo fundamental y de secundarios, que son:
Tipo fundamental.

Treptotipo. Predominio de las funciones vegetativas sobre las de relación.

Normotipo. Estado de equilibrio entre las dos funciones.

Prositipo. Predominio de las funciones de relación sobre las vegetativas.

Tipos secundarios.

I. En el sistema de las funciones vegetativas:

a) *Vagotipo.* Predominio del tono del vago sobre tono del simpático.

Normotipo. Equilibrio.

Simpácticotipo. Predominio del tono del simpático sobre el tono del vago.

b) *Hemotipo.* Predominio de la circulación sanguínea sobre la respiratoria.

Normotipo. Equilibrio.

Neumotipo. Predominio de la circulación respiratoria sobre la sanguínea.

c) *Tipo diastólico.* Predominio de la tensión diastólica sobre la sistólica.

Normotipo. Equilibrio.

Tipo sistólico. Predominio de la tensión sistólica sobre la diastólica.

d) *Anabólico*. Predominio del anabolismo sobre el catabolismo.

2. En el sistema de las funciones de relación:

Normotipo. Equilibrio.

Catabólico. Predominio del catabolismo sobre el anabolismo.

a) *Receptor*. Predominio de las funciones de recepción sobre las de efeción.

Normotipo. Equilibrio.

Efactor. Predominio de las funciones de efeción sobre las de recepción.

b) *Fuerte*. Predominio de la fuerza muscular sobre la coordinación motriz.

Normotipo. Equilibrio.

Hábil. Predominio de la coordinación motriz sobre la fuerza muscular.

Generalmente existen muchas concordancias entre los tipos somáticos y los fisiológicos tal como se indica en seguida:

Los braquitipos son: Treptotipos, vago-tipos, hemotipos, receptores, fuertes y anabólicos.

Los longitipos son: Prositipos, simpá-

ticotipos neumotipos, efectores, hábiles y catabólicos.

Como ya dijimos con anterioridad, los caracteres fisiológicos propios a los estereotipos aparecen en un reducido número, y es así que para el estereotipo general del mexicano solamente resultó significativo el que lo califica como *activo*.

El estereotipo de los *norteños*, en su aspecto fisiológico, comprende dos caracteres: *activo* y *fuerte*.

Las personas del *Centro* del país, presentan en su estereotipo el carácter de poseer *fuerza media*.

Los *costeños*, desde el punto de vista fisiológico, resultaron *fuertes*.

Los habitantes del *Sur* del país no han manifestado, en su estereotipo, ningún carácter fisiológico peculiar.

Los originarios de la *Península de Yucatán* tan sólo muestran una *fuerza media* como atributo de tipo fisiológico.

Poco es lo que se puede comentar acerca de los caracteres fisiológicos en relación con el estereotipo; predomina en todas las regiones el carácter relativo a la fuerza de tipo muscular y la actividad; de acuerdo con estos atributos, podemos afirmar que en términos muy generales, el estereotipo del me-

xicano en su aspecto fisiológico, corresponde al del braquitipo.

III. *Los caracteres mentales* también denominados psicológicos, serán expuestos a continuación de manera sistemática.

I. *Instintivos*

Hasta la primera de las guerras mundiales toda la conducta humana la explicaban los psicólogos basándose principalmente en los instintos. "El hombre se decía, tiende a reunirse a causa de su instinto gregario, trabaja debido a su 'instinto de trabajo'" . . . El término "instinto" significa motivo no aprendido o tendencia innata y se usa en sentido muy vago y a veces demasiado amplio.⁵⁸

Otro autor, George Dumas, en su *Nuevo Tratado de Psicología* asienta que son instintivos los actos que todos los individuos de una especie realizan de la misma manera, sin haber tenido necesidad de aprenderlos previamente. "Innatividad, especificidad, tales son los dos caracteres esenciales del instinto, en el sentido en que tomamos esa palabra"⁵⁹ Prever, citado por el mismo autor, separa de los

⁵⁸ Wolff, W.: *Introducción a la Psicología*, p. 243.

⁵⁹ Dumas, George, *Nuevo Tratado de Psicología*.

instintos, en primer lugar, lo que Reid llamaba los "apetitos". Separa luego los apetitos "puros", que él llama "emocionales" porque ordinariamente estarían acompañados de una emoción característica. Todas estas divisiones conducen a una clasificación que reproducimos por entero:

Apetitos genéricos: búsqueda del placer, imitación de la pena.

Apetitos específicos: hambre, sed, necesidad de sueño, apetito sexual, náusea.

Instintos genéricos: juego, manipulación, imitación, simpatía, sugestibilidad.

Instintos específicos: comprendiendo, por una parte, los instintos puros: atención, prensión, locomoción, vocalización; y por otra los instintos emocionales: miedo, cólera, instinto de caza, instinto de apropiación, curiosidad, instinto gregario, instinto de cortesanía, instintos personales, instinto parental.⁶⁰

Desde luego que esta clasificación tan amplia, abarca entre los instintos, caracteres, que a nuestro modo de ver, corresponderían más bien, a los de tipo afectivo pero sin ser propiamente instintivos.

Los caracteres psicosexuales no han sido analizados en virtud de que resulta prácticamente imposible investigarlos en un trabajo como el presente.

⁶⁰ Dumas, George, *op. cit.*

III. Dentro de los caracteres mentales o psicológicos ocupa un puesto importante los *estados afectivos* de los cuales insistimos en ocuparnos, ya que la característica que alcanzó la proporción más alta en el estereotipo general, corresponde a este grupo,

En forma muy general podemos hablar de tres diversos tipos de estados afectivos: los estados de ánimo, los sentimientos y las emociones pero, sin embargo, según las teorías psicológicas operantes, el conjunto de nuestra afectividad se puede dividir en dos grandes categorías, la agradable y la desagradable, abarcando dentro de ellas todos los posibles estados afectivos. Wundt, el investigador que tanto aportó a la ciencia psicológica en sus principios fundamentales, no se conforma con esas dos tonalidades. Considera que nuestra vida afectiva es mucho más rica y compleja y admite otras "dimensiones afectivas". Según Wundt, "las dimensiones afectivas no son solamente lo agradable y lo desagradable, sino también la excitación (Erregung), la depresión (Hemmung), la tensión (Spannung) y el relajamiento (Lösung). Todos estos sentimientos pueden asociarse con lo agradable y lo desagradable y formar las combinaciones posibles, pero también pueden presentarse sin ninguna mezcla". Agrega el mismo autor, que de hecho, muchos de esos sentimientos se asocian casi siempre en un mismo estado

psíquico concreto, que los casos puros son excepcionales y que tal vez nunca se realizan en forma perfecta. Wundt estima que a estos sentimientos elementales corresponden siempre manifestaciones orgánicas precisas. Por último, comprueba su tesis, no ya solamente en el orden sensitivo o sensorial, sino en las emociones de alegría, de tristeza, de pena, de cólera, de esperanza, de temor donde vuelve a encontrar aisladas o asociadas sus diversas tonalidades afectivas fundamentales" . . .⁶¹

Han sido numerosos los autores que se han decidido por considerar como evidente que los dos estados afectivos fundamentales son el placer y el dolor. No poseemos la preparación especializada suficiente para exponer una teoría propia, sin embargo, consideramos, que, entre nuestros estudiosos del problema, las tesis expuestas por los doctores Gómez Robleda y Quiroz Cuarón, deben ser aceptadas y dadas a conocer más ampliamente. Para los fines de este trabajo, de índole psicosocial, es interesante aludir aquí a las ideas de los científicos mexicanos contenidas en el Dictamen acerca de la personalidad del asesino de León Trotsky. A continuación transcribiremos partes de ese estudio mediante las cuales queda perfectamente clara la teoría relativa a las funciones afectivas:

⁶¹ Dumas, George, *op. cit.*

“Es evidentemente cierto que los dos estados afectivos fundamentales son el placer y el dolor pero es cierto, también, que en todo individuo y en todo tiempo y lugar, existe la doble posibilidad o de predominio en un sentido o en el otro o, por el contrario, de estado de equilibrio. Es una realidad innegable que no siempre los hombres aparecerán alegres o tristes sino también tranquilos o en estado de neutralidad afectiva. Esto significa que, según los estímulos y los individuos, pueden predominar las manifestaciones antagónicas o del acto de pensar, cortical, o del acto de sentir, subcortical. Durante el curso de situaciones antagónicas se advierte, sin duda, la más clara expresión de tal antagonismo: completa inhibición de las funciones intelectuales en el curso de las emociones intensas (cólera, miedo o por el contrario, los paroxismos sexuales) o inhibición también, de las funciones afectivas, cuando predominan las actividades intelectuales del rango más elevado.

“Causas, pues, eficientes, profundas y universales, de los estados afectivos, son los dos primordiales instintos de la inmortalidad y de la muerte.

“Las causas determinantes abarcan desde el medio (interno o externo) físico-químico, hasta el medio social.

“Veamos ahora cómo debe entenderse la inter-

vención de las causas, factores o estímulos determinantes de las principales clases de funciones efectivas”.

Estado de ánimo. En términos generales, por estado de ánimo se entiende el tono afectivo en que se encuentra la persona en un momento dado, esto es, que según las circunstancias, podemos estar alegres, tristes, indiferentes, angustiados, ansiosos, calmados, agitados, inquietos, o sentir miedo o cólera, o hallarnos en estado de éxtasis, o abstraídos, etc. . . “Como su nombre lo significa es una función afectiva de carácter permanente. Es inadmisibile la absurda posibilidad de personas carentes de estado de ánimo.

Dicho estado se produce por la acción de excitantes que proceden del medio externo unos y del interno otros.

Los excitantes externos corresponden a los cambios físicos (temperatura, humedad, luz, radiaciones, etc.), químicos y biológicos del medio, siempre activos para el individuo.

Los excitantes internos son los cambios físico-químicos y biológicos del medio interno que, constantemente, influyen a través de los sistemas órgano-vegetativo y de las glándulas de increción, sobre la cenestesia.

El estado de ánimo es, pues, una función depen-

diente de dos variables que, por decirlo así llamaremos clima interno y clima externo.

Los mismos excitantes de que nos venimos ocupando deben considerarse genéricos por cuanto se refiere a su modo de actuar.

Es una característica fundamental del estado de ánimo la de que no altera las funciones corticales, principalmente las de control y de crítica. En consecuencia, el mismo estado no provoca desadaptación alguna del individuo al complicado medio social.

Los estados de ánimos—que sentimos como algo interior—siempre tienen manifestaciones externas, como expresiones faciales, mímica, ademanes, actitudes, porte, etc. Además, estas mismas manifestaciones son características, o sea, que cada estado de ánimo tiene las suyas propias. Una persona indiferente por lo común permanece quieta o calmada; una triste, se mueve poco, pero llora, o suspira y casi no habla; una alegre, se mueve, es comunicativa y se ríe; una angustiada, generalmente habla acerca de su conflicto, llora, no puede estar en calma y se le ve agitada e inquieta; una persona que siente miedo, indistintamente puede verse totalmente inmóvil como "paralizada", o con temblores, o corriendo, fugándose o huyendo del lugar del peligro; y así sucesivamente.

En la mayoría de las veces, las personas pueden caracterizarse por su estado de ánimo habitual, o sea el más persistente, y por esto es propio hablar de individuos alegres, o tristes, o indiferentes o calmados, o ansiosos, o angustiados, etc." Es indudable que en los estereotipos se señalan los caracteres afectivos que prevalecen en el conjunto juzgado y más adelante comentaremos cuáles corresponden al mexicano.

"Tres son los principales estados de ánimo: el agrado, la tranquilidad y el desagrado.

"Sentimientos. Son, desde luego, funciones transitorias; tan absurdo es suponer la existencia de un individuo sin estado de ánimo como admitir la posibilidad de sentimientos permanentes.

"Los excitantes productores de sentimientos tienen como punto de partida el medio humano, las personas vivas o muertas que nos parecen simpáticas o antipáticas. Pero, como los hombres desplazan su personalidad hacia sus obras, éstas últimas, por más intangibles que puedan ser, son también excitantes productores de sentimientos. En consecuencia, los estímulos de cuya acción depende la aparición de los sentimientos resultan unos concretos (las personas que forman el medio humano) y los otros abstractos (las obras de los hombres)".

Los sentimientos considerados normales se pro-

ducen entre las personas de manera principal por la convivencia. De aquí su connotación psicosocial, ya que son propios a conjuntos o grupos humanos. Es un hecho natural el que se produzcan afectos entre los diferentes miembros de una familia, entre los compañeros de escuela, de trabajo, etc. Es también un proceso normal, y desde luego, de carácter sociológico, aunque con bases psicológicas, el que los sentimientos se desplacen de personas individuales a conjuntos de personas, como son los casos de sentir afecto por los compatriotas, o por los niños, o por los ancianos, o por determinado grupo étnico, o los miembros de tal o cual profesión (bomberos, médicos). Se puede propagar este desplazamiento a los animales, a las plantas, o a ciertos objetos inanimados.

“Todo sentimiento influye transitoriamente disminuyendo o exaltando las funciones corticales y produce, necesariamente, un estado —transitorio— también de desadaptación social.

“Los sentimientos irreductibles, los fundamentales, son únicamente: la alegría, la indiferencia y la tristeza. Tan cierto es el carácter transitorio de los sentimientos que, cuando de manera permanente se dan en los individuos, se observan las reacciones patológicas bien conocidas en la Psiquiatría (síndromes de excitación y de depresión) que por

el abatimiento de las funciones corticales de control producen completa desadaptación social.

“Si se piensa en los sujetos a quienes van dirigidos los sentimientos, pueden establecerse las tres clases fundamentales de: sentimientos egoístas (dirigidos hacia la propia persona), familiares (dirigidos hacia la familia) y sociales (hacia la colectividad). Extendiendo el concepto a las reacciones sentimentales producidas por estímulos abstractos, propiamente hablando deben distinguirse los sentimientos estéticos, los religiosos, los políticos, etcétera”.

Por su naturaleza, los afectos, en general, pueden ser positivos o negativos, considerando sus consecuencias en la vida individual y social. “Un afecto positivo, es sentir cariño por los hijos y esto trae por consecuencia que los padres eviten sufrimientos a sus hijos, los cuiden, los protejan, los eduquen y en una palabra, procuren hacerles la vida agradable y satisfactoria. Un afecto negativo es odiar a un enemigo lo que impulsa a la persona a la agresión, la ofensa, el daño, o el perjuicio”. Los afectos positivos y negativos, en su aspecto social, vendrían a quedar representados por las relaciones entre diferentes grupos sociales o étnicos y aun entre naciones, las cuales presentan modalidades que van desde lo altamente positivo hasta lo profundamente nega-

tivo como las manifestaciones genocidas. Desgraciadamente, en las relaciones internacionales parecen predominar los rasgos negativos en sus diferentes graduaciones.

“Emociones. Son opuestas al estado de ánimo por el carácter indudable que tienen de reacciones accidentales.

“Los estímulos emocionales son más elaborados que los considerados precedentemente y todos tienen un origen común; el medio social en el cual, siempre, aparece el interés.

“Es indudable, además, que los excitantes emocionales alcanzan un grado tal de diferenciación, que deben estimarse individuales. Esto es que los estímulos del estado de ánimo provocan las reacciones más uniformes en tanto que los emocionales son activos según los individuos.

“Las emociones, por otra parte, inhiben las funciones corticales de control y de crítica a tal grado que, ciertamente, la conducta de un emocionado siempre es refleja. Precisamente por esta circunstancia, la emoción produce una apreciable desadaptación social, accidental, como la emoción misma.

“Las emociones corresponden a las funciones afectivas, por decirlo así, más cercanas de los dos instintos elementales, y por lo mismo, las primarias son dos únicamente: el placer y el dolor. Ahora bien

entre ambos estados emotivos opuestos no cabe la posibilidad de un intermediario neutro como en el caso del estado de ánimo y de los sentimientos; se observa así un estado intermedio de reacciones ambivalentes o de inestabilidad emocional que corresponde bien al placer angustioso o, por el contrario, al dolor angustioso. El carácter común en ambas reacciones queda dado por la angustia que a su vez depende de la coexistencia de acciones e inhibiciones y que, valga la expresión, es el equivalente psicológico del temblor muscular.

“A partir de las emociones primarias, distintas por su naturaleza, se forman diversas clases de emociones según la manera positiva o negativa de reaccionar. Positivo y negativo implican, respectivamente, dos modalidades bien distintas de conducta. Derivadas de la emoción primaria de placer aparecen las dos emociones: pasiva de éxtasis y la activa o de vértigo emocional del placer. Por parte de la emoción primaria de dolor se originan la pasiva o defensiva de miedo y la activa, ofensiva, de cólera.

“Las emociones, como los sentimientos, pueden ser dirigidos a personas vivas o muertas, reales o imaginarias y, en su más alto grado de intensidad, dan como resultado el amor y el odio. Formas elaboradas, socializadas de los dos procesos elementales

anteriores, son la simpatía y la antipatía, el amor al prójimo, etcétera.

“Las emociones son, necesariamente, efectos y reacciones producidas por determinadas causas, modulados —por decirlo así— en la estructura individual. Existe siempre la posibilidad de diversas clases de predominios según los órganos que intervienen en la función efectora, de los cuales dependen los llamados tipos emotivos.

“El primer tipo depende del antagonismo entre las dos grandes funciones de pensar y sentir y así, pueden observarse, debido a la intervención del principal órgano sintetizador (encéfalo), o el tipo inhibido o el tipo erético. Esto es, que en el primer caso quedan suprimidas las funciones corticales y, en el segundo, aparece un estado de automatismo cortical exteriormente evidente a través del lenguaje.

“Variedades del tipo inhibido, más concretamente, del caso en que la emoción suprime el funcionamiento cortical, son las siguientes: el tipo talámico en que aparecen las notables reacciones fisonómicas de risa y llanto; el tipo motor con la doble personalidad de reacciones distintas de acción (automatismo motor, temblores, impulsos, etc.) y de inhibición (parálisis, etc.); el tipo órgano vegetativo con sus dos variedades antagónicas de predominio del sistema del vago o del simpático.

“Seguramente, en la determinación de los diversos tipos de predominios emocionales interviene, de manera principal, el mecanismo de los reflejos condicionados y, por lo mismo, la experiencia individual en el curso de la vida”.

Para finalizar esta brillante exposición relacionada con las funciones afectivas, consideramos útil incluir el resumen de sus ideas de manera condensada, resumen que facilita la cabal comprensión de todo lo anteriormente detallado.

Resumen:

“Principio del antagonismo.”

Pensar. Función cortical cuyo elemento estructural fundamental es la neurona.

Sentir. Función subcortical cuyo elemento estructural fundamental es la célula ganglionar.

Estado de ánimo.

Función permanente.

Excitantes internos (cenestesia) y externos (medio físico-químico y biológico).

Reacción genérica.

No altera las funciones corticales de control y de crítica y no produce desadaptación social.

Agrado.

Tranquilidad.
Desagrado.

Sentimientos.

Función transitoria.

Excitantes: el medio humano. Estímulo concreto (el propio individuo, la familia y la colectividad) y abstractos (las obras humanas).

Reacciones específicas.

Disminuyen o exaltan las funciones corticales.

Desadaptación social transitoria.

Por su naturaleza:

Alegría,
Indiferencia,
Tristeza.

Por su dirección:

Concretos:

Egoístas.

Familiares.

Sociales.

Abstractos:

Estéticos.

Religiosos.

Políticos.

Etcétera.

Emociones

Función accidental.

Excitantes: el medio psicosocial y el interés humano.

Inhiben las funciones corticales de control y de crítica, provocan desadaptación social de carácter accidental.

Emociones primarias:

Placer.

Pasiva o éxtasis.

Activa o vértigo emocional.

Reacciones ambivalentes.

Placer angustioso.

Dolor angustioso.

Dolor.

Pasiva, defensiva, miedo.

Activa, ofensiva, cólera.

Tipos emotivos.

Tipo erético. Automatismo cortical.

Tipo inhibido. Supresión de las funciones corticales.

a. Tipo talámico. Risa, llanto.

b. Tipo motor. Automatismo, temblores, impulsos.

- c. Tipo órgano-vegetativo.
Predominio vagal.
Predominio simpático.

“Para concluir este análisis de los caracteres afectivos queremos insistir, en su connotación psico-social, pues no son fenómenos aislados, sino relacionados entre sí e influidos fuertemente por la acción del medio social.

“En estrecha conexión con los caracteres afectivos se localizan los que se refieren a la *conducta y actitud de vida* y que son aquellos manifestados en la caracterización del estereotipo.

“La conducta humana puede ser consciente o subconsciente. Con frecuencia se considera que todos los móviles de la conducta son conscientes y por lo tanto “conocidos del individuo, lógicos o razonados y justificados y pocas veces se sabe que ocurre más bien lo contrario; que el impulso a obrar es subconsciente y que posteriormente se racionaliza y se justifica; así se explican actos —que generalmente pasan inadvertidos—, durante los cuales se emplea mucho tiempo en resolver un asunto trivial, y muy poco para tomar una decisión importante en la vida”.⁶²

Muchas de las manifestaciones de la conducta social de las personas o de los grupos humanos es-

⁶² Gómez Robleda, José., *op. cit.*, p. 44.

tán originadas en la actividad subconsciente; y por ello son de tipo expresivo, o sea que expresan caracteres de la personalidad o del estado subconsciente en que se encuentre el individuo o el grupo. Son, pues, una especie de lenguaje indirecto y simbólico. En nuestro estudio, se presentaron también caracteres de este tipo, que analizaremos más adelante, al exponer la gama de los atributos mentales psicológicos.

Nos han quedado pendientes *los caracteres intelectuales*; los tratamos al final de este inciso, por encontrarse representados en minoría en el estereotipo estudiado.

Los rasgos intelectuales están basados en las funciones mentales de carácter consciente, que —además de las aquí tratadas comprenden también las afectivas. Las funciones intelectuales son unas cuantas y de principal importancia la del espacio-tiempo; después la de atender o distraerse; luego la de percibir y sugestionarse, no en el sentido de que “me voy a sugestionar”, sino conocer la realidad; otra: recordar e imaginar; y, otra más que corresponde a lo que se entiende por inteligencia general.

La primera de estas funciones —espacio-tiempo— siempre se encuentra asociada por el hecho de que son dos conceptos que sentimos al mismo tiempo. Es importante determinar el sentido del espacio

en virtud de que interviene directamente en el desarrollo psicosocial del individuo. Sabemos que el sentido del espacio cambia según las épocas evolutivas de las personas. En el recién nacido su conocimiento del espacio es muy reducido, a medida que crece va adquiriendo movimientos más coordinados, su espacio va siendo más amplio. En forma resumida podemos decir que el niño conoce primero el espacio junto a su madre, después un cuarto, después la casa, más tarde la calle; luego la escuela; se agranda el espacio y tenemos después a las personas que hacen viajes por todo el mundo extendiéndose su campo de acción y su espacio. Es de gran importancia psicosocial el que los jóvenes no salten ninguna de estas etapas de espacio, ya que tarde o temprano, tratarán de regresar al espacio perdido, motivando una serie de problemas o conflictos, tanto personales, como sociales.

La función determinada por los actos de atender y distraerse converge con la de distracción-atención. Aquí rige una ley común y es que las personas atienden siempre a lo que les interesa, nadie puede atender a lo que no le interesa, por eso se dice que la atención se rige por la ley del interés. Aquello que nos interesa está motivado por las necesidades y las diferencias (o los cambios) en el más amplio sentido del término.

Con base en las pruebas de atención-distracción se puede llegar a determinar el grado de rendimiento en cualquier clase de trabajo y es así que, en la generalidad de las personas, se presentan tres fases claras, la primera, el rendimiento inicial aumenta progresivamente hasta llegar a una primera inflexión en que se marca el principio de un descenso el cual es sobrepasado por otra inflexión, pero de sentido creciente, más rápido que el inicial. Siempre se presenta una etapa crítica, en la cual baja considerablemente el rendimiento laboral; para llegar después a un grado de perfeccionamiento. Igualmente es posible determinar, sin necesidad de realizar cálculos, solamente por la observación de la forma de la curva, si la persona es excesivamente torpe o superdotada para el trabajo. En las primeras, la curva presenta inflexiones muy contrastadas y, en las segundas, muy suavizadas.

En el campo de la psicología social juega papel importante la función llamada sugestión-percepción, ya que percibir tiene el significado de darnos cuenta del medio en que estamos y de lo que ocurre. Dicho en otras palabras, tener sentido de la realidad y de lo que nos rodea; en tanto que el tipo sugestivo se aparta un tanto de la realidad.

La función de recordar-imaginar es primordial en nuestra vida cotidiana. Recordamos porque to-

Las impresiones captadas por los órganos de los sentidos dejan una huella en la corteza cerebral. Estas huellas poco a poco se van borrando. "A partir de determinada edad, cuando empieza la vejez, empieza a fallar la memoria, quedando afectados los recuerdos de los hechos más recientes. A veces se piensa, equivocadamente, que los viejos tienen buena memoria porque evocan con precisión los recuerdos más alejados de su vida, sucede lo contrario, que la están perdiendo".⁶³ El mecanismo de memorización es el de la repetición constante, sin embargo, para que la memorización sea eficaz, el hecho o el conocimiento deben repetirse en condiciones de agrado y de interés, y así, muchas veces, sin quererlo se llega a retener aquello que hemos repetido agradablemente y con una fuerte dosis de interés. Interviene, también, el aspecto de la pasividad; se han hecho experiencias muy notables para tratar de aprender durante el sueño, siguiendo la vieja costumbre implantada en los monasterios de leerles a los miembros de un convento siempre algún capítulo durante la hora de la comida.

Otro aspecto singular de la memoria es el que se refiere a cuando nos encontramos frente a un hecho, generalmente recordamos con más facilidad lo primero y lo último, de aquí que en los noticieros

⁶³ *Ibid.*, p. 113.

se dé mayor importancia a la primera y a la última noticia.

En forma muy general, lo opuesto a recordar es imaginar, ya que lo primero se refiere a algo pasado, en tanto que imaginamos lo que no ha sucedido o lo que puede suceder.

Hemos analizado en forma muy breve las principales funciones intelectuales, sin detenernos en su mayor explicación debido a que pocos de estos caracteres han aparecido en el estereotipo del mexicano. Con esta exposición damos por terminado lo referente a rasgos mentales o psicológicos y pasamos a exponer cuáles de ellos han surgido en la formación de nuestro estereotipo.

Entre los caracteres psicológicos propios del estereotipo general del mexicano figuran algunos de connotación subconsciente, otros que representan estados de ánimo, aspecto intelectual y conducta y actitud de vida.

El mexicano, es, visto en su estereotipo: *chistoso, agresivo, ingenioso, supersticioso, alegre, optimista, divertido, soñador, chismoso, desconfiado, malicioso y orgulloso.*

Los primeros atributos provenientes del mundo subconsciente indican rasgos expresivos del estado subconsciente del mexicano. Son una especie de len-

guaje indirecto y simbólico y, dentro de la psicología vienen a caer entre los llamados actos fallidos.

El que el mexicano se considere a sí mismo chistoso implica tanto su tendencia a la formulación de chistes en forma espontánea, como su agresividad disimulada, ingeniosa y poco primitiva. No cabe duda que todos los estudios del chiste están íntimamente relacionados con la psicología, y de aquí que consideremos necesario analizar, en forma breve, algunos conceptos al respecto.

Del maestro Gómez Robleda hemos tomado las siguientes ideas que a nuestro parecer, son bastante interesantes, por su relación con lo social; dice: "los chistes, son principalmente, agresiones encubiertas en contra de las personas, de la propia persona —autoagresiones— y, también, agresiones contra las obras de las personas y de las instituciones.

"La respuesta primitiva a una ofensa, consiste en una agresión material, física, digamos: dar un golpe después de haber sido injuriado.

"Este tipo de reacción es muy común entre personas poco socializadas o incultas —aunque también pueden observarse en individuos impulsivos, independientemente de su categoría social, su educación, o su grado de cultura. Otras respuestas, menos primitivas, son las agresiones verbales directas, como es el caso de responder a ofensas materiales o

verbales con injurias, imprecaciones o lenguaje violento. Otra respuesta más civilizada, ingeniosa e inteligente, corresponde a los chistes que son como se dijo—agresiones verbales indirectas y, por lo mismo, encubiertas o disfrazadas.

“Los chistes, como universalmente es sabido, causan alegría y risa. No es motivo de risa que un hombre fuerte golpee a otro débil, tampoco lo es, que una persona, usando de la superioridad de un arma, mate a otra, indefensa; y así sucesivamente. En cambio, causa risa y satisfacción ver que un débil haga caer en alguna trampa a un fuerte que lo agredía; éste es el caso del chiste cuando el instrumento defensivo-agresivo, son las palabras ingeniosas. De lo que se lleva explicado viene a resultar que uno de los mecanismos de la alegría, de la risa y de la satisfacción consiste en que una persona débil o inferior, pueda defenderse y agredir a otra fuerte o superior. Los caracteres de fuerte o débil, y superior e inferior, son relativos; los mismos caracteres dependen de la situación física, social, económica, etc., de las circunstancias del medio, de la categoría de la persona—cualquiera que ésta sea—, y de las relaciones, transitorias o permanentes, de la persona con sus semejantes.

“Unos son los chistes que constantemente circulan, de autores prácticamente desconocidos y que co-

responden a agresiones contra instituciones —el gobierno, la escuela, el comercio, el matrimonio etc.— contra tipos abstractos de personas sociales —el rico, el pobre, el maestro, la esposa, el abogado, el médico, la suegra, el policía, etc.— y contra conceptos —la justicia, el amor, la riqueza, la bondad, etc.—; y otros son los chistes que espontáneamente surgen, de manera ocasional, entre conjuntos de personas. No los primeramente mencionados, sino estos últimos, son los chistes espontáneos que se consideran, también, dentro del grupo de las distintas manifestaciones de la conducta fallida. Su carácter fallido depende —como fácilmente se comprenderá— de que son agresiones sin la forma externa, aparente y directa, de toda agresión”.⁶⁴

El mexicano, en su estereotipo, muestra una marcada inclinación hacia el chiste en el aspecto mencionado en segundo lugar en el párrafo anterior, es decir, busca a través de él, expresar su agresión, tanto contra el medio social que le rodea como contra diversas instituciones en forma ingeniosa. Con lo anterior estamos asentando que el mexicano visto en su estereotipo, presenta las dos modalidades del chiste, con mayor énfasis en la primera.

Este carácter del mexicano ha sido planteado en un aspecto psicológico, pero no hay que olvidar

⁶⁴ *Ibid.*, p. 74.

que el chiste y el humor, y su consecuencia, la risa, se encuentran fuertemente conectados con lo social y que prácticamente todo lo relacionado con el chiste está determinado y condicionado por el aspecto sociológico. Al igual que casi todas las expresiones emotivas, la risa —consecuencia del chiste— tiene un significado social en tanto que, cuando menos, una de sus funciones más importantes es la de atraer la atención de nuestros congéneres y provocar y facilitar sus reacciones, generalmente de simpatía y agrado. En tanto que nuestro propio comportamiento —el reír o no reír, el hacer chistes o no y bajo cuáles circunstancias— depende, en mucho, de las actitudes del resto del grupo.

Algunos autores, entre los pocos que se han ocupado del estudio psicosocial del chiste, al hablar de teoría general, manifiestan un consenso unánime acerca de que el humor ejerce una función social, "aunque existe un disentimiento acerca de la naturaleza fundamental de esta función. Estas diferencias, sin embargo, pueden ser ampliamente reconsideradas si se aplican a diferentes aspectos o tipos de humor. Bergson ve en la risa como un correctivo del automatismo al hacernos conscientes de su absurdo—y, por lo tanto, posiblemente un factor conducente al progreso social. Otros, por su acento sobre la relación, apuntan más bien a un cierto conservatismo

en la actitud que induce al humor, en tanto que la risa indica que no hay necesidad de un serio esfuerzo o reajuste. Así McComas (1923) considera la risa en su origen como una señal que anuncia buenas noticias y Hayworth (1928) en forma similiar la ve como una señal de que el grupo puede relajarse, en tanto que Baillú (1921), Wallis (1922) y, con ligeras diferencias, Bliss (1915) manifiestan que sirve como un correctivo social al preservar la estabilidad mental y la unidad social frente a lo incongruente, lo inesperado, o lo socialmente desorganizado. Todos ellos sin embargo, parecen coincidir en que la risa, aunque es parte del equipo biológico, es altamente susceptible de condicionar y por lo tanto capaz de responder al, y en su turno, facilitar, el cambio social. En relación a tal cambio, parece existir aún una considerable carencia de estudios adecuados acerca de las implicaciones sociales que puede motivar todo aquello de lo que nos reímos".⁶⁵

La risa, no sólo forma parte de un posible cambio social, sino que se constituye en un medio de mantener y expresar las características del grupo. Así mismo, contribuye a recordar a las personas el lugar que ocupan dentro de su grupo social, y les advierte que permanezcan en donde les correspon-

⁶⁵ Flugel, J. C., "Humor and Laughter"; *Handbook of Social Psychology*, V. II, pp. 730-731.

de. Se constituye en una expresión de los caracteres propios a la ocasión a la cual el individuo debe atender. Cuando una persona se ríe de sí misma, está asumiendo las características del grupo, aplicándose a sí mismo los patrones que el grupo le aplica. Estas ideas, propias de Wilson D. Wallis y expresadas en su artículo "Why do we laugh" se ven continuamente confirmadas si estudiamos los diferentes grupos humanos, desde los más primitivos, hasta los de civilización avanzada y es así que el mismo autor nos dice: "...No encontramos ninguna sociedad humana en la cual la risa no figure como parte de la vida social, esto es, como parte del lenguaje del grupo. Si el escarnio es el látigo, la risa es el alegre policía que vigila que el tráfico social siga por el trayecto de las normas aceptadas cuyo poder no le es inherente, sino que radica en los patrones triales que saltan a la vista. Los etnólogos no han encontrado un grupo de seres humanos que esté exento de este tipo de risa".⁶⁶

El hecho de que el mexicano, en su estereotipo sea chistoso, y por lo tanto induzca o motive la risa, por medio de su ingenio, nos indica, un deseo oculto de atraer la atención de los que le rodean. Su

⁶⁶ Wallis D., Wilson, *Scientific Monthly* 1922, Vol. 13. p. 343.

risa motivada por chistes que van en contra de las instituciones, las personas y los conceptos, se puede transformar en un medio que facilite el cambio social y, el reirse en una manifestación de burla, escarnio y agresividad, pasan a constituirse en formas intermedias de control social, para mantener al individuo y al grupo dentro del camino establecido.

La segunda característica, de índole subconsciente, que apareció en el estereotipo del mexicano, fue la de *supersticioso*, o sea que se trata de individuos afectos a creer en supersticiones. Estas forman parte de la conducta fallida del individuo o del grupo social, porque carecen de una justificación racional. Podría considerarse y en lo general, así es, que dicha creencia se mantiene con mucha firmeza y se observa hasta en personas que por su cultura —aparente— no deberían practicar hechos tan disparatados. Sin embargo, su persistencia es muy fuerte, llegando a pasar de generación en generación y aferrándose en lo más recóndito de nuestra mente. No pasemos por alto que las supersticiones producen estados de nerviosidad y son, indudablemente, perturbadoras, tanto de la conducta individual como de la social.

“El mecanismo de formación de las supersticiones depende, principalmente, de tres causas que obran conjunta o separadamente:

a) La permanencia del pensamiento primitivo, de preferencia entre personas ignorantes, pobres e incultas. En este caso se transmiten de generación en generación, porque los relatos se comunican en estados afectivos —emociones— que son contagiosos y, además, opuestos al curso del razonamiento.

b) La realización de deseos subconscientes insatisfechos —individuales o colectivos—, con mayor fuerza cuando han sido reprimidos.

c) La casualidad o el azar.

“Las supersticiones intervienen directamente en la interpretación vulgar de los sueños, y así, ‘se dice que soñar con muertos, significa buen estado de salud; soñar dinero, una próxima desgracia; soñar unos ojos grandes que lo miran a uno fijamente, inminencia de muerte; soñar comida, pobreza, etc.’.

“Algunas supersticiones implican ejecutar verdaderos actos ceremoniales, como la muy conocida de hacer una figura humana —de trapo, de papel, de migajón, de pan, etc.—, clavarle un alfiler en el corazón, y enterrarla, para que se muera una persona.

“La mayoría de los actos de magia, son supersticiones también, de tipo ceremonial: para que un hombre conquiste a una mujer debe poner en su pañuelo su retrato o, en su defecto, un papel con su

nombre escrito, estrellar un huevo, colocar allí mismo una moneda de oro y vello del cuerpo; después debe anudar el pañuelo —en forma de lío, atando las cuatro puntas— que, posteriormente, dejará indefinidamente debajo de la cama donde duerme.

“Poco es lo que se ha hecho en este terreno de las supersticiones, sobre todo en su aspecto sociológico. Sólo nos es posible tratar de buscar la significación general de ser supersticioso, la cual, al igual que el chiste, tiene sus raíces más hondas en lo social. Tal significación puede ser general, o sea la que se repite en lo fundamental en todas las personas y que puede exponerse ordenada y sistemáticamente; y otra, la individual, que puede ser única y exclusiva de cada persona. Siempre, la general, es un criterio orientador, imprescindible, para llegar a la individual que por demás, depende en alto grado de la experiencia personal de cada gente”.⁶⁷

En nuestro caso el ser supersticioso puede expresar uno o varios de los siguientes contenidos subconscientes:

a) Oponerse a lo desagradable, y por lo mismo, evadir las dificultades y los problemas, aplazar las resoluciones o, regresivamente, fijarse al pasado cuando ha sido agradable.

⁶⁷ Gómez Robleda, José, *op. cit.*, p. 99.

De aquí un rasgo que se ha vuelto típico en el mexicano, sobre todo juzgado por los extranjeros; su deseo continuo de dejar para "mañana lo que puede hacerse hoy", buscar la forma de retardar la ejecución de sus actividades, tanto las de índole agradable como las molestas. También se revela esto en su impuntualidad tan generalizada como nota distintiva del mexicano, visto por los extranjeros.

En esta característica del mexicano, en su interpretación psicosocial se da una concordancia total entre la imagen verdadera y la irreal.

Otro contenido subconsciente es el expresado en los deseos insatisfechos, cuya falta de realización es por causa externa, como dificultades insuperables o, también —y esto es muy frecuente—, por obra del azar —que es imprevisible— y, también en los deseos reprimidos también insatisfechos, pero no por causa externa, sino interna; no se realizan porque aparecen en conflicto con las exigencias del mundo externo social moral y religioso. Porque se reprimen debido a un gran esfuerzo, son muy perturbadoras.

En general, podemos decir que el mexicano, al igual que el resto de los humanos, se encuentra sometido a una serie de fenómenos físicos, biológicos, sociales, económicos, que constituyen fuerzas muy poderosas que determinan la conducta humana y que imponen alguna dirección de vida que la persona no

puede modificar fácilmente. De donde que trate, constantemente, de luchar contra su impotencia frente a las fuerzas de la naturaleza y rebelarse para dominarlas. Esto le ocasiona la aparición de una serie de supersticiones, cuando la lucha resulta infructuosa.

Por lo demás, y ya se ha dicho antes, el ser supersticioso no es característica exclusiva de los pueblos primitivos, o de comunidades atrasadas. Algunos autores han dejado constancia de la supervivencia de rasgos supersticiosos entre individuos de nuestras sociedades contemporáneas. A. M. Tozzer en su *Social Origins and Continuities* ha indicado que las supersticiones son predominantes como fuerzas del comportamiento contemporáneo, y utilizó para ello las evidencias de estudiantes profesionales. . . La intimidad con la cual estos estudiantes creen y practican supersticiones es asombrosa. Aparecen, según las historias de vida citadas por Tozzer en relación con los exámenes, los juegos de azar, los eventos deportivos, las experiencias estudiantiles que se consideran pueden presentar un desenlace desconocido o azaroso.

“La extendida creencia en la suerte y el uso de amuletos o talismanes entre los criminales y deportistas profesionales es ampliamente conocida. En el

caso de esos dos grupos su vida gira en torno a una serie de casualidades o intervenciones del azar".⁶⁸

En nuestro medio se presentan, sin duda alguna, rasgos semejantes, ya que el mexicano se considera a sí mismo como supersticioso.

Al igual que el humor y la risa, la creencia en supersticiones ha llegado a formar parte de los factores intermedios de control social que ejercen su influencia para ayudar a mantener al individuo en su justo lugar.

Nos ocuparemos a continuación de interpretar los estados afectivos que los mexicanos consideran propios de sí mismos. La máxima frecuencia correspondió a una característica que implica estado afectivo: el ser alegre; los mexicanos nos juzgamos preponderantemente alegres, más que cualquier otra cosa. ¿Pero cuál es el mecanismo para estar alegre o para sentirse alegre? Hay que recordar que la teoría de los afectos ha sido expuesta ya con anterioridad; sin embargo, nos ocuparemos aquí de analizar, en exclusividad, la alegría. Indudablemente que en el fondo de ese estado afectivo se encuentra el principio del placer, ya que la persona alegre es aquella que ha podido obtener placer, ya sea en forma transitoria o permanente. Antes de estudiar más ampliamente este principio, debemos precisar ciertos aspectos

⁶⁸ Landis H., Paul, *Social Control*, p. 313.

tos. Se llama placer a un estado de ánimo íntimo, interno, de satisfacción que se produce por haber satisfecho nuestras necesidades. Pero, para que se produzca el placer, es necesaria la total satisfacción de nuestras necesidades y de nuestros deseos. El placer implica, por una parte, que el organismo se encuentre en estado de necesidad, y por otra que constantemente tenga la capacidad de desear.

Las necesidades son predominantemente orgánicas, vegetativas, o si se quiere expresar en términos más generales, son biológicas; en tanto que los deseos son preponderantemente psicosociales, y por ello en estrecha dependencia con la vida de relación. En el ámbito de las necesidades, nuestra vida es más animal, y en el mundo de los deseos, es más humana; en una parte se localiza la animalidad biológica del hombre, y, en la otra, su humanidad social.

Para distinguir las necesidades de los deseos, se ha hecho notar que la satisfacción de las primeras, cuando más, puede retardarse o diferirse durante cortos lapsos, pero que, de ninguna manera la misma satisfacción puede suprimirse; aplazar la satisfacción de una necesidad siempre causa graves alteraciones de la salud y no satisfacerla de manera absoluta, provoca la muerte. En efecto la vida es imposible sin comer, sin beber agua, sin respirar, sin descansar, sin dormir, etc. En cuanto a los deseos, es

de afirmarse que la insatisfacción puede hasta aplazarse indefinidamente sin que tal hecho produzca la muerte. "La insatisfacción de los deseos causa perturbaciones —principalmente psicológicas—, que son más o menos graves según dos condiciones distintas: a) cuando es imposible realizar el deseo por razón de la dificultad —generalmente externa—, y b) cuando el deseo es reprimido —conflicto o dificultad interior—; es claro que, a veces, el azar impide la realización de los deseos".⁶⁹

La satisfacción de las necesidades y de los deseos implica actividad del individuo, la cual, indudablemente, depende del funcionamiento del sistema nervioso, y consecuentemente, todas las personas nos encontramos predeterminadas en nuestra manera de obrar para obtener placer ya que nuestro sistema nervioso además de ser hereditario, registra una larga y remota historia durante el curso de su evolución.

Para satisfacer nuestras necesidades y nuestros deseos, echamos mano, de diversas formas de actual, a saber: 1. los reflejos condicionados o hábitos; 2. los actos automáticos; 3. los reflejos y 4. la conducta. Todos son mecanismos para lograr el placer y para buscar una fuga de la realidad que nos rodea y que continuamente nos obliga a alejarnos del placer.

⁶⁹ Gómez Robleda, José, *Apuntes*, Tomo II, p. 118.

Los reflejos condicionados o los hábitos son los reflejos que se producen bajo determinadas condiciones, y a base de una repetición constante de los estímulos, éstos reflejos producen o bien acciones, o bien inhibiciones, y es muy frecuente que estos reflejos se encadenen con mucha mayor asiduidad cuando se trata de funciones fisiológicas, que cuando se refieren a la conducta social de los individuos. En este último caso, una serie de reflejos condicionados encadenados, es lo que conocemos como hábitos. Gran cantidad de nuestros hábitos de la vida diaria se forman por este mecanismo de los reflejos condicionados, como todos aquellos relacionados con las circunstancias, las horas de tomar los alimentos, la manera de vestirse, de asearse, de arreglarse; o todos aquellos referentes a nuestra actividad profesional, y los que se forman cuando se establecen maneras más o menos permanentes de diversión. "Todos los hábitos, debido a su repetición, dan origen a los llamados ritmos de vida que, como ya se dijo, encadenan a las personas, o mejor, limitan sus posibilidades de obrar libremente. La continuidad de estos ritmos, es específica, lo que significa que los hábitos de la misma naturaleza se conectan, aun cuando en verdad, ocurren con períodos de interrupción".⁷⁰ Los hábitos de nuestra vida social, impiden a las

⁷⁰ *Ibid.*, p. 123.

personas conseguir el placer, y las sujetan a la realidad operante, sin distinción de estrato social⁷⁰ o de lugar de origen; todos los mexicanos, nos encontramos encadenados por nuestros hábitos, aunque se presenten modalidades en ellos, todos estamos sujetos a su realización en la vida de sociedad. En nuestra visión de nosotros mismos, deseamos evadirnos de estos hábitos, poder realizar libremente el placer, y estar, en consecuencia, permanentemente alegres.

Algo semejante es lo que puede decirse de los actos automáticos de nuestra vida, éstos, que principiaron por ser conscientes, pasan a regir nuestra actividad, en forma no vigilada ni gobernada conscientemente, y limitan, al igual que los hábitos, nuestra adquisición de placer.

Los reflejos se producen por la acción de un excitante que obra sobre terminaciones nerviosas, a través de las cuales se transmite lo que ha sido llamado influjo nervioso por los nervios hasta los centros nerviosos, de donde parte la respuesta al estímulo, que se conduce por las vías eferentes hasta algún órgano donde se produce un efecto determinado. Los reflejos existen, algunos de ellos, donde nuestro nacimiento, otros más se conforman a lo largo de nuestra existencia, esto significa que algunos son hereditarios y otros circunstanciales. En términos ge-

nerales y de acuerdo al sentido de la actividad refleja, ésta se encuentra relacionada con tres diferentes condiciones de la vida: el mantenimiento o conservación de la existencia; y la defensa y la agresión que constantemente intervienen en la lucha por la vida. Nuestra actividad refleja viene a producir en los individuos formas de reaccionar predeterminadas, de las cuales no podemos evadirnos y las cuales nos cercan en movimientos y actuaciones que no podemos modificar y que, indudablemente, nos limitan el placer.

Una consecuencia y una unión, tanto de reflejos, de hábitos y de actos automáticos, viene a ser la conducta humana. Siempre nuestra conducta tiene algún sentido, busca un fin determinado consciente; todas las personas sabemos lo que nos proponemos realizar mediante una conducta determinada. Nuestra conducta está en estrecha relación con las circunstancias, las condiciones y las exigencias de la vida social, y por lo mismo, presupone la existencia de algún plan o programa de vida. Los individuos, por lo general, no pueden vivir, si carecen de un programa de vida, si no poseen una meta hacia la cual dirigir sus aspiraciones.

Los móviles de la conducta humana son de distinta naturaleza: inconsciente, subconsciente y consciente. En muchas ocasiones las personas actúan du-

rante largos períodos de tiempo, exclusivamente por móviles subconscientes y, eso trae consecuencias importantes para el individuo. El estado de enamoramiento y, los estados de inspiración son claros ejemplos de motivaciones subconscientes.

Los mecanismos brevemente analizados que conducen al individuo a lograr el placer, también lo sujetan fuertemente a la realidad, y es así que nos encontramos en una continua lucha entre los dos principios opuestos del placer y de la realidad. De esta situación surgen constantemente dificultades, problemas y conflictos tanto internos como externos. El individuo, tanto en la realidad como en el placer, se encuentra sometido a la acción de fuerzas muy poderosas, que no puede modificar; a estructuras del organismo ya predeterminadas desde antes de nacer; y a una manera de obrar—en íntima relación con las estructuras orgánicas—, que en lo fundamental se encuentra regida por las leyes de la herencia. De estos hechos se deduce el deseo de los mexicanos de poder escapar, de querer librarse de la realidad que los limita, y que les impide gozar y alcanzar el placer, es así que se explica la fuerte preponderancia manifestada en favor del ser alegres y superar la tristeza como característica opuesta. Creemos ser alegres, deseamos serlo, y con frecuencia nos

reímos de aquello que debería sernos menos risible: la muerte.

Nos reímos de la muerte porque en esta forma tratamos de encararla, de comprenderla y asimilarla a nuestro diario vivir. El mexicano, con su trasfondo indígena y español, ha aprendido a enfrentarse a la muerte, "la frecuente, la burla, la acaricia, duerme con ella, la festeja, es uno de sus juguetes favoritos y su amor más permanente . . . la contempla cara a cara con impaciencia, desdén o ironía".⁷¹ Se vuelve indiferente ante ella, la considera como natural, la ve venir con impaciencia y, hasta puede decirse que la desea. Muchas de nuestras canciones y modalidades folklóricas manifiestan este encararse con la muerte en forma indiferente y hasta placentera y jocosa.

Rendimos un culto a ella en fiestas y representaciones populares, año con año; de todos es sabido que el día de muertos es una festividad popular. Fiesta en los panteones y fiesta en el hogar: la calavera de dulce, el pan de muertos, los versos jocosos ("calaveras") en los que nos reímos de la muerte, de la nuestra y de la de nuestros compañeros. En este burlarse de la muerte el mexicano manifiesta su escondido desprecio a la vida misma. La

⁷¹ Paz, Octavio. *El Laberinto de la Soledad*, F. C. E., 1959, p. 52.

realidad cotidiana presenta tantos problemas e inseguridades, que el mexicano reniega de esta vida, trata continuamente de ignorarla, de cerrarse ante ella, de evadirse y no enfrentarse a su realidad. "Nuestra indiferencia ante la muerte es la otra cara de nuestra indiferencia ante la vida, la nuestra y la ajena, carece de valor. Y es natural que así ocurra: vida y muerte son inseparables y cada vez que la primera pierde significación, la segunda se vuelve intrascendente. La muerte mexicana es el espejo de la vida de los mexicanos".⁷²

Atributos en íntima relación con el aquí tratado, son dos más de índole psicosocial: *optimista* y *divertido*. Una persona que desea ser alegre, desea también ser optimista ante la vida, y así, encontramos que el mexicano en su intento de buscar placer y ante la imposibilidad de lograrlo debido a la serie de circunstancias psicosociales que se lo limitan desea y trata de ser alegre y optimista; sin embargo, el mexicano es triste y pesimista, ya lo dice Iturriaga: "El mexicano es de naturaleza triste; sin embargo posee un agudo sentido del humor que sabe emplear como instrumento ofensivo y defensivo en el terreno de su áspera sociabilidad, en forma de saetas envene-

⁷² *Ibid.*, p. 52.

nadas, dentro de un civismo precario encaminado con frecuencia hacia la política electoral".⁷³

El mexicano va viviendo día con día, su actuar se va modificando conforme las circunstancias lo exigen, su conducta, generalmente, carece de un verdadero programa o plan de vida; ocupa los trabajos que se le ofrecen, sin considerar si es apto para ellos o no; compra y se divierte sin planear la mejor forma de realizarlo; con frecuencia estudia aquello que considera más fácil, ya sea porque le implica menor esfuerzo o porque se le induce a ello, sin tomar en consideración sus aptitudes personales y su vocación; en fin, que no cuenta con un programa que le permita sentir optimismo ante el futuro que se ha planeado; se reduce a un esperar lo que pueda resolverse.

El otro atributo relacionado con la alegría y el optimismo es el que nos muestra como personas divertidas. Sin embargo, a nuestro modo de interpretar, esta característica no corresponde precisamente a una irreal, sino más bien a una real, acorde con el intenso deseo de ser alegres y optimistas ante la vida. El ser divertido trae consigo el hecho de divertirnos, y divertirse significa, en el lenguaje psicosocial, "apartarse" o "desviarse". En el lenguaje diario de-

⁷³ Iturriaga, José E., "El carácter del mexicano", en *El ensayo mexicano moderno*, T. II, F. C. E., 1958, p. 353.

timos que nos vamos a divertir, esto es, nos apartamos, nos desviamos de nosotros mismos, de nuestra casa, de nuestro trabajo. En consecuencia divertirse es huir de uno mismo, de nuestros problemas, nuestros conflictos, preocupaciones, en resumen; fugarnos de la realidad. La diversión se busca, precisamente, por la falta de placer, por la imposibilidad de lograrlo, es, pues, una forma sustitutiva de obtener lo que en rigor no resulta plenamente satisfactorio. En nuestra sociedad actual la vida se complica cada vez más, en todos sus aspectos, y en consecuencia la realidad es más difícil de vencer y la lucha del hombre por el placer, más complicada; por esto constantemente aumentan los centros de diversión, donde en verdad se falsifica la realidad y se venden ilusiones de placer, como ocurre en el cine, el teatro y aún en aquellos lugares donde se hace el comercio del amor y la sexualidad. Una sociedad en la cual abundan las diversiones, es una sociedad en la que se lucha con grandes problemas sociales, en donde sus miembros sienten intenso deseo de apartarse de la realidad y también, se busca incesantemente sustitutos para el placer no alcanzado.

Los pasatiempos o los entretenimientos son opuestos a las diversiones. Generalmente consisten en trabajos de tipo manual que siempre son distintos del trabajo profesional. La persona que tiene un

entretenimiento, es una persona que se ocupa consigo misma, que no busca la compañía, sino que se busca a sí mismo. Durante el curso de los entretenimientos la persona medita, piensa, reflexiona acerca de sus problemas, de sus conflictos, de sus preocupaciones; los pasatiempos proporcionan a las personas un benéfico equilibrio mental; son, con frecuencia, verdaderas curas mentales y fuente de producción para las personas de mentalidad creadora. La práctica de entretenimientos ha sido auspiciada por la Iglesia con la finalidad de que las personas se ocupen consigo mismas.

Por lo dicho, queda claro el carácter antagónico entre diversiones y entretenimientos. El que se divierte busca la compañía de otros.

La expresión social y folklórica de esta característica queda representada por la fiesta. Los mexicanos buscamos continuamente ocasiones para celebrar una fiesta, las hay de toda índole, desde la religiosa hasta la oficial, pasando por la familiar, la gremial, etc. Nuestras fiestas son, por lo general, populares, en el sentido de que toman parte en ellas grandes masas de población, en ocasiones comunidades enteras, son como dice Octavio Paz, "nuestro único lujo; ellas sustituyen, acaso con ventaja, al teatro y a las vacaciones, al 'week-end'

y al 'cocktail party' de los sajones, a las recepciones de la burguesía y al café de los mediterráneos".⁷⁴

La fiesta es esencialmente un hecho social basado en la participación activa de todos los asistentes, "La sociedad comulga consigo misma en la fiesta. Todos sus miembros se vuelven a la confusión y libertad originales. La estructura social se deshace y se crean nuevas formas de relación, reglas inesperadas, jerarquías caprichosas. En el desorden general, cada quien se abandona y atraviesa por situaciones y lugares que habitualmente le estaban vedados. Las fronteras entre espectadores y actores, entre oficiantes y asistentes, se borran. Todos forman parte de la Fiesta, todos se disuelven en su torbellino. Cualquiera sea su índole, su carácter, su significado, la Fiesta es participación".⁷⁵

La fiesta del mexicano, sobre todo del mexicano de estratos económicos débiles, es su diversión por excelencia, por medio de ella, trata de huir de sí mismo y de la realidad social que lo ahoga, es por ello que participa activa y entusiastamente; se vuelve una "explosión y un estallido". En la fiesta, el mexicano pierde el control de sí mismo, su natural hermetismo se vuelca, entra en relación directa con sus semejantes, trata de conquistar el placer que la

⁷⁴ Paz, Octavio, *op. cit.*, p. 43.

⁷⁵ *Ibid.*, pp. 46-47.

sociedad le ha negado, todo ello en forma violenta y abrupta. "La violencia de nuestros festejos muestra hasta qué punto nuestro hermetismo nos cierra las vías de comunicación con el mundo. Conocemos el delirio, la canción, el aullido y el monólogo, pero no el diálogo. Nuestras Fiestas, como nuestras confidencias, nuestros amores y nuestras tentativas por reordenar nuestra sociedad, son rupturas violentas con lo antiguo o con lo establecido. Cada vez que intentamos expresarnos, necesitamos romper con nosotros mismos. Y la Fiesta sólo es un ejemplo, acaso el más típico, de ruptura violenta".⁷⁶

Entre las funciones intelectuales, hemos tratado ya la de recordar-imaginar, y es a ella a la cual corresponden otros dos rasgos atribuidos al mexicano en su estereotipo: *soñador y chismoso*.

La función recordar-imaginar es primordial en nuestra vida diaria; el recordar queda ligado al pasado, en tanto que el imaginar se refiere al futuro.

Los productos de la imaginación son muy variados, podemos mencionar entre los más importantes el referente al sueño; ya se sabe que soñamos dormidos, pero también que podemos soñar despiertos; ocurre lo segundo cuando hacemos fantasías, cuando con plena conciencia nos abandonamos y nos representamos todas las realizaciones de

⁷⁶ *Ibid.*, pp. 46-47.

nuestros deseos. El mexicano sí es soñador, es éste un atributo que corresponde a la realidad caracterológica; soñamos despiertos pues sólo en esa forma podemos conseguir todo aquello que la realidad social nos niega o nos dificulta obtener.

También son productos de la imaginación la mentira, el chisme y la calumnia. Las mentiras son falsedades que se producen por un mecanismo de compensación en nuestra vida; son de índole necesaria para poder conservar nuestro estado de equilibrio psicosocial frente a la continua contradicción entre la realidad y el placer. Frente a esto debemos hacer un ajuste y para defendernos contra la adversidad, los desengaños, las frustraciones, los problemas, necesitamos crear mentiras. Todos, en alguna ocasión, hemos recurrido a la mentira y, con frecuencia las personas llegan a creer en sus propias mentiras. El chisme, es en realidad la revelación de un hecho cierto y, en esta parte, resulta contrario a la mentira. El chisme ofende porque corresponde a lo que la persona afectada ocultaba; viene a ser una agresión y aquí encontramos un enlace con otros caracteres: agresivo, chistoso e ingenioso. Sin embargo, consideramos que el chisme puede darse no sólo en contradicción con la mentira, sino como complemento de ésta. El mexicano tiene que ser chismoso y mentiroso, ya que la sociedad en que vive exige que

sea así. Si consideramos al individuo aislado, la mentira es un recurso para encontrar su equilibrio psicosocial. Si analizamos al hombre en la colectividad, la mentira y el chisme corresponden a exigencias de una sociedad que aún no ha aprendido a vivir sin mentiras y sin chismes. Muchas de las formas sociales empleadas en nuestra cotidiana relación, resultan expresiones diametral o parcialmente opuestas a aquello que sentimos. Lo mismo puede decirse del lenguaje protocolario y a menudo del empleado en nuestras relaciones epistolares. Ni qué decir de las promesas de índole política, de las propagandas oficiales y comerciales.

Es de esperar que la mentira y el chisme, productos negativos de la imaginación, puedan llegar a eliminarse en una sociedad en la cual la vida sea menos difícil y la civilización y la cultura hayan podido educar a los individuos para que se desenvuelvan con mayor sinceridad. En nuestro mundo, las sociedades aún no han alcanzado este nivel, y en consecuencia, se trata de características comunes a la gran mayoría de la humanidad, y, desde luego, no exclusivas de nuestros compatriotas.

Si bien, entre los atributos que conforman lo característico del estereotipo del mexicano, y que son aquellos cuyos porcentos acumulados suman el 50% del total, no figura el ser mentiroso o su opuesto,

ser veraz, este último atributo quedó colocado unos cuantos lugares más abajo, o sea, que los mexicanos nos consideramos veraces, en un deseo de que las condiciones sociales y psicológicas de nuestro ambiente llegen a ser tales, que nos permitan vivir y expresarnos con mayor sinceridad.

En resumen, el mexicano, en su estereotipo resultó con rasgos imaginativos, los cuales pueden corresponder a la realidad y adecuarse a lo que Iturriaga nos comunica: "El mexicano posee una viveza y una riqueza de imaginación que explican una virtud y un defecto sustanciales: su portentosa capacidad creadora en el terreno del arte y su derivación a la mitomanía. Esto es, el mexicano no se contenta ni se pliega a la realidad tal como ella se ofrece a sus ojos, por eso la tergiversa a través de la mentira supletoria de sus anhelos o a través de la obra de arte; su hostil circunstancia —lo demás y los demás—, la poco generosa realidad que rodea al mexicano, no la acata, la ataca ora ética ora estéticamente. En este sentido, el pintor Diego Rivera es el mexicano arquetipo".⁷⁷

Las diferentes actitudes psicosociales del mexicano han quedado expresadas en el estereotipo por medio de los caracteres *desconfiado*, *malicioso* y *orgulloso*. Los dos primeros presentan una cierta rela-

⁷⁷ Iturriaga, José E., *op. cit.*, pp. 359-360,

ción, ya que al desconfiar nos volvemos maliciosos. El mexicano desconfía, o cree que desconfía porque carece de una base social estable; la realidad que aún no ha podido comprender y asimilar le obliga a desconfiar, como le obliga a mentir y a desear ser alegre. El propio desarrollo socio-económico del país, las continuas luchas sociales, la falsa protección sindical, las agresiones internacionales, las mentiras propagandísticas comerciales, los constantes engaños burocráticos y oficiales, han contribuido a que el mexicano desconfíe y recele. Sin embargo, no consideramos, como afirma Samuel Ramos, que es la desconfianza el rasgo caracterológico principal del mexicano y que de él derivan los demás. Precisamente, entre los atributos del estereotipo, la desconfianza ocupa el porcentaje menor entre aquellos que acumulados nos proporcionan lo característico del fenómeno.

En tanto que Samuel Ramos atribuye la desconfianza del mexicano a su inseguridad frente a "un mundo caótico e inestable, en el cual no está seguro ni de la tierra que pisa", y esta inseguridad de sí mismo la proyecta hacia afuera sin percatarse de ello, hasta llegar a desconfiar de todo y de todos, Octavio Paz considera que los mexicanos desconfiamos y simulamos para eludir la mirada ajena y eludirnos a nosotros mismos en rasgos de gente

dominada o sometida, pero no como grupos víctimas de un poder extraño cualquiera, que luchan contra una realidad concreta, sino como individuos que "luchamos con entidades imaginarias, vestigios del pasado o fantasmas engendrados por nosotros mismos. Esos fantasmas y vestigios son reales, al menos para nosotros. Su realidad es de un orden sutil y atroz, porque es una realidad fantasmagórica. Son intocables e invencibles, ya que no están fuera de nosotros, sino en nosotros mismos".⁷⁸ Estas brillantes ideas, nos llevan a concluir que lo desconfiado y lo malicioso del mexicano, tienen como raíz la realidad que lo rodea, no tanto como vestigios y fantasmas de un pasado o una problemática actual, sino más bien como resultado de condiciones sociales presentes, sin desconocer la influencia de nuestro pasado.

En realidad, estas características, la desconfianza y lo malicioso, pueden quedar consideradas como poco representativas del estereotipo del mexicano, ya que, como se ha dicho anteriormente, presentan poca significación estadística.

Los caracteres psicosociales estudiados ampliamente en páginas anteriores, corresponden al estereotipo general del mexicano. Hemos visto como

⁷⁸ Paz, Octavio, *op. cit.*, p. 66.

muchos de ellos son francamente irreales con una visión antagónica de la realidad, en tanto que otros más representan atributos reales del mexicano.

Además del estereotipo general, conocimos las características específicas de diferentes zonas del país y mediante ellas podemos presentar la imagen que los mexicanos tienen de sus compatriotas oriundos de las diversas regiones que integran nuestro país.

Para el *Norte* los rasgos psicosociales fueron los siguientes: *ingenioso, agresivo, orgulloso, veraz y superior* (creerse superior). Tales rasgos parecen reflejar la situación social de esa zona. El intenso desarrollo económico, el florecimiento cultural, la influencia del vecino país, el nivel de vida superior al resto del territorio, parecen dar lugar a los atributos que se consideran propios de sus habitantes. Pensamos que los norteños son ingeniosos en el sentido de poseer ingenio para llevar a cabo sus reformas socio-económicas; son agresivos como requisito indispensable para poder lograr la consolidación de sus empresas; están orgullosos del grado de adelanto industrial y económico que han alcanzado sus ciudades; son veraces como resultado de la influencia del acendrado sentido de veracidad que prevalece en el país vecino; por último, los norteños se sienten

superiores, justificadamente, por sus superiores condiciones socio-económicas.

Por lo anterior, podemos concluir que las características atribuidas a los originarios del norte del país, corresponden a la realidad.

Las personas del *Centro* resultaron *maliciosas, soñadoras, egoístas, interesadas y desordenadas*. Las dos primeras características ya han sido interpretadas en páginas anteriores. Las tres restantes corresponden a actitudes posiblemente irreales, ya que el mexicano que habita la región central del país, presenta tendencia, más bien a mostrarse desinteresado ante la vida y sus complicaciones económicas; carece de un espíritu pragmático, en general busca la forma más fácil de obtener ingresos; no se interesa por el aspecto económico, no tiene el hábito del ahorro y, en consecuencia es desordenado en su régimen de vida.

Los *Costeños*, los *Yucatecos* y los *Sureños* presentan rasgos caracterológicos bien diferentes de aquellos propios a los norteros y las personas del Centro. Son *alegres, burlones, chistosos, supersticiosos, soñadores, desordenados* y de *inteligencia media*. Entre ellos, la misma naturaleza les conforma su actitud ante la vida; la abundancia de productos naturales, la facilidad para conseguir los medios de manutención, la proximidad del mar con su incesan-

te murmullo y su prodigalidad de especies, los conforma alegres y desordenados. No padecen, como los habitantes del resto de nuestro territorio, la necesidad de luchar contra un medio ambiente hostil y poco pródigo; de aquí que su vida sea alegre y desordenada, y esta misma naturaleza con su belleza poco común, les invita a soñar y alejarse de la realidad. El atraso cultural motivado por la lejanía de los centros de cultura, así como la fuerte influencia del pensamiento mágico de los grupos étnicos que habitan esas zonas, primordialmente, la del Sur (Oaxaca y Chiapas), conforman en sus habitantes el carácter supersticioso.

Las personas de las costas se consideran y son tenidas como poseedoras de una inteligencia media, los problemas de la vida diaria los resuelven en forma normal, ni con demasiada brillantez, ni con extremada lentitud mental. Captan fácilmente las innovaciones psicosociales que se presentan como consecuencia del continuo desarrollo cultural y económico propio de toda la nación.

El estereotipo del mexicano incluye entre las características que lo determinan, gran número de atributos de connotación social. De acuerdo con la clasificación de caracteres que nos han servido de base para analizar los rasgos del estereotipo, figuran entre los sociales los siguientes: intereses profesio-

nales, culturales y estilos de vida. Trataremos a continuación los intereses, ya que son éstos los que resumen toda caracterología social.

Intereses. El término "interés", generalmente se utiliza en su forma de plural y es propio a diferentes disciplinas, pero en cada una de ellas adquiere un significado algo diferente.

En el campo de la sociología y la psicología el término ha alcanzado gran popularidad y muchos escritores y estudiosos de estas ciencias han tratado de distinguir y clasificar los diferentes esfuerzos de los humanos expresados en sus intereses y que han dado lugar a la variedad de fenómenos sociales. Es así que cada autor se ha ocupado de los intereses de acuerdo a su teoría científica. Ratzenhofer empleó el término interés para explicar cuántos y qué variables intereses individuales y grupales intervienen en la explicación o ilustración de su teoría del conflicto social. La popularización de esta idea entre los sociólogos norteamericanos correspondió a Albin Small, si bien su teoría estuvo orientada en un sentido distinto. Este autor nos proporcionó su propia clasificación de los intereses, y algunos otros autores, también norteamericanos, siguieron su mismo camino. Todos ellos, como era natural, llegaron a una definición más psicológica que sociológica del término. Small, en su *Sociología General* afirmó que:

“un interés es una capacidad insatisfecha que corresponde a una condición no realizada, y constituye una predisposición a tal reajuste como si se tendiera a realizar la condición indicada”.⁷⁹ El mismo Small redujo la lista de intereses a los siguientes: salud, riqueza o bienestar económico, sociabilidad, conocimiento, belleza y justicia. No cabe duda que esta lista resultó algo reducida, pero aunque otros autores la hayan incrementado, no deja de existir el problema de encontrar una base para poder clasificar los intereses. De aquí ha surgido toda una tendencia en la sociología y se ha insistido en que se lleve a cabo una verdadera distinción entre las actitudes o estados de la conciencia, por una parte, y los intereses u objetos hacia los cuales se dirigen las actitudes. En ello ha puesto especial interés el sociólogo norteamericano, MacIver. Precisamente la confusión que motiva la clasificación de los intereses, ha inducido a algunos autores a un rechazo del término y a su sustitución por conceptos tales como valores o deseos.

La teoría sociológica acerca de los intereses, se encuentra expuesta, en forma breve y concisa por MacIver en la *Enciclopedia de las Ciencias Sociales*, dicho autor dice así: “Si utilizamos el término interés en su connotación objetiva, como el correlativo

⁷⁹ Small, Albin, *Sociología General*.

de actitud, entonces el concepto se vuelve particularmente útil para la explicación del desarrollo y cambio de la organización social. Bajo las condiciones más simples de sociedad, o sea en las sociedades más primitivas, la expresión social del interés radica principalmente en las castas o clases, en los grupos de edad, en los grupos de parentesco, en los grupos de vecindad y en otras comunidades desorganizadas o pobremente organizadas. La coherencia de estos grupos se mantuvo mediante las tradiciones apropiadas. Con el avance de la civilización, los intereses se organizan en asociaciones particulares y en esta forma se especializan más, se definen mejor y se limitan. En una sociedad industrializada con su correspondiente división del trabajo y con las crecientes oportunidades de contactos interpersonales e intergrupales, todo interés, de cualquier proporción, establece fácilmente su organización propia para poder promover su divulgación. Así, la distinción estructural más notable entre una sociedad primitiva y una sociedad altamente civilizada, radica, esencialmente, en la escasez de asociaciones específicas en la primera y la multiplicidad de las mismas en la segunda.

“Esta organización definida de intereses actúa, tanto sobre el carácter de los intereses como sobre las formas que ellos adoptan. Debe realizarse una ta-

jante distinción entre los intereses considerados semejantes y los intereses denominados comunes. Las personas tienen intereses semejantes, en tanto, por ejemplo, que cada ser humano busca su supervivencia. Presentan intereses comunes en el grado en que participan en una causa, como el bienestar de la comunidad o del país a los cuales pertenece. Los dos tipos de intereses se encuentran intrincadamente combinados en su adhesión a las asociaciones. Es así que los intereses semejantes que conducen a asociaciones económicas se encuentran fuertemente reforzados por el sentido de pertenencia del cual depende el éxito de tales intereses, y al mismo tiempo, el asociarse proporciona una mayor estabilidad a los intereses que ampara. Un interés o una serie de ellos, especialmente si asumen la forma de una corporación, asegura una cierta continuidad a pesar de la devoción fluctuante y los cambios ocurridos a sus miembros".⁸⁰

Indudablemente que lo expuesto con anterioridad nos lleva a concluir que los intereses, en sus diversos aspectos, están referidos a la actuación humana dentro del grupo social.

Cada individuo busca la compañía de otros seres humanos por la misma razón que se busca la com-

⁸⁰ Mac Iver. *Encyclopaedia of the Social Sciences*. The Mac Millan Co. MCMLVII. New York, Vol. 7-8.

pañía de las cosas, porque se esfuerza por relacionarse significativamente con el ambiente que lo rodea. "El interés social constituye una parte intrínseca de nuestro creciente interés por el medio".⁸¹ El desarrollo de un interés específicamente social es el resultado de una adecuación especial recíproca entre los humanos. A medida que se incrementa la capacidad para actuar con otros seres humanos, surgen nuevas necesidades específicas, que requieren directamente la participación de los individuos. La acción del grupo se vuelve interesante en sí misma; las actividades del dar y del recibir adquieren un atractivo y un valor por sí mismas. Nos volvemos sensibles a la respuesta de nuestros congéneres; sus apreciaciones y sus juicios llegan a estar en íntima relación con nuestras actuaciones y así, éstas adquieren una mayor significación. Todo nuestro actuar, nuestro razonar y nuestro juzgar, adquieren un significado más pleno, más cabal, cuando se ven reflejadas en el actuar, el razonar y el juzgar de nuestros compañeros, y consecuentemente, gozan de la comprensión y el aprecio por parte de otros.

No debemos olvidar que los intereses provienen del mundo de la psicología y que de éste han pasado al de la sociología, pero, sin lugar a duda, han quedado definitivamente enclavados en la par-

⁸¹ Asch. E., Salomón, *Psicología Social*. EUDEBA, 1962.

ticipación de ambas disciplinas, esto es, en la psicología social. Así, podemos afirmar que los intereses se forman por dos mecanismos o bajo dos condiciones: donde hay una diferencia se produce un interés, y, donde hay una necesidad aparece un interés. Todo aquello que nos es necesario motiva nuestro interés. La necesidad lleva, siempre al individuo y a los grupos humanos a realizar la conducta adecuada para su satisfacción y en todos los casos la persona tiene conciencia o se da cuenta, con claridad, de sus necesidades.

Todo estudioso de la psicología social se enfrenta a una variedad de clasificaciones de las necesidades y los deseos. Encuentra, desde los esquemas trazados por Goldstein, quien pretende agrupar todas las necesidades dentro del marco de la "self actualization", hasta aquellas clasificaciones que comprenden dos docenas de necesidades orgánicas y psicológicas, como es la de Murray.

Para los fines del presente trabajo, consideramos necesario decidarnos por alguna clasificación de las necesidades y consecuentemente, de los intereses que mueven a la humanidad. Indudablemente que lo más acertado es localizar algún esquema referido a nuestro ambiente, y es así, que haremos uso de la lista de intereses generales de vida del mexicano, formulada por el Dr. José Gómez Robleda con

base en una investigación de nuestra realidad psico-social. Podríamos también referirnos a la clasificación de Thomas, ampliamente desarrollada en dos de sus obras clásicas, *El campesino polaco en Europa y en Estados Unidos* y *La joven desadaptada*, en las cuales se hace continua referencia a los "cuatro deseos". Esta teoría ha sido ampliamente utilizada por los sociólogos y los psicólogos sociales. Los cuatro deseos, al igual que los intereses del mexicano, son de contenido eminentemente psico-social, ya que aún aquellos que se consideran como orgánicos presentan una relación con el comportamiento humano, tanto por la manera en la cual se ajustan a las percepciones sociales de los individuos, como por las definiciones que la sociedad les impone.

En el curso de la exposición de los caracteres sociales del estereotipo del mexicano, iremos relacionando los intereses del mexicano con la clasificación de Thomas.

No debemos olvidar que nos ocuparemos de aquellos caracteres cuya connotación ha resultado más social que psicológica, y que por ello caen dentro de los límites de los intereses y las necesidades sociales.

Los intereses generales de vida del mexicano fueron determinados a través de una encuesta radio-

fónica en la cual las personas respondieron a la pregunta "¿Qué es lo que le interesa en la vida?" Se obtuvieron diferentes respuestas, se reunieron las concordantes y se eliminaron las respuestas de niños, de adolescentes y de personalidades, ya que se trató de buscar la respuesta del individuo medio (de ambos sexos). De la elaboración de todas las respuestas se llegó a encontrar diez intereses significativos, cuyos respectivos porcentajes son los siguientes:

	%
1. La sexualidad y el erotismo	34.24
2. La vida místico-religiosa	17.17
3. La vida imaginativa	11.48
4. La salud y la alimentación	8.63
5. El dinero y la economía	6.92
6. La familia	5.69
7. El sentido de la propia importancia	4.88
8. Las bellas artes	4.27
9. El poder	3.80
10. La vida político-social	2.92

Dentro de esta lista de intereses vamos a tratar de situar los rasgos del estereotipo general del mexicano que determinan su actuar social. Dichos atributos son: *hospitalario, cortés, servicial, socia-*

ble, comunicativo, mal hablado, espléndido; trabajador, emprendedor, religioso, valiente; franco; sincero, limpio y leal.

Los primeros seis atributos se presentan en el mundo de los intereses familiares y de la vida social, y corresponden a lo que Thomas denomina la motivación de respuesta "response motive". En estos atributos encontramos el deseo de entablar relación íntima y amistosa con otros individuos; se manifiesta en ellos el deseo de las personas de considerarse apreciadas y relacionadas entre sí. La mayoría de las personas, en sus primeros años, dependen considerablemente de los mayores, y, lógicamente se entablan fuertes relaciones sentimentales. A medida que el individuo crece, su círculo de afectividad se va ampliando y con ello se va creando el deseo de buscar una relación y una respuesta social, que se circunscribe, primero a la familia, y se amplía, más tarde, a toda la comunidad. Este es un proceso común a todos los individuos, pero se puede presentar en mayor o menor intensidad en los diferentes núcleos humanos. Hay pueblos en los cuales el deseo de relación social está ampliamente desarrollado y son considerados eminentemente sociables o gregarios; en otros, como en nuestro caso, predomina el individualismo. Entre los mexicanos, su sociabilidad es menos intensa que, por ejemplo, entre los norte-

americanos. Para nosotros cuenta más el "yo individual que el "yo social", de aquí nuestro retraimiento político, nuestro civismo incipiente, nuestra poca participación social, somos poco afectos a formar asociaciones sociales, a integrar equipos de trabajo, en fin, a relacionarnos estrechamente con nuestros semejantes. Todo lo contrario se presenta entre nuestros vecinos del norte, en ellos su sociabilidad es típica y esta diferencia entre ambos pueblos se suaviza un tanto en favor de nosotros con una fina observación de un sociólogo: "En pocas cosas se separan tanto el norteamericano y el mexicano como en la impresión que causa cada uno cuando está fuera de su país: el mexicano se ve mejor, el norteamericano empeora . . . Lo fuerte de Estados Unidos es la colectividad y no el individuo; lo mejor de México es la persona individual' ".⁸²

El mexicano, por lo general, es poco sociable y poco comunicativo, he aquí dos caracteres —sociable y comunicativo— que no corresponden a la realidad, que son francamente estereotipados. Nos mantenemos silenciosos, retraídos, con un hermetismo heredado de siglos. La dominación española nos empujó aún más hacia el silencio, no había oportunidad de manifestar el disgusto o la alegría; la

⁸² Cosío Villegas, Daniel. *Extremos de América*, F. C. E., 1949, p. 75. Citado en Iturriaga, José E., *op. cit.*, p. 356.

imposición nos ahogó, nos encerró en nosotros mismos. La situación actual, en la cual se habla de una consolidación de todas nuestras instituciones, nos ha encontrado con un mecanismo psicosocial ya integrado.

La desconfianza, otro de los rasgos del mexicano, se ve complementada por el silencio y la insociabilidad. Desconfiamos de lo que nos rodea, y es por ello que nos volvemos retraídos y poco comunicativos. "La dureza y hostilidad del ambiente—y esa amenaza, escondida e indefinible, que siempre flota en el aire—nos obligan a cerrarnos al exterior, como esas plantas de la meseta que acumulan sus jugos tras una cáscara espinosa . . . Ante la simpatía y la dulzura nuestra respuesta es la reserva, pues no sabemos si esos sentimientos son verdaderos o simulados".⁸³

Sin embargo, el vivir en este continuo estado de desconfianza y aislamiento no sería tolerable sin mecanismo de compensación, y es por ello que se puede entender que junto a estos caracteres se localicen lo que podría parecer opuestos: hospitalario, cortés, servicial.

El mexicano presenta una clara inclinación hacia la hospitalidad y sus consecuencias, la cortesía

⁸³ Paz, Octavio, *op cit.*, p. 27.

y el ser servicial. Entre los mexicanos la hospitalidad se manifiesta principalmente en la facilidad para entablar amistades y acoger en el hogar a estas amistades, ya sea con un sentido de protección o de mera cortesía. Nacen de ello, verdaderas instituciones como la del "recogido" o el "arrimado" tan usuales entre las familias de estratos sociales débiles; o bien las continuas invitaciones a frecuentar el hogar, sin motivo aparente, por parte de amistades.

El mexicano es mal hablado como una necesidad social de defensa ante la agresión. Tanto los chistes como el lenguaje ofensivo provienen de su deseo subconsciente de liberarse y agredir en forma velada. "El lenguaje blasfematorio no es propiamente indígena, es más bien un atributo que le paga a su ascendencia española. Cuando disputa prefiere más bien la expresión velada a la injuria; por eso dice: 'al buen entendedor, pocas palabras' ".⁸⁴

Los rasgos que corresponden a los intereses económicos son: *espléndido*, *trabajador* y *emprendedor*. El mexicano, contra mucho de lo que se ha escrito, no es un individuo perezoso; durante algún tiempo se insistió en este rasgo social, pero la transformación del país, en todos sus aspectos, ha echado por tierra este aspecto. Aquella imagen tan difundida de nuestros indígenas encucillados, envueltos

⁸⁴ Iturriaga, José E., *op. cit.*, p. 353.

en un sarape y cubiertos con amplio sombrero, dedicados a soñar y descansar, se ha venido por tierra. Nuestro pueblo ha despertado, se ha levantado y ha emprendido el camino del trabajo y la liberación económica. El número de nuevas industrias, el aumento de la población económicamente activa, el auge de la producción, así lo demuestran. Es en esta forma que la situación actual del país repercute en la formación del estereotipo y este auge económico inclina a considerarnos a nosotros mismos como espléndidos trabajadores y emprendedores. En realidad son características que existen en el mexicano y que ocupan un lugar preponderante entre los rangos que pueden perturbarlo y, consecuentemente, demuestran su realidad psicosocial.

El mexicano es espléndido y desea serlo como una manifestación de la importancia que para él tiene la situación económica, si bien el país se encuentra en un fuerte desarrollo socioeconómico, la realidad que impera entre la gran masa de la población, es la de una desigual y contrastada distribución de la riqueza. En el cotidiano vivir, el mexicano en general, padece de una falta de dinero lo cual se traduce en un continuo estado de preocupación, de angustia, de ansiedad, de pesimismo y de tristeza, y frente a estos estados se localizan sus opuestos motivados por la abundancia. En su este-

reotipo el mexicano manifiesta estos otros estados, desea tenerlos y los hace suyos en su propia caracterización, y es así que hemos encontrado, entre otros, los de alegría, optimismo y esplendidez.

El rasgo aquí tratado, en realidad se refiere más que a la cantidad de dinero, a la forma de gastarlo. En la vida diaria, todas las personas tratan de lograr motivos de satisfacción, evitando problemas, dificultades y conflictos; es decir, procurándose placer. El dinero es, indiscutiblemente, un medio que se aplica a obtener placer, o que debe transformarse en placer. Pero, para lograr este fin, más que dinero se necesita inteligencia; es mucho más sencillo saber gastar el dinero, que, poder ganarlo. Para ello el mexicano presenta una especial inclinación, sabe transformar el dinero en placer y actúa, con el poco dinero que tiene, en forma espléndida.

El trabajo puede considerarse como motivo de perturbación psicosocial, porque en la realidad su rendimiento no es suficiente para satisfacer las siete necesidades elementales de vida (alimentación, sexualidad y reproducción, habitación, vestido, conservación de la salud, educación y diversión). La satisfacción de estas necesidades es lo esencial para que el hombre pueda existir como tal. En un nivel inmediato superior, el trabajo debe proporcionar al

hombre una seguridad de vida y posibilidades para realizar libremente algún ideal.

Para el mexicano, el trabajo se ha vuelto perturbador, porque, aunque en forma parcial, no le ayuda a desenvolverse como individuo; y, porque, generalmente, se ve obligado a desempeñar una ocupación que le es desagradable y para la cual no se encuentra totalmente capacitado.

El trabajo constituye, dentro de la clasificación de Thomas, una de las necesidades o motivaciones de seguridad—security motive—“El deseo de seguridad está basado en la necesidad del individuo de protegerse a sí mismo de cualquier ataque a su integridad o estabilidad. Se manifiesta a sí mismo en el rechazo del peligro, y riesgo, en actitudes de precaución y conservación”.⁸⁵

También dentro de las motivaciones de seguridad, se localiza otro rasgo del estereotipo, el ser *religioso*, y que corresponde al mundo de los intereses místico-religiosos.

El mexicano en la realidad es un individuo religioso que con frecuencia raya en el fanatismo. Su religiosidad se manifiesta en una franca inclinación por lo puramente dogmático y la observancia estricta de todo lo ceremonial, con fuerte mezcla de

⁸⁵ Bonner, Hubert, *Social Psychology*; American Book Co., p. 157.

rasgos mágicos. En consecuencia, se aleja notablemente del aspecto moral y propiamente cristiano. Su actitud religiosa no es más que la consecuencia de descender de dos culturas en las cuales imperó el fuerte ritualismo indígena y la exagerada liturgia española. .

La religiosidad del mexicano, es de carácter práctico, implora a sus santos no con fines espirituales y miras ultraterrenas, sino con miras útiles; pide su intervención para lograr lo imposible o difícil: la buena cosecha, la curación inmediata, la solución de sus problemas o conflictos, etcétera. . .

El mexicano no ha logrado aún trascender completamente el mundo mágico de sus antepasados; la ciencia y técnica modernas que lo rodean en su diario vivir, aparecen para él, como algo mágico y misterioso. La religión y la educación pública no lo han capacitado para comprender los misterios que lo rodean. Es así que para el mexicano el misterio representa el más alto grado de perturbación psicosocial por la deficiente educación general que priva en nuestro país.

Los siguientes caracteres expresados en el estereotipo, corresponden a la esfera de los intereses relacionados con el sentido de la propia importancia. Nos consideramos a nosotros mismos como *valientes, francos, sinceros, leales*. Corresponden estos ras-

gos a lo que Thomas considera como motivación de reconocimiento "recognition motive". "Probablemente no existe otra motivación humana que haya desempeñado un papel tan importante en la creación de valores humanos, como el deseo de reconocimiento. En contraste con la motivación de respuesta, que consiste en un deseo de respuesta afectiva, la motivación de reconocimiento implica el deseo de distinguirse ante los ojos del grupo o la sociedad a la cual se pertenece".⁸⁶

El mexicano es valiente, su realidad psicosocial lo ha conformado así, la eterna lucha por la sobrevivencia física, por la realización de sus deseos y necesidades lo ha obligado a manifestarse como un individuo valiente y agresivo, ya hemos visto con anterioridad cómo manifiesta su agresividad, veremos ahora cómo expresa su valentía.

Según Octavio Paz "el ideal de hombría para otros pueblos consiste en una abierta y agresiva disposición al combate; nosotros acentuamos el carácter defensivo, listos a repeler el ataque. El "macho" es un ser hermético, encerrado en sí mismo, capaz de guardarse y guardar lo que se le confía. La hombría se mide por la invulnerabilidad ante las armas enemigas o ante los impactos del mundo exterior. El estoicismo es la más alta de nuestras virtudes

⁸⁶ Bonner, Hubert, *op. cit.*, p. 167.

guerreras y políticas. Nuestra historia está llena de frases y episodios que revelan la indiferencia de nuestros héroes ante el dolor y el peligro. Desde niños nos enseñan a sufrir con dignidad las derrotas, concepción que no carece de grandeza. Y si no somos estoicos e impasibles—como Juárez y Cuauhtémoc—al menos procuramos ser resignados, pacientes y sufridos”.⁸⁷

La valentía del mexicano se expresa en su “machismo” a veces expresión exagerada que conduce al delito y la transgresión de las normas sociales; pero que también representa nuestro deseo de defendernos frente a lo exterior.

Caracteres que expresan el estereotipo son los de *franco* y *sincero*. El mexicano desea ser esas dos cosas, pero en realidad no es así. Ya hemos hablado de su hermetismo, su desconfianza y su disimulo.

Al igual que analizamos los caracteres psicosociales, con predominancia de lo psicológico sobre lo social, para las diferentes zonas del país, trataremos ahora de interpretar los atributos de esas mismas regiones y de mayor significación sociológica que psicológica.

Las personas nacidas en el *Norte* de nuestro territorio presentaron en su estereotipo, las caracterís-

⁸⁷ Paz, Octavio, *op. cit.*, p. 28.

ticas siguiente: *franco, sincero, trabajador, emprendedor, laborioso, leal, aborrativo, revolucionario y valiente*. Todas ellas nos hablan de un desarrollo económico siempre en ascenso, de un continuo emprender nuevas actividades y de una lucha con el medio ambiente, a fin de que, con base en el trabajo diario, se logre la superación de las condiciones socioeconómicas. La actitud de vida del norteco es abierta, se enfrenta a las contingencias diarias con valentía; en su trato social se manifiesta, continuamente, la sinceridad y la franqueza. Su nivel económico, superior al del resto del país, lo induce al ahorro en su economía diaria, pero sin llegar al erróneo concepto de la tacañería de los nortecos, y en especial de los regiomontanos. En realidad, se trata de personas ordenadas en sus gastos, pero de ninguna manera tacañas o "codas", simplemente ordenadas y ahorrativas.

La característica que revela lo acertado de la investigación es la de revolucionario; de nadie es ignorado el carácter revolucionario de los nortecos, ya que de ellos partió nuestra lucha interna y los máximos exponentes de ella fueron originarios de esa zona.

Los originarios del *Centro* presentaron solamente dos rasgos específicos: *despilfarrados y fanáticos*. Ya al referirnos a los caracteres psicológicos men-

cionamos lo relativo a un desorden en su actitud de vida. Aquí, aparece más acentuado este concepto, al considerar a los individuos del Centro como despilfarrados, o sea como personas, que en general, gastan más de lo que ganan y carecen del hábito del ahorro. Coincide esta característica con la de espléndido, ampliamente tratada en páginas anteriores.

La religiosidad que se presenta para el estereotipo general, se manifiesta, en las personas del Centro, en su forma más radical, el fanatismo. El Centro del país se ha caracterizado por su extrema religiosidad, sus continuas fiestas religiosas, sus peregrinaciones y sus múltiples centros religiosos dan prueba de ello. Es también, la zona del país, en la cual la mezcla de las dos culturas, la indígena y la española, se dio en mayor intensidad, y las dos religiones, entrelazadas, condujeron al fanatismo.

En sus intereses familiares y sociales las personas de *las costas* responden favorablemente a las motivaciones de relación y son *francas, comunicativas y serviciales*. En su trato diario se manifiestan *mal hablados y mal educados*. En los intereses del dinero y la economía son *despilfarrados* en correspondencia a lo *desordenado* dentro de su actitud psicológica. La abundante naturaleza que los rodea, la explotación de sus recursos naturales y la expansión de la industria, dan seguridad de vida a los coste-

ños y los forman despilfarrados en su economía. Son *valientes*, entendida la valentía en su manifestación psicosocial de "machismo" ya analizada con anterioridad.

Por último, las personas de la *Península de Yucatán* presentan rasgos, en su estereotipo, bastante conformes con la realidad. El clima caluroso las obliga a una extrema *limpieza*; su fuerte mezcla indígena les confiere una *hospitalidad* ya poco común en nuestros días, unida a una fina *cortesía* y *educación* en su trato diario. Estas personas se manifiestan *comunicativas* y *sinceras* en su relación con sus semejantes. La *religiosidad* es un rasgo característico y general a todos los mexicanos con diferentes matices según la región. En contraste con sus vecinos, los costños, las personas de Yucatán, son *aborrativas*.

Como puede apreciarse, este intento de interpretación de los caracteres propios a cada zona del país, no ha sido extenso ni intensivo, debido a la carencia de materiales de referencia, así como al hecho de que los estereotipos de cada zona no presentan aún la estabilidad y fijación que sería de desearse para poder aventurar una interpretación adecuada. Recordemos que en el capítulo correspondiente a resultados estadísticos queda claramente expuesto el

criterio seguido para determinar la variabilidad del estereotipo.

Conclusión. Por todo lo que ya fue expuesto en su oportunidad, se comprende fácilmente que los estereotipos, en virtud de su *origen*, unos son determinados por motivos conocidos y, los otros, espontáneos. Los primeros se forman debido a las iniciativas que parten de instituciones (como los gobiernos, las empresas comerciales, los partidos políticos, las iglesias, etc.) y, también, de personas influyentes; tienen fines predeterminados (colaboración con los gobiernos y aceptación de sus normas, vender productos, imponer ideologías políticas, propagar creencias religiosas, etc.), generalmente están formados por pocos caracteres que dependen de los fines concretos que tratan de realizarse. Los segundos—o espontáneos—corresponden a observaciones colectivas que, por lo común, son generalizaciones de hechos muy impresionantes; son muy persistentes cuando la excepción se ha repetido, lo que corresponde al mecanismo del pensamiento primitivo; carecen de fines predeterminados de carácter utilitario; están formados por muchos caracteres.

Los estereotipos, determinados o espontáneos, siempre son criterios operantes; los primeros, de manera directa o inmediata quedan al servicio de fines útiles para la sociedad o, para expresarlo con

un criterio más estricto, de propósitos útiles para determinadas instituciones o grupo sociales. Los segundos —espontáneos— son reacciones colectivas que de inmediato se aplican a explicar o, mejor, justificar el estilo de vida que la realidad impone a las colectividades; pueden, pues, considerarse también como reacciones de defensa cuando, la misma realidad es adversa.

El estereotipo del mexicano, que fue explorado durante el curso de la presente investigación, obviamente corresponde a la clase de los estereotipos espontáneos, procede de los mismos mexicanos —de un conjunto de observaciones individuales— y no es, de manera alguna, un estereotipo atribuido a los mexicanos ni por instituciones ni por personas, para lograr fines determinados, de preferencia económicos, sociales, políticos y religiosos.

Ya se ha dicho que los estereotipos —de cualquier clase— pueden formarse con caracteres verídicos —que corresponden a la realidad— y con caracteres falsos —contrarios a la realidad—; en términos generales, cuando los mismos caracteres se refieren a la personalidad somática o morfológica-estructural, son verídicos, puesto que la evidencia física es difícil o, mejor, imposible de alterar; no ocurre lo mismo con los caracteres psicológicos que, por su índole funcional se prestan más a ser deforma-

dos y, aún más, contrariados. Sin embargo, cuando en algún estereotipo se encuentran caracteres psicológicos de origen subconsciente, debido al determinismo de esta clase de funciones, deben tomarse como los más verídicos rasgos de la personalidad; en el extremo opuesto quedan los caracteres psicosociales.

En el estereotipo del mexicano se encontraron muchos y muy diversos caracteres, tal como sucede con los estereotipos espontáneos; esto significa que la reacción explorada es *muy variable*, como variables también son las formas de vida en nuestro territorio, por razones geográficas, económicas, sociales y políticas; nuestro país, que ha sido comparado al "muestuario del mundo" no es ni uniforme ni homogéneo.

En este mismo estereotipo, los caracteres más importantes son psicológicos y aparecen en un orden jerárquico que va de las funciones subconscientes, hasta las psicosociales; o sea, de lo más verídico y uniforme a lo más falso y cambiante. En situación intermedia quedan los caracteres que corresponden a estados de ánimo y a funciones intelectuales. En esta autobservación de los mexicanos, en consecuencia, la más valiosa verdad acerca de su personalidad queda comprendida, como ya es sabido, en los siguientes caracteres: chistoso, agresivo, ingenioso.

supersticioso, alegre, optimista, divertido, soñador; chismoso, desconfiado, malicioso y orgulloso.

Tanto los caracteres económicos como los sociales, por inciertos, son los más discutibles; no solamente pueden discrepar de la realidad sino que pueden, también, ser contrarios a la misma realidad. En este caso el estereotipo expresa deseos y no verdades; así deben interpretarse como hospitalario, cortés, servicial, comunicativo, mal hablado, espléndido, trabajador, emprendedor, religioso, valiente; franco, sincero, limpio, leal. La aceptación de estos caracteres que expresan deseos y no realidades, se explica como un mecanismo de adaptación al medio. Cuando algún carácter que no corresponde a la realidad y, con mayor razón en el caso en que sea opuesto a la misma realidad, se toma como verídico, esto se entiende como una consecuencia de la necesidad de mantener el equilibrio durante el curso de la vida social. Como criterios operantes, estos caracteres que forman una *verdad necesaria*—aun cuando sea opuesta a la realidad— son los que influyen más poderosamente sobre la transformación de la personalidad colectiva de los pueblos.

BIBLIOGRAFIA

1. Albig, William. *Modern Public Opinion*, McGraw-Hill Book Co., New York-Toronto-London, 1956.
2. Asch, Salomón E. *Psicología Social*, EUDEBA, 1962.
3. Bataillon, Claude. "Comunicación de masa y vida urbana en México", *Revista de Ciencias Políticas y Sociales*, Año IX, Núm. 32.
4. Bonner, Hubert. *Social Psychology*, American Book Co.
5. Croxton, F. E. y Cowden, D. J. *Estadística General Aplicada*, F. C. E., México.
6. Duverger, Maurice. *Métodos de las Ciencias Sociales*, Demos. Colecc. de Ciencias Políticas, Ed. Ariel, Barcelona-Caracas.
7. Flugel, J. C. "Humor and Laughter" en *Handbook of Social Psychology*, V. II.
8. Gómez Robleda, José. *Psicología del Mexicano*, Cuadernos de Sociología, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
9. ——. *Imagen del Mexicano Contemporáneo*, México, D. F., 1947.
10. —— y Quiroz Cuarón, Alfonso. *Dictamen acerca de la personalidad del asesino de León Trosky*, obra inédita.

11. — y D'Aloja, Ada. *La Familia y la Casa*, Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM. México.
12. —. *Apuntes de Psicología*. 2 Tomos. Ed. mimeográfica.
13. Ham de Martínez, Ramona. *La televisión como técnica social*, en prensa.
14. Iturriaga, José E., "El carácter del mexicano" en *El Ensayo Mexicano Moderno*, T. II, F. C. E., México, 1958.
15. Kattsoff, L. O. *The design of human behavior*, Educational Publisher, Inc., Saint Louis, 1947.
16. Katz, D. y Braley, Y: K. "Racial Stereotypes of 100 College Students", *Journal of Abnormal Psychology*, 28, 1933.
17. Landis, Paul H. *Social Control*, J. B. Lippincott C., Chicago-Philadelphia-New York.
18. Lindesmith A. y Strauss, A. "Social Psychology", *The Dryden Press*, New York.
19. Lippmann, Walter. *Public Opinion*, The Macmillan Co., New York, 1962.
20. Maisonneuve, Jean. *Psicología Social*, Edit. Paidós, Buenos Aires.
21. McCormick, Thomas C. *Técnica de la Estadística Social*, F. C. E., 1954.
22. Newcomb M., Theodore. "Social Psychology", *The Dryden Press*, New York.
23. Niceforo, Alfredo. *Criminología*, Ed. J. M. Cajica, Jr., S. A. Puebla, Pue., México.
24. Paz, Octavio. *El Laberinto de la Soledad*, F. C. E., 1959.
25. Ramos, Samuel. *El Perfil del hombre y la cultura en México*, Colección Austral.

26. Rosten, L. C. *Hollywood*; Harcourt, Brace and Co., Inc., New York, 1941.
27. Schmid, Calvin F. "Conceptos básicos de la Estadística" en Pauline V. Young. *Métodos Científicos de Investigación Social*. I. I. S. UNAM. México, D. F., 1960.
28. Uribe Villegas, Oscar. *Técnicas Estadísticas para Investigadores Sociales*. Instituto de Investigaciones Sociales. México, 1957.
29. Wallis, Wilson D. "Why do we laugh" *Scientific Monthly*, 1922. Vol. 13.
30. Yule y Kendall. *Introducción a la Estadística Matemática*. Aguilar, Madrid, 1959.
31. *Encyclopaedia of the Social Sciences*. The Macmillan Co. MCMLVII. New York. Vols. 7-8.

SE TERMINO DE IMPRIMIR
ESTE LIBRO EL 22 DE JULIO
DE 1965 EN LOS TALLERES
DE LA EDITORIAL CVLTVRA,
T. G., S. A., DE AV. REPUB-
LICA DE GUATEMALA N°
96, CIUDAD DE MEXICO. SE
IMPRIMIERON 1,000 EJEM-
PLARES. LA EDICION ES-
TUVO AL CUIDADO DEL
SR. JOSE MARIA AVILES

Nº 543

FECHA DE DEVOLUCION

El lector se obliga a devolver este libro antes del vencimiento de préstamo señalado por el último sello.

- 6 FEB 1973

1 MAR. 1976

5 DEVUELTO

21/XI/1971



HM251
R65



UNAM

8023

INST. INV. SOCIALES

HM251
R65
c.1

758023

RODRIGUEZ
STEREOTIP
DEL
MEXICANO

HM25
R65
C.1