

TESIS DOCTORAL

para obtener el grado de

Doctora en Ciencias Sociales y Humanidades

Presenta

ANGÉLICA LETICIA BAUTISTA LÓPEZ

DIRECTOR DE TESIS:

DR. RODOLFO SUÁREZ MOLNAR

JURADO:

DR. ALEJANDRO ARAUJO

DR. PABLO FERNÁNDEZ CHRISTLIEB

DRA. ADRIANA GIL JUÁREZ

NOVIEMBRE, 2016

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1. LA URBANIZACIÓN DE LOS PÚBLICOS	20
CAPÍTULO 2. LA CULTURA POPULAR	44
CAPÍTULO 3. EL ESTUDIO DE LO COTIDIANO	68
CAPÍTULO 4. LA HISTORIETA Y SU ANÁLISIS	96
A MODO DE DESPEDIDA	102
BIBLIOGRAFÍA	104
ANEXO 1. EL DISCURSO DE LA IDENTIDAD NACIONAL	110
ANEXO 2. ESQUEMAS	152
NOTAS	158

INTRODUCCIÓN

Al iniciar el proyecto que culmina con el presente documento mi interés principal se ubicaba en desarrollar una indagación de corte hermenéutica en torno a un objeto *psicosocial* en específico. Mi interés central ha sido, desde hace varios años, el estudio de la vida cotidiana. Como psicóloga social he tenido la oportunidad de abordar temáticas, desde diversas perspectivas. Por años estudié diferentes fenómenos partiendo de los testimonios que personas *de carne y hueso* me aportaron, al entrevistarlas. Si bien estoy convencida de que ese tipo de indagación permite al investigador comprender algunas cosas, considero que la dimensión psicosocial de la vida cotidiana queda necesariamente excluida de ese tipo de situaciones dialógicas. Esto porque indagar lo cotidiano implica posicionamientos teóricos y metodológicos diferentes a los que se tienen en otro tipo de investigaciones. *Lo cotidiano* es un espacio de prácticas y de acciones, rutinarias todas, que expresan *sentidos* diversos de los grupos humanos. Estudiar *lo cotidiano* requiere, desde mi punto de vista, de un andamiaje conceptual y metodológico diferente. *Lo cotidiano* no se ubica en la respuesta a una pregunta, al interrogar a alguien por su manera de *ser*, ya que la dimensión psicosocial de las prácticas

cotidianas se ubica en el *sentido* que encierra. Y ese *sentido* no es individual, ni es asequible a cada persona. *Hacemos lo que hacemos* en una expresión de *maneras de ser* que son propias a nuestro grupo. Así, las prácticas cotidianas requieren ser estudiadas desde las prácticas mismas. Esta condición conceptual y metodológica me impuso una circunstancia específica para el trabajo desarrollado. Así fue como llegué al punto de interesarme por identificar, primero y estudiar, después, un *objeto psicosocial* en el que se apreciara, desde las prácticas mismas, la cotidianidad de diversos grupos humanos, en aras de reflexionar sobre sus *sentidos*.

Lo cotidiano es, para mí, la expresión objetivada de *formas de ser y de hacer* que se han constituido en los grupos humanos, a lo largo del tiempo. *La cotidianidad* de mi interés es la propia de la vida urbana en México. Asumiendo que la urbanización en nuestro país tuvo un impulso relevante en el denominado período del *desarrollo estabilizador*¹, en el siglo XX, me encontré con la necesidad de identificar un *objeto psicosocial* de una duración lo suficientemente larga, para contener expresiones objetivadas, esto es, prácticas cotidianas, de formas de ser y de hacer de los mexicanos recién urbanizados en la segunda mitad del siglo XX. Una opción la representa el cine, específicamente la época de

oro del cine nacional mexicano. Otra opción pudo ser la literatura mexicana o latinoamericana. Sin embargo, en ambos casos asumí que el punto de vista del creador es el que prevalece en su obra. Requería, para mi objetivo, de un objeto psicosocial que hubiera logrado trascender la definición *personalísima* de quien crea una obra. El director de una película, el escritor de una novela o un cuento, plasma un mundo correspondiente a todos los mundos que pueden ser concebidos, en el momento creativo y con los recursos imaginativos de un horizonte de comprensión dado. La obra de un autor es también la obra de una época. Pero en estos casos, la obra culmina dentro de las posibilidades del autor y de su época. Mi búsqueda partía de un criterio diferente. El *objeto psicosocial* que me interesaba encontrar debería permitir apreciar a la época un poco más que al creador. Para ello era indispensable que se tratara de un *objeto* que se hubiera ido construyendo al paso del tiempo. Ese *algo* que requería para mi investigación tendría que ser un *objeto autocontenido*, pero abierto. Esto es, que hubiera permitido que los hombres y las mujeres que participaron de su existencia pública, hubieran participado también de su creación. Fue de esta manera que llegué a *La Familia Burrón*. ¿Es el *Callejón del Cuajo*² un espacio ficticio, creado por la imaginación de un hombre, en el que, por el simple genio creador, se muestra una síntesis del México urbano

de la segunda mitad del siglo XX? El presente trabajo parte de la idea de que, si bien Gabriel Vargas realizó un trabajo genial, en la creación de ese microcosmos denominado *La Familia Burrón*, el Callejón del Cuajo y todos los personajes que lo habitan son un objeto simbólico creado por dibujantes y lectores. De hecho la historieta participa del proceso mismo de conformación de su público, en la misma medida en que éste participó en la creación de la obra. Esto no sólo porque la comunicación epistolar³ de lectores hacia creativos fue constante⁴, sino sobre todo porque la lectura misma, semana tras semana, con tirajes muy elevados, evidencia la importancia de los contenidos: viñetas, personajes e historias, en la opinión pública de los mexicanos de la época. Me gustaría afirmar que mi cercanía con la historieta elegida me llevó a ella de manera inmediata, pero no fue así. Por supuesto que ubico en mi pasado la lectura de algunas viñetas y de algunos episodios. Participando de mi entorno de vida, conocí a *Borola* y a *Regino* mucho antes de emprender la presente investigación. Pero antes de tomar la decisión de estudiar dicha historieta, desconocía la magnitud de la misma, no sólo en términos de su duración sino de su cualidad reflexiva y crítica. Se trata de una historieta que aparece en 1948 y tiene su última publicación 57 años después. Por lógica era esperable que una revisión de todas las publicaciones de la historieta, a lo largo de

tanto tiempo, mostrara numerosos giros y cambios, en su narrativa y en su expresión iconográfica. La *Familia Burrón* muestra, en cambio, una narrativa muy estable, con un estilo iconográfico muy logrado, en donde parece que el tiempo se detuvo. La vida cotidiana que muestra la historieta es atemporal. Cualquier episodio puede ubicarse en el inicio de la segunda mitad del siglo XX o en el tránsito hacia el siglo XXI. La estabilidad de la historieta se asocia a la reiteración de los temas tratados. La familia, el honor, la dignidad, la carencia, la pobreza, la alegría de compartir, los *sentidos* de los imaginarios mexicanos urbanizados que habitan *El callejón del Cuajo* son reiterados, reflexionados, vividos y *creídos*, por más de 50 años, por los mexicanos urbanizados que la siguieron, como público, semana a semana.

Desde la lógica del *milagro mexicano*⁵ las políticas públicas que incidieron en la planeación educativa y en los programas de alfabetización buscaban definir a los habitantes de todo el país, como *una sola cosa*. La búsqueda de una *Identidad Nacional* se encuentra documentada en los textos de los intelectuales de la posrevolución y se reflejaba en los libros de texto y en la conversación de las personas en la arena pública. Se trataba de una hipótesis que partía de la idea de que siendo diversos, los

grupos y las personas, sería en extremo difícil transitar de la situación convulsa que generó la crisis social de la revolución mexicana, a una regularidad social y política necesaria para alcanzar una condición moderna en el país. De esta manera la educación y la enseñanza del castellano y de la historia permitiría que la diversidad y pluralidad lingüística y étnica fuera superada para alcanzar una manera común de hablar y de actuar, a la que se le asociaría una identidad. Así, aparece un modelo homogéneo de *mexicano*, que es el resultado de una apuesta intelectual y política, por un futuro bastante difuso. Esto porque se proponía que ese *mexicano* aún no existía y había que crearlo, dotándolo de un pasado común y unívoco, así como de un sentido nacional, que borrara las diferencias étnicas y culturales propias de la gran profusión de grupos sociales que habitaban esta tierra. La traducción de estas premisas, para ser asumidas por todos los habitantes del país se dio mediante la institución educativa. Por medio del proyecto alfabetizador, iniciado por Lázaro Cárdenas⁶, se difundió una versión de nuestro pasado, que enaltecía la fusión de las *razas*, o las *raíces*, de las que *nacieron los mexicanos*. Esa idea de origen, que supone que los habitantes de este país son seres *híbridos*⁷, que *sintetizan* dos mundos extremadamente distantes, fue ampliada y reflexionada por algunos intelectuales, que veían hacia Europa,

asumiendo que ese era el horizonte y el punto de llegada. Desde aquí, el ciudadano recién urbanizado, enfrentaba discursos y objetivaciones de ese mundo al que había que llegar, partiendo de creencias y tradiciones que guardaban poca relación con esas aspiraciones.

El *mexicano* se inventó, su creación es documentable en la literatura y el cine de la época. Pero los habitantes de las urbes eran más diversos de lo que el *invento* exigía. Sus cosmovisiones prevalecían. Esa es la premisa de la que parte este trabajo. Se asume también que esas cosmovisiones se objetivaban en expresiones de la denominada cultura popular. Pero no en la versión institucionalizada de ésta, sino en aquella versión *despreciada* por *vulgar*, que representó la historieta mexicana. Para indagar en esas maneras de *ser mexicanos*, diversas, antagónicas quizás, elegí la historieta más larga publicada en México por estar centrada en la vida cotidiana de un grupo de seres urbanizados, con raíces rurales: *La Familia Burrón*.

La investigación partió de una hipótesis central en torno a un tipo de urbanización simbólica que permitió durante el siglo XX la emergencia de una particular vida cotidiana con estilos y formas

del *ser ciudadano*. Las urbes, en México crecieron en dimensión y en número de habitantes por un fenómeno sociológico denominado *migración*. Sin embargo no basta con trasplantar a unos seres, extrayéndolos de sus prácticas rurales, para insertarlos a la vida urbana. Es necesario que en el tránsito de un hábitat a otro, nuevas prácticas sociales se asuman reflexivamente. Se trata de un proceso *psicosocial* que urbaniza la vida simbólica de los grupos, al tiempo que urbaniza los espacios geográficos que se habitan. Esto es, a grandes rasgos lo que abordó en el primer capítulo del presente texto, denominado *La urbanización de los públicos*.

Fue la conversación la que alimentó este fenómeno de urbanización simbólica ocurrido en el siglo XX en México. Se trató de una conversación en la que algunos objetos psicosociales participaron. El nuevo ciudadano contaba con numerosos espacios de diálogo y conversación, tanto consigo mismo como con sus cercanos. El cine, el periódico y *los monitos* formaban parte de este mundo ciudadano que le requería formas diferentes de *ser* y de *hacer*. Así, me fue indispensable indagar sobre el escenario de la cultura urbana más asequible a estos *recién llegados*, que durante los últimos años se ha identificado bajo el nombre de cultura popular. Este contenido de la

investigación se incluye en el segundo capítulo bajo el nombre de *La cultura popular*.

Participar de un entorno geográfico como cualquier ciudad implica una vida cotidiana *cierta*. La noción *vida cotidiana* encierra importantes discusiones teóricas que tuve que reflexionar ya que se trata del escenario mismo de estudio. Es por ello que se incluye en el presente trabajo el tercer capítulo denominado *El estudio de lo cotidiano*.

El desarrollo de la fundamentación conceptual del análisis realizado a la historieta *La Familia Burrón* se incluye en el cuarto capítulo, denominado *La historieta y su análisis*.

Durante el transcurso de la presente investigación se analizaron diversos textos en el sentido de identificar un pensamiento de tipo hegemónico desarrollado en el siglo XX, con anterioridad al inicio de la publicación de la historieta. El resultado de ello se incluye en dos anexos, el primero referido al *Discurso de la Identidad Nacional* y el segundo como una muestra gráfica de los tipos de *mexicanos* que se pensaban en aquellos años.

En el siglo XX surge en México un tipo de expresión pública y colectiva a la que sus lectores conocían como *los monitos*. Es un tipo de *literatura popular*, conocida como *historieta*, que inicia su incursión en el espacio de la opinión pública, como un elemento más dentro de los periódicos de la época. En ese momento el nivel de alfabetización del país alcanzaba poco más de los 3 millones de habitantes y la vida urbana se caracterizaba por ser incipiente, con una población que en su mayoría provenía de un origen rural. El éxito de la historieta se incrementó cuando *los monitos* salieron de los periódicos para tener un espacio propio. En un formato tipo revista, del tamaño de una cuartilla, con un número de páginas variable, la *historieta* muestra en diferentes recuadros, conocidos como *viñetas*, dibujos a color de personajes de diferentes tipos, acompañados de texto en el que se describen las situaciones y en los que los personajes exponen sus diálogos y sus pensamientos. En el período cardenista (1934-1940) inicia en México un proceso de alfabetización que, con altas y bajas fue incrementando el número de personas alfabetizadas. Esto coincide con el incremento del número de lectores asiduos a este tipo de publicaciones. Este dato permite suponer que la historieta logró captar la *sensibilidad* de este público en formación, cosa que no sucedió con *los monitos* dentro de los periódicos. La razón de esto es poco clara, pero se

puede plantear que los contenidos políticos propios de un periódico, le eran lejanos a esta población, en tanto que la historieta, con su formato y su tipo de expresión en historias largas, con una amplia profusión de personajes, les parecía más cercana. En particular la historieta denominada *La Familia Burrón*, se distinguía porque se centraban en narraciones sobre aspectos cotidianos y propios de las vivencias de esta población recién urbanizada. Estos son los elementos que permiten afirmar que dicha historieta es una objetivación de la *mexicanidad*, o por lo menos de un tipo de *mexicanidad* correspondiente a la población urbana de la segunda mitad del siglo XX y que al día de hoy sigue teniendo presencia en la realidad contemporánea. El planteamiento entonces es que esa historieta mexicana – *La Familia Burrón* – objetiva un pensamiento social identitario de un tipo de *mexicanidad*. Así, el objetivo principal de la investigación fue identificar y describir las formas de la *mexicanidad*, o las identidades colectivas, expresadas en la historieta, que se mantienen presentes a lo largo de su publicación. De hecho el resultado de esto se muestra en 11 ensayos en los que busqué describir y analizar tanto las prácticas cotidianas como los contenidos identitarios más prototípicos de la historieta *La Familia Burrón*. Dichos ensayos forman parte de la investigación, pero tuvieron un tratamiento diferente con la finalidad de mostrar

viñetas alusivas a la temática analizada, por lo que se anexan al presente documento, en forma de *cuentitos*. Entiendo que esto hace que un documento como el presente sea disruptivo de la formalidad que una investigación de doctorado supone. Sin embargo me parece que hace justicia tanto al objeto de estudio como a la temática analizada. Los *cuentitos* que se diseñaron para cada uno de los 11 ensayos son:

- 1. Arriba y abajo: siempre en el mismo lugar.** En este ensayo se hace referencia a la coexistencia de lógicas de pensamiento social antagónicas, a lo largo de toda la historieta, como muestra de la disputa que, en el terreno de la opinión pública tiene un conflicto simbólico importante, entre el individualismo y el colectivismo.
 - 2. Borola y el Feminismo.** En este ensayo se analiza el papel de la historieta en el discurrir de la búsqueda de maneras del *ser mujer*, que marcan el tránsito de la sociedad mexicana a una modernidad, en la que las mujeres salen de sus vidas privadas y se insertan en los espacios públicos.
-

- 3. El cuartito de la azotea.** Se trata de un ensayo que refiere la presencia continuada, en la historieta, de una metáfora de lo oculto y lo clandestino, como espacio de resguardo y de emancipación.

- 4. Familias a lo Burrón.** De la familia extensa, con liga directa a la vida rural, a la familia nuclear que habita en espacios urbanos reducidos, el tránsito de la vida citadina se expresó en la historieta, con una diversidad de estilos del *ser familiarista*. Este es el tema del cuarto ensayo en formato de *cuentito*.

- 5. La residencia de los Burrón.** Aquí se analiza la expresión gráfica y pictórica del escenario de la vida cotidiana en la historieta. Se trata de un hábitat urbano de corte *popular*, que muestra un estilo de *ser* y de *hacer* propio de la época.

- 6. Las buenas maneras de Macuca.** Pocos cambios se aprecian en la historieta. De hecho lo que la caracteriza es su estabilidad. Sin embargo existe una excepción. El personaje de Macuca sufrió una transformación en la década de los 60. El análisis de este cambio se incluye en el sexto ensayo.

7. En el callejón del cuajo: mujeres sumisas, Mujeres insumisas. A lo largo de la historieta se aprecian múltiples conflictos entre las amas de casa que habitan *El Callejón del Cuajo*. Siendo una *vecindad*, en ese espacio ficticio coexisten diversas expresiones personales y familiares. A un tiempo las mujeres son *bien portadas* y *desobedientes*. Esa dualidad es analizada en este ensayo.

8. Pobreza y riqueza: La tía Cristeta. Este ensayo muestra que más allá de lo lúdico de confrontar personajes *pobres* y *ricos*, el personaje de la *Tía Cristeta* aporta a la historieta una buena dosis de reflexividad en torno a los valores de la modernidad, en el terreno económico frente a otro tipo de valores sociales, siempre en disputa.

9. Seres queridos: los que uno elige. Este ensayo analiza la incorporación de un personaje a la historieta. Se trata del menor de los hijos de los Burrón: *Foforito*. Lo que aquí propongo es que es un personaje que aporta una metáfora adicional a este ficticio microcosmos, en el terreno de la elección de los seres a los que se considera *familia*.

10. El tejocote: un nini que sí trabaja. En este ensayo se muestra la forma de vida de los jóvenes, más allá de las

categorías sociales que en la actualidad se emplean para caracterizarlos.

11. Dos pensamientos sociales: autonomía vs bienestar. En el último ensayo se concluye que el objeto autocontenido analizado mostró, durante más de 50 años una disputa simbólica fundamental entre dos pensamientos sociales, a los que nombré como Autonomía y Bienestar.

Tomar un *cuentito* de *La Familia Burrón* y recorrer sus viñetas lleva a casi cualquiera, a pasar de una sonrisa a una carcajada, ya que las historias son hilarantes por excedidas. Pero entre sonrisa y carcajada, despiertan la reflexión, pues hablan siempre de lo cotidiano de la vida citadina en México. Lo que esta historieta dibuja son maneras de ser y de hacer, de los mexicanos citadinos, en una época de creciente urbanización. Los lectores de la historieta, en muchos casos, llegaron a las urbes, dejando atrás un pasado rural y fueron acompañados por *Regino*, *Borola*, *Macuca*, *Regino* hijo – mejor conocido como *el Tejocote*-, *Foforito* y decenas de personajes, en el proceso de *hacerse modernos*. Lo que se presenta en las siguientes páginas es una propuesta interpretativa de esas maneras de ser *mexicanos*, propias de la segunda mitad del siglo XX, en las que

coexistían dos pensamientos sociales. Uno de ellos, propio de la vida comunal, que proviene de larga data y otro, moderno, claramente comprensible desde éste, el siglo XXI

CAPÍTULO 1. LA URBANIZACIÓN DE LOS PÚBLICOS

El interés del presente trabajo se ubicó en el desarrollo de un argumento sobre la urbanización de los mexicanos, entendiendo ésta como un proceso de incorporación a la vida urbana que ocurrió masivamente en la segunda mitad del siglo XX, cuando las ciudades se convirtieron en polos de atracción de la población rural. Vecindarse en una zona geográfica urbana no es requisito suficiente para acceder a la urbanización. Esto refiere a un tipo de sociabilidad basada en el anonimato que contraviene la sociabilidad rural y que marca el derrotero de grupos humanos cuyas filiaciones no son derivadas de la contigüidad física, sino de una confluencia simbólica de intereses y de identidades⁸.

Se plantea que en este proceso de urbanización se construyeron hábitos y cosmovisiones que han creado una cultura urbana, identificada como cultura popular, contenedora de puntos de vista divergentes sobre el *ser mexicano*. Un elemento sustancial de este proceso lo representó la alfabetización de la población. Este proceso encontró en la historieta un aliado fundamental. Así, la historieta mexicana se convirtió en formadora de opinión, de grupos humanos con diferentes grados de urbanización, que conformaron diversos públicos.

Los medios masivos de comunicación son los formadores de la opinión pública por excelencia. Los teóricos de la opinión pública (Young, 1991) reconocen en los *Mass Media* el espacio *sine qua non* de la reflexividad de las sociedades contemporáneas. Esto es así porque se trata de medios que magnifican las temáticas relevantes para la sociedad, de manera que las personas nutren, con toda la profusión de ideas e imágenes, sus comunicaciones cotidianas. Cuando un medio de comunicación expresa una idea o una perspectiva con respecto a algo, está también poniendo en la *mesa* un tipo de pensamiento social, ya que lo que se expresa, refiere a valores, principios y creencias, ante los que las personas se ven impelidas a tomar partido. En ese caso las personas son *públicos*, que asumen postura y defienden o atacan posiciones, en aras de expresar aquello que les importa. Lo anterior ocurre cuando la opinión pública es ya una realización (Grimson, 2011). Sin embargo, el proceso de gestación de la opinión pública sucede, de manera continua, cuando los colectivos (Tarde, 1969), de los que emanan los públicos, están ya constituidos. El presente texto se refiere a un tipo de público que en los años 20, del siglo XX, no existía. Esto se plantea, debido a que la visión urbana de la cultura popular de hoy, en la ciudad de México, tiene menos de 100 años de existencia. En el siglo XX ocurren varios fenómenos simultáneos. El primero es el

crecimiento de la mancha urbana, derivado de la migración del campo a la ciudad, que llevó a la definición de una megalópolis. Las personas que fueron aposentándose en la ciudad, entre los años 30 y 60, provenían de una vida rural, con prácticas referidas a la *vida del pueblo*. En una ciudad convergen grupos de habitantes, con sentidos de comunalidad diversos. Una característica muy referida a la vida urbana es la del anonimato. Si bien es innegable que la vecindad en una urbe está marcada por la delimitación de lo anónimo, se trata de una cualidad que emerge en la situación de la vida urbana, pero que no le es inmanente. En este sentido se sigue el planteamiento de Grimson (2011) cuando afirma que

“En el reino de lo social sólo están los sujetos y sus objetivaciones. Sólo hay sujetos que, al hacer realizan con capacidades desiguales que a su vez son, en efecto, producto de realizaciones anteriores; sujetos “ya realizados” en sus capacidades. Al colocar un ladrillo sobre otro dejan una pared en pie, una pared que podrá ser derribada por un terremoto o por ellos mismos, pero que, si pasa a integrar el paisaje donde otros sujetos nacen y se forman, pasará también a formar parte de lo que estos nuevos sujetos vivencien como ‘naturaleza’, aunque no lo sea. Esos ladrillos, pueden ser palabras, gestos, vestimentas o alimentos, y los edificios que resulten de ellos pueden ser sistemas de gobierno, religiones, divisiones y concepciones de clase, raza y género, y así sucesivamente. Todos los edificios literales y metafóricos son, pura y exclusivamente, trabajo humano cristalizado”⁹.

De esta manera, la expresión urbana de la relacionalidad cotidiana es anónima en uno de los planos, pero íntima en otro. En realidad la urbanización de la sociedad mexicana ha transcurrido por cauces de *avecindamiento popular*, cuyo origen es la migración del campo a la ciudad. Las poblaciones así llegadas a la ciudad fueron adquiriendo el *gusto por el asfalto*, en la misma medida en la que se manifestaron sentidos de comunalidad semi-cerrados, que brindaron propósito y cauce a la vida en común. A estos espacios se les denominó barrios. Un barrio es una zona geográfica delimitada subjetivamente, en la que habita un grupo social que cuenta con una identidad propia. Si bien el origen del barrio puede ser diverso, el sentido de comunidad y de pervivencia, a partir del origen de largo aliento, compartido, se fortalece con la certeza de una identidad. A lo largo de la segunda mitad del siglo XX, la expresión de lo barrial, fue exaltada por la defensa de valores sociales, tales como la solidaridad, la decencia y el ritmo lento y acompasado del transcurrir de la vida. Las personas que habitaban estos *barrios*, compartían amistades y, a decir de Maurice Halbwachs (2011), se constituyeron como sociedades complejas. En este contacto cotidiano, se gestó un tipo de pensamiento social, que era común a los miembros de estos grupos. Se trata de un tipo de urbanización popular, constituida en los últimos 100 años, en la

que coexisten formas de sociabilidad modernas, pre-modernas, hipermodernas y *des-modernas* (como diría Bartra). Entre los formadores de esta opinión pública, que se gestó al tiempo en que se constituía el público mismo, se ubica la historieta mexicana.

La categoría *público* remite, generalmente, a un grupo de personas que observan, escuchan o siguen algo. Esto significa que la primera explicación supone que un público es convocado por algo, una idea, un personaje, un equipo. Esto es así, porque los públicos se manifiestan en el día a día, a favor de algo o de alguien. No obstante, lo que para el presente trabajo significa la categoría *público* es la concreción de un colectivo, inserto en el proceso de transformación cultural. En este caso se plantea que un *público* no es convocado, sino convocante. Para este trabajo un *público* es tanto líder como seguidor. No requiere de llamados externos, porque lo que lo convoca es la disputa, al interior del mismo *público*.

Cuando un grupo de personas conversan y comparten un marco interpretativo, objetivan al *público* del que emanan. Pero lo importante no es sólo que un *público* convoque y sea convocado por algo, *un centro*. Un *público* surge y se distingue por oposición

a algo. En el eje de la dinámica social que aquí interesa, se ubica el conflicto social. Las disputas simbólicas de la sociedad, de los colectivos, son la edición y redición de un conflicto. Un *público* entonces surge porque defiende y argumenta en oposición a otro marco interpretativo. Un *público* existe, siempre, porque se opone a otro. En el centro de la disputa se ubican la discusión, la polémica, la controversia. Los seres sociales discuten y confrontan puntos de vista, afectos y pasiones, por medio de la conversación cotidiana. En esta se ubica el eje de la acción colectiva. Un *público* cuenta con un plan de acción claro: conversar y volver a conversar lo conversado (Fernández, 1994).

Pero esta acción continuada de la que todos somos actores, no tiene una consecuencia anotada en el plan de acción. Cuando conversamos buscamos constatar que la polémica y la disputa siguen ahí. De hecho lo que los *públicos* buscan dirimir no es si la pertenencia identitaria a un *público* es la *mejor* o la *más sensata*. Lo que se busca es nutrir la cosmovisión propia, la del propio *público*, el *nosotros*. Lo que se discute es el marco interpretativo del *público*, sus creencias, su pensamiento y su afectividad, todos ellos colectivos.

Los datos que constatan la afirmación de que los *públicos* están impelidos a manifestarse son abrumadores. Los seres sociales abordan temas varios, en cualquier tipo de reunión, con la finalidad única de discurrir y de expresar los contenidos esenciales de su *ser público*. Pero la explicación es más compleja. Los *públicos* se ven impelidos a manifestarse porque la disputa se ubica en torno a contenidos esenciales para la vida social. Lo anterior implica que los seres sociales que constituyen un *público* están insertos en el proceso de construcción de una cosmovisión. En esa condición, la construcción sólo es posible por la vía comunicativa, porque la disputa no es sólo con la otra cosmovisión (la del *público* oponente) sino al interior del mismo *público*. La esencia del *público* se amplía y se constriñe acotando lo que en realidad se disputa. En este caso se trata de principios, convicciones, valores, creencias que, a su vez se objetivan en formas de relación, prácticas y acciones colectivas, etc. Un *público* busca la disputa, para mantener el proceso de construcción, al interior de sí mismo¹⁰.

El planteamiento aquí expuesto supone la coexistencia de lógicas interpretativas diversas, no sólo en un mismo espacio y tiempo, sino a lo largo de la historia de la dinámica social. Vale la pena puntualizar que la coexistencia de estas lógicas

interpretativas también puede ocurrir en las personas. Para esquematizar, en una primera dimensión encontramos las disputas cotidianas, que nutren la vida social y se expresan en la comunicación cotidiana. Cuando se polemiza, cuando se toma postura, cuando se discute, las lógicas interpretativas se hacen presentes. Pero es en el terreno de las objetivaciones culturales en el que se pueden apreciar las manifestaciones del proceso de transformación cultural.

Una práctica cultural cualquiera, muestra, de manera clara, una segunda dimensión. Podemos ubicar cualquier intercambio cotidiano en el que se aprecie una disputa, como una discusión entre padres e hijos, o una confrontación de fuerzas entre una pareja. La forma de relacionarse y los contenidos de la relación muestran prácticas culturales que han cambiado en el tiempo.

La dinámica social se ha trastocado, de una generación a otra. La defensa de los derechos o de la libertad de expresión es un ejemplo de esto. Es posible que aquellos que defienden su derecho a expresar un punto de vista diferente (el hijo frente al padre, por ejemplo), no comprendan que están objetivando una práctica cultural y que están siendo depositarios de los

contenidos de un *público*. La reflexión sobre esto corresponde a una segunda dimensión.

En este caso lo que para algunos es *inmanente*, es en realidad una práctica cultural construida que, además, no es compartida por algunos otros. En este caso se ubica una disputa intersubjetiva que se hace presente en los medios masivos de comunicación, en el interés de los científicos sociales y en las discusiones de las instituciones políticas.

En un segundo momento, las disputas de la vida cotidiana pueden confrontarse con propuestas alternativas. Prácticas culturales poco comunes que, al paso del tiempo, han logrado mayor espacio en la reflexión y la discusión del colectivo, se aparecen a los *públicos* y, nuevamente en el plano de lo cotidiano, confrontan a las personas. Esto sucede, por supuesto, en torno a temas fundamentales para la sociedad. La relacionalidad humana discurre en confrontaciones entre prácticas culturales provenientes de *públicos* diversos.

Esta conflictiva simbólica se inserta en la atmósfera comunicativa, magnificando su presencia. Aquí se propone que no sólo los medios de comunicación magnifican los contenidos y

las valoraciones, al actuar como formadores de opinión pública. De hecho, antes de que esto suceda se puede encontrar que el proceso aquí tratado, exagera los intereses en torno a un tema. Generalmente se plantea que cuando los medios de comunicación prestan atención a un tema, es porque el tema ha ingresado a la opinión pública. En este caso, los medios magnifican esa presencia, formando opinión. La propuesta aquí va en otro sentido. El proceso de transformación cultural implica que son los *públicos* los que exageran la disputa. Los *públicos* objetivados como actores sociales de índole social o político.

La historieta mexicana, ubicada en escenarios urbanos populares cotidianos, es un tipo de representación de la vida de los mexicanos que no es, por supuesto, una mimesis de la realidad de sus lectores (Said, 2009). Es la historieta una interpretación de un estilo y tipo de vida, que en la vida cotidiana se estaba construyendo. En este caso el formato mismo de la historieta, con sus viñetas coloridas y sus personajes excéntricos, muestra una expresividad de suyo novedosa. La historieta mexicana representa una interpretación de la vida urbano–popular, que objetiva una identidad “construida de modo colectivo sobre las bases de la experiencia, la memoria, la tradición (que también

puede ser construida e inventada), y una enorme variedad de prácticas y expresiones culturales, políticas y sociales”¹¹.

Siguiendo a Derrida, con su concepto *différance*, en torno a las diferentes interpretaciones que los públicos pueden realizar de una obra artística, la historieta, se plantea aquí, apela a diversos públicos, en tanto que estilos de urbanización simbólica hayan construido sus lectores, aún y cuando cada interpretación de los episodios fuera en sí una interpretación abierta con posibilidades, a su vez, de reinterpretaciones varias (Gunn, 2011).

Este proceso de construcción de los mexicanos urbanizados, ocurrió a lo largo del siglo XX en México, De hecho es éste, entre otras cosas, un siglo urbanizador. Al inicio de éste la población del país tenía mayoritariamente una vida rural. Al finalizar, la población mexicana era eminentemente urbana.

Tal como lo indica Cecilia Greaves (2010), “el vertiginoso crecimiento demográfico de principios de los cuarenta fue modificando la fisonomía de las ciudades que se expandían sin plan ni previsión, en especial la Ciudad de México, convertida en albergue de cientos de miles de migrantes provenientes de toda la República” (p. 245).

AÑO	POBLACIÓN NACIONAL MÉXICO ¹²								
	Rural			Urbana			Total		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1900	4,902,174	4,812,222	9,714,396	1,849,944	2,042,932	3,892,876	6,752,118	6,855,154	13,607,272
1910	5,464,783	5,344,414	10,809,197	2,039,688	2,311,484	4,351,172	7,504,471	7,655,898	15,160,369
1921	4,946,836	4,922,440	9,869,276	2,056,949	2,408,555	4,465,504	7,003,785	7,330,995	14,334,780
1930	5,539,775	5,472,316	11,012,091	2,579,229	2,961,402	5,540,631	8,119,004	8,433,718	16,552,722
1940	6,455,935	6,301,506	12,757,441	3,239,852	3,656,259	6,896,111	9,695,787	9,957,765	19,653,552
1950	7,501,918	7,305,616	14,807,534	5,195,017	5,788,466	10,983,483	12,696,935	13,094,082	25,791,017
1960	8,810,330	8,407,681	17,218,011	8,604,990	9,100,128	17,705,118	17,415,320	17,507,809	34,923,129
1970	10,182,700	9,733,982	19,916,682	13,882,914	14,425,642	28,308,556	24,065,614	24,159,624	48,225,238

De 1900 a 1970 la población total en México pasó de 13,607,272 a 48,225,238, con un crecimiento total del 254%. No obstante en ese período la población rural creció sólo un 105%, en tanto que la población urbana lo hizo en más del 600%.

AÑO	CRECIMIENTO POBLACIONAL EN MÉXICO (BASE 1900)*								
	Rural			Urbana			Total		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1900	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1910	0.11	0.11	0.11	0.10	0.13	0.12	0.11	0.12	0.11
1921	0.01	0.02	0.02	0.11	0.18	0.15	0.04	0.07	0.05
1930	0.13	0.14	0.13	0.39	0.45	0.42	0.20	0.23	0.22
1940	0.32	0.31	0.31	0.75	0.79	0.77	0.44	0.45	0.44
1950	0.53	0.52	0.52	1.81	1.83	1.82	0.88	0.91	0.90
1960	0.80	0.75	0.77	3.65	3.45	3.55	1.58	1.55	1.57
1970	1.08	1.02	1.05	6.50	6.06	6.27	2.56	2.52	2.54

En ese mismo período, la población que habitaba el Distrito Federal pasó de 541,516 personas a 6,874,165.

AÑO	POBLACIÓN EN EL DISTRITO FEDERAL								
	Rural			Urbana			Total		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1900	49,471	50,799	100,270	209,186	232,060	441,246	258,657	282,859	541,516
1910	46,292	45,118	91,410	295,266	334,077	629,343	341,558	379,195	720,753
1921	51,585	50,924	102,509	358,153	445,401	803,554	409,738	496,325	906,063
1930	47,116	47,337	94,453	512,256	622,867	1,135,123	559,372	670,204	1,229,576
1940	54,032	54,453	108,485	753,543	895,502	1,649,045	807,575	949,955	1,757,530
1950	82,159	84,150	166,309	1,336,182	1,547,951	2,884,133	1,418,341	1,632,101	3,050,442
1960	100,580	104,268	204,848	2,228,280	2,437,748	4,666,028	2,328,860	2,542,016	4,870,876
1970	115,672	113,774	229,446	3,203,366	3,441,353	6,644,719	3,319,038	3,555,127	6,874,165

Lo anterior implicó un crecimiento poblacional de 1,169% en el DF, siendo que la población urbana de esta entidad creció 1,406%.

AÑO	CRECIMIENTO POBLACIONAL EN EL D.F. (BASE 1900)*								
	Rural			Urbana			Total		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1900	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1910	-0.06	-0.11	-0.09	0.41	0.44	0.43	0.32	0.34	0.33
1921	0.04	0.00	0.02	0.71	0.92	0.82	0.58	0.75	0.67
1930	-0.05	-0.07	-0.06	1.45	1.68	1.57	1.16	1.37	1.27
1940	0.09	0.07	0.08	2.60	2.86	2.74	2.12	2.36	2.25
1950	0.66	0.66	0.66	5.39	5.67	5.54	4.48	4.77	4.63
1960	1.03	1.05	1.04	9.65	9.50	9.57	8.00	7.99	7.99
1970	1.34	1.24	1.29	14.31	13.83	14.06	11.83	11.57	11.69

La continua migración del campo a la ciudad dio por resultado un proceso de urbanización en el que la población habitante de las ciudades contaba con pocos elementos para el acceso a la cultura. Por ejemplo, a fines de los 20, menos del 5% de la población nacional leía el periódico, pese a que el 33% de la población total sabía leer y escribir (Aurrecoechea y Bartra, 1993). La situación entonces era de una población urbana prácticamente analfabeta. Esta situación fue modificándose al paso de los años, ya que en los 30 los alfabetizados eran ya el 42% de la población nacional total y para 1945 eran poco más del 50%. El impulso alfabetizador creció de manera importante a partir de 1934, con la campaña de alfabetización del gobierno cardenista. El número de alfabetizados creció por la labor alfabetizadora y por el crecimiento demográfico, que es otra característica del siglo XX en México¹³.

La industria editorial, por su parte, para los años cuarenta, estaba centrada en una minoría letrada, consumidora de literatura, en lo que se denomina la *alta cultura*. Se trata de un reducido grupo de lectores, muy distanciados de la inmensa mayoría de los mexicanos (Aurrecoechea y Bartra, 1993). En Estados Unidos el cómic inicia en 1892, con *Little Bears and Tigers*, que era una tira cómica que aparecía en el *San*

Francisco Examiner (Baron, A. 1989). A partir de esta tira cómica, los estadounidenses desarrollan toda una cultura del cómic, centrada en mucho en una historieta *fantasiosa*, para niños. Así, en México los periódicos toman esa influencia e introducen en sus páginas tiras cómicas. Inicialmente eran tiras cómicas estadounidenses que eran traducidas para su publicación en los periódicos de la época. La presencia de las tiras cómicas no modificó el estado de las cosas. Los lectores de periódicos siguieron siendo prácticamente los mismos. Por ejemplo *El Imparcial* que contaba con un suplemento de tiras cómicas, *diffícilmente llegaba a 100,000 lectores, en una nación de 15,000,000 de habitantes* (Aurrecochea y Bartra, 1993, p. 15). Aurrecochea y Bartra proponen como hipótesis que el formato y contenido del periódico representa un tipo de código y de intereses que no eran compatibles con los recién alfabetizados.

“A diferencia de los libros y periódicos ‘serios’ las revistas de monitos no inhiben al principiante ni exigen promesas solemnes y compromisos prolongados: son fáciles, accesibles y desechables. Según los gustos del cliente, se muestran románticas, apasionadas o truculentas. Y son baratas: apenas diez centavos por media hora de placer. Así los pepines se constituyen en el primer lugar común de nuestra cultura popular en letra impresa”¹⁴.

En 1934 aparece la primera historieta mexicana. Las tiras cómicas salen del periódico y encuentran un formato propio, a precio sumamente accesible. "Paquín, fundada en 1934, fue la primera revista mexicana de historietas que obtuvo un público amplio. Pronto aparecieron también Paquito (1935) y Chamaco (1936). Pero la más popular de todas fue Pepín, creada también en 1936. Tuvo tanta influencia que algunos mexicanos siguen llamando pepines a las historietas"¹⁵. El éxito editorial de la historieta mexicana es indiscutible. En 1945 en México había 6,000,000 de alfabetizados y se vendían 4,500,000 de ejemplares por semana. Así, a partir de este número de ejemplares Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra nos dicen que

"si aceptamos la realista hipótesis de que cada pieza cuenta en promedio con cuatro lectores, tendremos que en 1945 se practican en México 18 millones de lecturas de historietas a la semana. Esto no significa que 18 millones de personas leen un solo fascículo semanal –simplemente no existen tantos alfabetizados–, más realista es suponer que unos dos millones de fanáticos devoran cuando menos una revista de monitos cada día y otros cuatro millones, menos apasionados, leen sólo una cada siete días. La cifra de seis millones, gruesamente estimada, se aproxima significativamente al número de los mexicanos que saben leer"¹⁶.

Pero la lectura de cada ejemplar no quedaba sólo en los lectores inmediatos. Como nos dice Anne Rubenstein, “aunque son cifras muy altas, no representaban ni siquiera a la mayoría del público de los cómics. El comercio de historietas usadas se disparó, de modo que en todos los mercados había por lo menos un puesto en el que se podían comprar historietas recientes a mitad de precio o menos”¹⁷. De esta manera la historieta mexicana representó, durante la segunda mitad del siglo XX la principal industria *literaria* al *alcance de todos los bolsillos*, de la población urbana en México que se encontraba en expansión. Su auge¹⁸ es la evidencia de que la historieta mexicana fue capaz de acompañar el proceso de urbanización mexicano, por su cercanía con las vivencias propias de esta población, en su mayoría de origen rural, que se incorporaba al mundo urbano. El fenómeno de alfabetización fue causa y efecto del auge de la historieta. Los recién alfabetizados tuvieron a su alcance un tipo de literatura ágil, simple y cercana, lo que les *salvó* de caer en el analfabetismo funcional. Los no alfabetizados fueron impulsados por la profusión de cómics y por la avidez de lectura de los alfabetizados y cedieron al esfuerzo por *aprender a leer*, para no quedarse fuera de *la jugada*. La historieta mexicana además, muestra

una suerte de *reflejo* de sus propias condiciones de vida en la urbe, por lo que se alcanza a *dibujar* una peculiar *vida cotidiana* en las narraciones, los personajes y las imágenes que muestran a sus lectores una *alteridad* que les *fascina*.

Es desde aquí que se plantea que en el fenómeno de la historieta mexicana se dio una confluencia entre una industria naciente, que ofertaba un producto que no existía, en un sentido ya definido, sino que se encontraba en construcción, con un público que tampoco existía, sino que se estaba constituyendo, al tiempo en que se urbanizaba. Siguiendo a Franco Rositi, se trató de un fenómeno de resistencia, que encontró una vertiente alterna a la cultura de la lectura alfabetizada e informada (libros y periódicos), en la construcción de una cultura urbana popular. (Rositi, 1980).

En ese sentido, el interés en la historieta mexicana, como espacio de objetivación de tales urbanizaciones simbólicas, corresponde a la idea defendida por Robert Dranton (2010), cuando propone que la literatura popular representa una cultura autónoma de la gente común. El planteamiento entonces es en el sentido de que la urbanización de la ciudad de México ocurrió tanto en la urbe como en sus habitantes. La

ciudad se amplió y su infraestructura se expandió. Sus habitantes se convirtieron en ciudadanos, en tanto que se urbanizaron como lectores. En este proceso se constituyeron como público. La propuesta es que una oleada de migrantes, aposentados en la urbe, en ambientes comunicativos semi-cerrados, apreció una versión de sus prácticas cotidianas representada en los comics. De esta manera se *vieron* en un discurso referido a situaciones cotidianas urbanas, propias de los barrios, o por lo menos de un barrio idealizado y reificada – el del callejón del cuajo en la Familia Burrón, por ejemplo– y pudieron reflexionar y conversar sobre sus propias vicisitudes y sus contradicciones. De cuentito en cuentito, primero sólo en la apreciación de las viñetas y en su lectura después, cuando fueron alfabetizados, extendieron simbólicamente su territorio geográfico, pasando del barrio, a la ciudad misma. En este proceso, el barrio permanecía, pero la demanda de la vida urbana se abría paso. Inicialmente esos migrantes se ubicaron en actividades invisibles, como servidumbre, trabajadores de la construcción y en diversos servicios. La historieta¹⁹ los acompañó, en el reconocimiento de la vida urbana y de la secularización de ésta. Identificaron rutinas ciudadinas y generaron prácticas cotidianas urbanas, que la historieta

cristalizó. Este trayecto llevó a esta ola de migrantes al reconocimiento de una identidad urbana popular, con su entramado simbólico²⁰, sus creencias y sus afectos. La urbe entera irrumpió con su característico anonimato: gentío y embotellamientos, en las rutinas de estas personas y en la historieta misma. Al contrario del argumento de que los medios de comunicación masiva conforman a los públicos, la propuesta es que la constitución de los públicos ocurre intersubjetivamente²¹. Así como la realidad se construye, los públicos también. A cada oleada de migrantes, en esos años, corresponde entonces, un estilo de urbanización, lo que implica que existen diferentes urbanizaciones simbólicas, en el espacio de la cultura urbana popular. Lo interesante entonces es el identificar a los públicos, como expresiones colectivas de trayectorias diversas, con diversos estilos de urbanizaciones simbólicas, que contienen cosmovisiones yuxtapuestas.

Desde el concepto de culturas híbridas, Néstor García Canclini apuesta por la pervivencia de sentidos provenientes de trayectorias culturales diversas que, estando juntas, no se mezclan. Desde el punto de vista de quién escribe, el argumento que permite comprender la cultura urbana popular contemporánea es el de la yuxtaposición de trayectorias

culturales, puesto que “la cultura realmente existente y operante es la cultura que pasa por las experiencias sociales y los ‘mundos de vida’ de los actores en interacción”²². Esto es, que en los ciudadanos de hoy perviven prácticas cotidianas rurales, o más bien, las creencias de las que emanan, coexistiendo con prácticas cotidianas urbanas, de un estilo de urbanización, por ejemplo el reconocimiento de lo barrial, con su tiempo lento. Pero no sólo ello, sino que a estas se le agregan otras prácticas cotidianas de otros estilos de urbanización, como ciertas apreciaciones estéticas (música, artes de todo tipo), políticas, etc. No se trata de diversas identidades aunque así parezca. De esta manera los habitantes de la urbe son pre-modernos, cuando de celebrar se trata, modernos en la búsqueda del progreso y una vida mejor e hiper-modernos, cuando apreciamos su gusto por la tecnología y los gadgets. Marcos de comprensión y de interpretación diversos coexistiendo en los mismos seres, que pasan de un horizonte simbólico a otro, en realidades yuxtapuestas que conforman, justamente, su ser ciudadano. De hecho, son precisamente esas realidades simbólicas yuxtapuestas las que, se hipotetiza, dotan de sentido a la identidad urbana popular de la ciudad de México hoy.

CAPÍTULO 2. LA CULTURA POPULAR

Para la sociedad mexicana, la industria editorial que trabaja con contenidos y referencias propios de la cultura popular jugó un papel relevante, a lo largo del siglo XX, en la urbanización de su población. Antes de la llegada del Internet y previo al boom de las industrias culturales, la industria editorial de *los monitos* propició y alentó a una población recién alfabetizada, a incorporarse a un discurso que dejara de estar centrado en la tradición oral. Los comics mexicanos, a diferencia de los extranjeros, encontraron en la población adulta un espacio de mercado virgen pero ávido de historias cercanas a sus cotidianidades. Los comics, de muy diversos contenidos, léase drama, aventuras, comedia, etc., representaron un éxito editorial sin precedentes en la naciente sociedad urbana de masas en México. Siguiendo la definición de Benedict Anderson (2005) cuando indica que una nación es “una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana, que es imaginada porque aun los miembros de la

nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión²³, se deduce que, en el caso del siglo XX mexicano, la industria editorial del comic fue una real industria cultural, ya que permitió que emergiera de manera dual, tanto una población urbanizada como una idea común entre estos habitantes, de ser una misma cosa. Estamos hablando aquí de la construcción de una identidad comunal urbana, a la que se le puede denominar el *ser mexicano moderno*. Se trata de la expresión de una cultura, en el sentido en el que lo indica Patricia Goff (2007), “la cultura es un concepto escurridizo y visceral, ya que es la forma en que nos conocemos a nosotros mismos y a los demás. La expresión cultural tiene como objetivo la excelencia y conocimiento de sí mismo, es también la manera de comunicarnos entre nosotros²⁴. Claro que este proceso de constitución de una identidad, a partir de la invención de una comunalidad específica, como el *ser mexicano*, requirió del surgimiento de una sociedad urbana de masas. “La expansión urbana y el avance educativo también contribuyeron a modernizar el país. Ambos procesos fueron muy rápidos. El crecimiento de las ciudades ocurrió de modo

poco regulado, como en el resto de América Latina. Al comenzar el siglo XX, uno de cada 10 mexicanos vivía en las 33 ciudades de más de 15 mil habitantes que existían entonces. Actualmente, México cuenta con 24 ciudades grandes (de más de medio millón de habitantes), donde radican 43 millones de personas; 45 ciudades intermedias (de entre 100 mil y 500 mil habitantes), y ciudades pequeñas (de entre 15 mil y 100 mil habitantes) con alrededor de 10 millones de habitantes²⁵. La ciudad de México exhibe uno de los ritmos más vertiginosos: 1,664,921 habitantes en 1940, cinco millones en 1960 y 20 millones al comenzar el siglo XXI²⁶.

En el presente trabajo se aborda la paradoja que representa la noción de industria cultural, que se exagera al plantearla como industria creativa. La paradoja es la siguiente: Efectivamente resulta atractiva la idea de que la producción cultural y simbólica de un grupo humano, llámese comunidad o sociedad, sirva, en el entorno capitalista – imperialista en el que vivimos, para detonar y/o apoyar su propio desarrollo. Sin embargo, desde la lógica de las políticas culturales, que buscan tener *amplitud de miras*, e incorporar perspectivas globales, se aprecia una tendencia a la homologación y homogeneización de las prácticas económicas y de promoción

de las tales industrias culturales, lo que dificulta la conciliación con los contenidos simbólicos de las comunidades imaginadas. En ese sentido la idea de que una industria cultural apoya la expresión y el desarrollo de identidades culturales se aprecia utópica, dado que el sentido económico de dichas industrias requiere prevalecer.

Después de revisar el argumento que permite sostener lo anterior, se propone que industrias como la del comic mexicano del siglo XX, que no tenía un sustento en ninguna política cultural y era, en el sentido estricto, un negocio, por su característica inherente de ser un medio de expresión, edición y re-edición de la opinión pública, representó en sí a una industria cultural muy creativa. El argumento final que se busca sostener es que el planteamiento de las industrias culturales y las industrias creativas es insostenible, porque parte de la definición de una élite, que interpreta la cultura de una comunidad, para vendérsela, siendo que su intención pública es el desarrollo de ésta.

Existe entre los teóricos interesados en la cultura una distinción clara entre la *alta cultura* y la *cultura popular*. Se parte de la distinción entre una visión *refinada* y otra *folklórica* de la vida,

que se desprende de una clasificación muy anterior que ubicaba a las producciones culturales, a partir de la legitimidad social, económica y política de sus productores. Es por ello que Gilberto Giménez (2007) afirma que “la sociología de la cultura sigue estando muy marcada por las nociones de “cultura cultivada”, “cultura media” y “cultura popular”²⁷. Esta distinción prevalece, a pesar de que en la actualidad se reconoce que toda cultura es *inventada*. Las desigualdades de los *inventores* siguen siendo el punto de partida para la clasificación de las producciones culturales y simbólicas. Para iniciar esta discusión es necesario explicitar por qué toda cultura es *inventada*.

Al respecto Grimson (2011) nos dice que “frente a la idea reificada de las culturas como ‘cosas’ que existen en tanto entes, el deconstructivismo mostró que eran ficciones del investigador. Frente a la idea naturalizada de las naciones, el constructivismo mostró que eran fabricaciones humanas e históricas, al igual que todas las identidades. Frente a los discursos nacionalistas, que presuponían las fronteras territoriales como barreras culturales, se deconstruyó la naturalización estatal de esos límites”²⁸. “...los seres humanos bordan todo escenario a partir de relaciones sociales

sedimentadas que pueden ser modificadas (y de hecho lo son) por sus propias intervenciones²⁹.

Estableciendo entonces que toda cultura es una cultura inventada³⁰, puede llegar a proponerse que una política cultural puede mejorarla, pulirla, desarrollarla. Así, en la actualidad existen discursos que reconociendo la cultura popular, propugnan por su desarrollo, para acercarla a la cultura no popular o refinada. No obstante, las expresiones de una identidad cultural, si bien inventadas, son la resultante de un proceso que, al constituir a la cultura es constitutivo de la comunidad que la inventa. En ese sentido, en las prácticas sociales, eso inventado es encarnado en creencias que dotan de realidad a las comunidades. Así, la cultura popular, como toda cultura, sigue un curso que no responde a las intenciones de los promotores de políticas culturales globalizadoras, si éstas no responden a sus propios derroteros.

Como lo plantea Grimson (2011), “en la historia humana, constantemente ha habido intentos de inventar pasados y tradiciones y de generar interpelaciones comunitarias. Sin embargo,... cada una de esas acciones culturales está enmarcada en una lógica situacional donde se juegan

conflictos e intereses”.³¹. No obstante, “(...) existen algunos procesos de sedimentación de las prácticas como tradiciones y de las categorías como identidades que no resultan de las intervenciones políticas delimitables de las elites o de sectores subalternos, sino que son respuestas más o menos espontáneas a los cambios sociales. No siempre las invenciones son producto de personas o grupos identificables”³². Desde esta perspectiva se sigue aquí la idea de que la cultura es el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad, esto es la organización social del sentido que ocurre en todo grupo humano (Giménez, 2007), por lo que “la cultura podría definirse, entonces, como el proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos (...) a través de la práctica individual y colectiva, en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”³³.

En este sentido, el presente trabajo parte del reconocimiento de que la calificación de *popular* que se le otorga a una expresión identitaria, circunscrita a las prácticas sociales propias de un grupo humano, que no recupera en su centro simbólico, tradiciones provenientes de lo que podría denominarse el *mainstream cultural*, responde a una lógica

colonial que segrega los sentidos sociales que ahí operan a meras expresiones folklóricas sin relevancia. En este caso y contrario a lo anterior, “la cultura realmente existente y operante es la cultura que pasa por las experiencias sociales y los “mundos de vida” de los actores en interacción”³⁴.

De hecho, se puede plantear que toda cultura es cultura popular, en tanto que se trate de hábitos y cosmovisiones contruidos y *vívidamente* anclados en las prácticas sociales de una comunidad, siendo entonces que la *alta y media cultura* corresponderían sólo a aquellas ideas sobre uno o varios tipos de cultura que, al *reificarse*, son ubicadas como superiores, por aquellos que comparten sus tradiciones simbólicas y se ubican en un contexto político y de poder, que les posibilita tal afirmación.

Antes de continuar es importante dejar establecido lo que se entiende aquí por industrias culturales. Al respecto es necesario realizar una revisión desde el origen mismo del concepto. Jim McGuigan (1996) nos dice que “la política social–demócrata de “inversión” en las industrias culturales que surgieron en la década de 1980 representa una curiosa ironía de la historia, porque la formulación original de la idea de

"industria cultural" fue, de hecho, hostil a la industrialización de la cultura. Eso, en sí mismo, no es una debilidad, sin embargo, el entusiasmo por una política realista de la cultura como industria necesita una revisión cuidadosa, ya que la retórica ha tendido a dejar atrás y ocultar las realidades del poder en el ámbito cultural³⁵. Es sabido que el concepto de industria cultural fue acuñado por los representantes más famosos de la escuela de Frankfurt.

“En su ensayo de 1967, Adorno (1991) reflexionaba sobre las razones por las cuales él y Horkheimer había sustituido el concepto de ‘cultura de masas’ con el de ‘industria cultural’, empleado en su ensayo original de 1940. ‘La cultura de masas’ fue nombrada por ellos a principios de 1940 para referirse a la forma en que se impuso una cultura estandarizada y prostituida en las masas por los modernos medios tecnológicos y negocios de entretenimiento. Sin embargo, se llegó a creer que el término podría muy fácilmente ser mal interpretado como una referencia a una emanación de auténtica y activa cultura de masas, sin referencia a un consumo pasivo de ésta. Para poner la palabra ‘cultura’ junto con la palabra ‘industria’, se apreciaba más el sentido condenatorio que se buscaba³⁶.”

La visión de estos pensadores se ubicaba en la crítica social y económica a la explotación capitalista. Es por ello que McGuigan (1996) nos dice que Adorno y Horkheimer con frecuencia han sido ubicados como contrarios a la cultura tecnológica. Sin embargo, como las formulaciones originales

de 'la industria cultural' indican, "su posición era algo más complicada que un rechazo puramente romántica. Para ellos, las aplicaciones particulares de la reproducción tecnológica de la cultura fueron determinadas por los intereses económicos e ideológicos del capitalismo monopolista, que sirve como medio para la rentabilidad y la organización del mercado de masas. Estos intereses fueron manipulados y, de hecho, fabricados al gusto de las mayorías sociales"³⁷.

Cabe aclarar que la noción *commodity* que está en la base de toda la discusión sobre industrias culturales e industrias creativas no ha sido abordada a cabalidad. La distinción que da origen a interesantes disputas, como la que encarnan Toby Miller (2009) y Daniel Mato (2004), por ejemplo, tendría que pasar por el tamiz de lo que sí es y lo que no es un *commodity*. Para el presente trabajo, un *commodity* es una mercancía con alto poder de difusión y de impacto en un mercado, que representa un valor para la vida moderna, en el sentido de su eficiencia, rapidez de adquisición y de necesidad de re-compra y del estatus que representa y que otorga al adquiriente. En este sentido, todo *commodity* representa una cultura homogeneizadora, diseñada desde los países más avanzados, incluso si se trata de un producto como las *tortillas de maíz*,

producidas para consumo masivo, cuyo valor estriba en la adquisición y la accesibilidad, sin restricciones de horario, en contraposición a otro producto, como las *tortillas de maíz*, producidas a baja escala en tiendas especializadas, denominadas *tortillerías*, que responden a criterios no industriales, tales como la cercanía y la cualidad del producto *per se* (*se tienen que adquirir en el momento, para su disfrute*). En el segundo caso, siendo el mismo producto, estaríamos apreciando una mercancía, que no es un *commodity*. Desde esta perspectiva, la defensa de industrias culturales, a partir de políticas globales, diseñadas para impulsar el desarrollo de las sociedades, mercantiliza la cultura, tratándola como un *commodity*, lo que se traduce, en muchos casos, en restar el valor simbólico original de las prácticas sociales involucradas. En este sentido es importante el planteamiento de Goff (2007), cuando dice que “los debates de la industria cultural, se resisten a una simple caracterización desde las preocupaciones socioculturales y no comerciales, en el deseo de promover y preservar la diversidad cultural y la identidad colectiva”³⁸. Este autor indica que se ha desarrollado un gran cuerpo teórico, para explicar por qué los gobiernos buscan la protección de ciertos sectores. En este sentido, los desarrollos

teóricos se centran en el hecho de que es relevante que se desarrollen políticas culturales en este sentido, sin considerar la motivación sociocultural de cada política cultural (Goff, 2007).

Por supuesto que la lógica que dio origen al desarrollo y la defensa de las políticas culturales es reconocible y atendible. En el terreno de *lo concreto* los gobiernos pueden, a partir de este reconocimiento, destinar recursos y apoyos a sectores de producción simbólica que, en el pasado eran poco atendibles.

Es a ello a lo que se refiere Goff (2007) cuando nos dice que las “Industrias culturales no presentan las características de las industrias que suelen reunir protección. Las políticas culturales no están motivadas por las mismas consideraciones que suelen inspirar las políticas proteccionistas convencionales. Los productos culturales tienen claramente un valor económico. Sin embargo, la comprensión de su regulación basada estrictamente en la economía pasa por alto la importancia que los gobiernos (...) atribuyen a los portadores de la cultura y la identidad. Haciendo hincapié en las formas en que las políticas culturales a veces se asemejan a las prácticas comerciales discriminatorias, ignora el hecho de que estas

mismas políticas proporcionan a los gobiernos nacionales de importantes herramientas para la compensación de los gastos culturales de la liberalización económica³⁹.

Cabe aclarar que el grueso de los trabajos en torno a las políticas culturales se refieren a aquellos *commodities* que responden a criterios culturales estéticos, referidos directamente a ciertas identidades emergentes, tal como lo explicita Candace Jones (2005), cuando dice que "las industrias culturales consisten en aquellas organizaciones que diseñan, producen y distribuyen productos que atraigan a los gustos estéticos o más expresivos que a los aspectos utilitarios de las necesidades del cliente, tales como películas, libros, diseños de edificios, la moda y la música"⁴⁰.

Tal como lo señala Jones (2005) "en la definición de lo que abarca la cultura popular, Mukerji y Schudson (1991) consideran que son "las creencias y prácticas, y los objetos a través de los cuáles se organizan, que son ampliamente compartidas entre la población"⁴¹. Por lo tanto, la cultura popular implica el estudio de las propiedades de una forma cultural, medio o producto, tales como los estilos musicales, las narrativas de las películas, o los programas de televisión, por la

importancia cultural que representan. La accesibilidad de una forma es fundamental para lograr su condición de "popular". Para los estudiosos de la producción cultural, el punto nodal para la definición de un producto o medio *popular* es justamente la accesibilidad, esto es, la manera en que se distribuye y alcanza una condición de producto o medio de masas.

“Si bien la definición predominante de la cultura popular hace hincapié en que los objetos populares son "compartidos por toda la comunidad" (Bennett, 1980, p.3), la atención sociológica muy poco se centra en el análisis de las propiedades o cualidades de los objetos de la cultura popular que alcanzan este estado de conocimiento generalizado o atención, o por qué las propiedades o cualidades resuenan ampliamente. Los críticos sociales y sociólogos a menudo suponen que los populares productos culturales, carecen de la calidad estética y alcanzan la popularidad, luchando por el mínimo común denominador”⁴²

No todos los estudiosos suscriben este punto de vista. Existe otra posición que defiende la idea de que los productos culturales tienen que poseer un valor estético, para lograr el impacto masivo que se requiere, dentro del marco de las industrias culturales.

“Sin embargo, para mantener la popularidad, esos objetos también deben incorporar al mismo tiempo la novedad suficiente para perpetuar los intereses. El

arte popular es "esencialmente un arte convencional que recoge en una forma intensa, valores y actitudes ya conocidas, lo que asegura y reafirma su valor cultural, sin dejar de incluir algo de la sorpresa del arte, así como el impacto del reconocimiento"⁴³.

Entre los sociólogos, Herbert Gans (1974) fue el primero en argumentar que los criterios estéticos se aplican no sólo a *alto* arte, sino también a las formas de arte popular. Al hablar de las consideraciones estéticas en la cultura popular, dice: "Yo uso el término estética en general, refiriéndose no sólo a los estándares de la belleza y el gusto, sino también a una variedad de otros valores emocionales e intelectuales que la gente expresa o satisface a la hora de elegir el contenido de una cultura, y supongo, por supuesto, que las personas aplican estándares estéticos, en todas las culturas, no sólo en la alta cultura".

Tal como nos indica David Prall, los críticos evalúan la estética de los bienes culturales y para ello utilizan criterios estéticos, para poder clasificar una obra de arte como bella, o buena, o para definir que una obra artística es mala, o que no es arte. Igualmente, nos dice éste autor, existen juicios de valor, que reconocen criterios estéticos para clasificar cualquier tipo de producto, lo mismo sucede también con los consumidores. Un

criterio estético no existe en el vacío. El producto cultural, los consumidores del producto y su entorno de significados corresponden a criterios que permiten la valoración del producto, en un sistema general (Prall, 1967)

Los criterios de la alta cultura han estado presentes también en México, lo que por años limitó las posibilidades de valoración estética de las expresiones populares. Durante el siglo XX, como en otros países con poderosas culturas populares, en México se tuvieron que atravesar largos debates para ampliar la concepción elitista de cultura y lograr que fueran reconocidos como parte del patrimonio nacional los productos artesanales, étnicos y de grupos populares urbanos⁴⁴.

En suma, la cultura popular, anclada en los sentidos de las comunidades inventadas, que recrean sus creencias y sus valores, en tales expresiones, esto es, en tales prácticas sociales, pierde su valor simbólico y significativo, al ser tratada como commodity, esto es, que su difusión y masificación, propia de la industrialización misma, le resta, a toda expresión de la cultura popular, su cualidad identitaria. En el caso que ocupa a la que escribe, la expresión popular de una colectividad, contenida en el comic mexicano, siendo una

industria, en el sentido lato del término, pudo mantener su cercanía con la población, porque mantuvo una liga directa con las prácticas cotidianas de sus lectores, sin perder su cualidad artesanal, tanto en su diseño, como en su narrativa. Es posible aventurar la idea de que el comic mexicano mantuvo una producción artesanal, adquiriendo la cualidad de la industrialización, sólo en su distribución.

Tal como nos indica Giménez, “el concepto de identidad es inseparable de la idea de cultura, debido a que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa”⁴⁵. Si bien toda cultura es identitaria, no todas las identidades culturales son igualmente reconocidas. Hay varias maneras de clasificar la cultura. Gelder y Thompson (1977) nos ilustran al respecto.

“En el ámbito anglosajón la clasificación más socorrida es la que distingue entre alta cultura (bellas artes), culturas folklóricas (originaria de las sociedades preindustriales), cultura de masas (producida y difundida por los media), culturas populares (no en sentido marxista, sino en un sentido próximo al de cultura de masas, pero despojada de su connotación negativa), y subculturas (la cultura de segmentos sociales específicos –como el de los jóvenes o el de los negros–, dentro de un conjunto social más amplio”⁴⁶.

Giménez (2007) nos indica que la cultura moderna tiene tres características principales: la diferenciación, la racionalización y la mercantilización. La diferenciación implica que cada una de las esferas de la sociedad, la económica, la política, la social y la cultural son marcadamente diferentes, puesto que cada una desarrolla sus propias instituciones y genera ocupaciones especializadas. Así, la esfera de la cultura, tiende a separarse de otros aspectos de la vida social, es producida por especialistas formados en instituciones particulares, tales como las escuelas de arte, y es consumida en lugares específicos.

En el caso de la racionalización, éste autor nos indica que existe una creciente tendencia a un tipo de racionalidad, a la que se puede denominar racionalidad moderna, marcada por la eficiencia propia de la ciencia. Así, por ejemplo, en el caso de la música, se aprecia cada vez más influenciada por la racionalización armónica, en la que las matemáticas desempeñan un papel importante. También ha habido una considerable racionalización en la reproducción de la música y de otras formas de arte. La tecnología ha hecho posible la recreación y la copia de la cultura en todas sus formas.

En cuanto a la mercantilización, que desde nuestro punto de vista es el punto nodal de las industrias culturales, los productos culturales son trastocados en mercancías que pueden comprarse y venderse. De hecho, en la actualidad, el éxito de una propuesta cultural es necesariamente medido desde el rasero de su éxito comercial, quedando de lado su propuesta, los valores que detenta y, por supuesto, sus valores ético y estético. Si bien existe en la literatura la postura de que la mercantilización no implica necesariamente la degeneración de los valores estéticos, aducen en este sentido que el desarrollo del gusto siempre ha dependido de los recursos necesarios para poder elegir lo que se consume. Así, como en los inicios de la modernidad, sólo las clases altas podían contar con recursos para allegarse de *lo mejor*, desarrollaron, se supone, un gusto estético más elevado. En este sentido se propone que paulatinamente, las sociedades *progresarán* y alcanzarán la posibilidad de elegir lo que consumen, sin importar los recursos económicos de los que disponen, primero porque irán desarrollando un *mejor gusto* estético y después, porque *lo mejor* estará más a su alcance. Sin embargo, se afirma que este hecho no cancela la jerarquía de los gustos: en

la modernidad la música clásica todavía se considera superior, por ejemplo, a la música popular (Giménez, 2007).

Entonces, se plantea que la intensificación de estos procesos de la modernidad (diferenciación, racionalización, mercantilización) en nuestros días ha conducido a la *posmodernización cultural*, que es actualmente llamada *poscultura*. El planteamiento es que, ya que estamos en una fase en la que la realidad económica se ha exacerbado, dando por resultado un *hipercapitalismo*, la sociedad se ha tornado en *hipermoderna*. En este sentido, se trata de una sociedad caracterizada por la *hiperdiferenciación*, la *hiperracionalización* y la *hipermercantilización*.

Si bien este panorama implica que la cultura popular está presente, de manera profusa, en diferentes esferas de la vida social contemporánea, también supone que su cualidad identitaria es trastocada. Desde el punto de vista de la que escribe, la cultura popular requiere, para su re-edición, de esferas comunicativas y de comprensión más concretas y cotidianas, más comunicativas, en el sentido de comunidades dialogantes, que lo que permite la hipermercantilización. Una opción para que narrativas como las contenidas en el comic

mexicano del siglo XX se re–editen, en las pláticas y disputas cotidianas sería, desde el plano de las industrias creativas, su incorporación en la internet. Sería este un espacio que permitiría su difusión amplia, pero se incorporaría al mercado de las imágenes, en una competencia que difícilmente generaría audiencias y públicos dialogantes. Es por ello que, desde la perspectiva del presente trabajo, se requiere una defensa del comic de papel.

“La industrialización creciente de la producción comunicacional viene modificando el papel social de la cultura desde principios del siglo XX. Jürgen Habermas y Benedict Anderson han demostrado la influencia de los periódicos en la formación de la ciudadanía, de una esfera pública y de las naciones en tanto comunidades imaginadas”⁴⁷.

En el caso de México, la industria editorial de difusión masiva, léase periódicos y revistas, encuentra en la actualidad la amenaza de su desaparición, por causa de la difusión acelerada y de menor precio que representa internet. Sin embargo, como vimos en el anterior apartado, la red puede acelerar la comunicación, siempre en detrimento de la consecución de identidades reflexivas. La reflexividad es un componente esencial de la construcción de comunidades imaginadas. Para ello es indispensable un ritmo comunicativo

que le es lejano a la propuesta comunicacional de lo cibernético. Pese a ello, la apuesta de las industrias creativas se centra justamente en el terreno de la literatura popular.

“Los activos intelectuales y la creatividad que impulsan a la industria editorial son generalmente expresados en forma de la producción literaria convertida en toda clase de libros (de novelas, de poesía, educativos, profesionales, etc.), y los medios de comunicación impresos con noticias que circulan en forma de periódicos, revistas, etc. La industria editorial y de medios impresos constituye un grupo importante de las industrias creativas tanto en el ámbito cultural como en el económico. El mercado global para el comercio internacional de productos de la industria editorial y medios impresos ascendió a 44.3 mil millones dólares en 2005 y participó con el 10% del comercio total de productos creativos. En México, la industria editorial también es el segundo grupo más importante de productos creativos, cuyas exportaciones llegaron a 417 millones de dólares en 2005, con lo cual el país se ubica en el quinto puesto entre las economías en desarrollo. Dentro del grupo editorial, el subsector con mayor comercio en México es el de "Otros materiales impresos", que contribuyen con el 58% de las exportaciones totales, en el cual el país tiene el cuarto puesto entre los países en desarrollo. Este subgrupo incluye: catálogos, folletos, material publicitario, carteles, calendarios, mapas, tarjetas de felicitación, etc. (en México destaca a nivel mundial en las industrias creativas”⁴⁸.

Es una situación paradójica. Si de leer se trata, el ritmo y el espacio para la reflexividad resultan esenciales. Tal como nos indica Beatriz Sarlo (1997).

“...leer. Ese acto simple que, pese a los problemas socioeconómicos de la alfabetización, damos por sentado, debe ser revisado por completo. La lectura está pasando por un proceso de mutación. Nosotros somos quizás los últimos lectores tradicionales. La lectura es una actividad costosa, en cuanto a las habilidades y el tiempo que requiere. El desciframiento de una superficie escrita exige una atención intensa y concentrada durante un lapso relativamente largo. Miramos el texto y miramos dentro del texto. Practicamos observaciones intensivas aun cuando profesemos la metafísica negativa que nos enseña que ya no hay profundidad que deba alcanzarse hundiéndose en lo escrito, ni totalidad que deba reconstruirse sobre su masa de fragmentos, somos expertos en lectura profunda que, paradójicamente, reconocen la futilidad de una pretensión metafísica de profundidad. Estas actividades “cultivadas” que llevamos a cabo con los textos, siempre fueron diferentes de las actividades generalmente realizadas por el público lector, aunque algo del orden de las operaciones y de la intensidad de la experiencia sentaba las bases de un terreno común entre prácticas de lectura intelectuales y no intelectuales”⁴⁹

Efectivamente, la lectura de un comic no es lectura profunda, de tipo reflexiva, pero toda lectura, por fútil que sea, requiere de reflexividad. Se trata éste de un proceso central en la creación de identidades, reconocerse, verse a uno mismo en una narrativa, percibir que se habla de uno, ser referenciado y auto referenciado. Este proceso no se completa en el momento mismo de la lectura, sino después, al comentar con los otros, al invitarlos a leer lo que a uno le interpeló, lo que a uno conmovió. El papel, pasado de mano en mano, para invitar a ver y verse, y la plática sobre lo visto, y la duda y la certeza.

Este proceso que todo parece indicar que impulsó y promovió la urbanización de los habitantes de las ciudades mexicanas, requirió del papel y de la pausa en la lectura. Creatividad si tenían, mucha. Industria sí era. Sólo que, afortunadamente, no fue una Industria creativa.

Toda visión hegemónica, proviene de las sociedades de avanzada. Ese es el caso de las Industrias creativas.

“Han pasado diez años desde que los laboristas de Tony Blair popularizaron la noción de industrias creativas que varios analistas y comentaristas no dudan en sustituir por el concepto de industrias culturales. Poco a poco, los promotores de una estrategia económica fundada sobre el desarrollo de esos sectores industriales creativos se han puesto a generalizar hablando de economía creativa. Retomado por los tecnócratas de varios países, e incluso por los de la ONU, el enfoque estalló. Recientemente, en abril de 2008, la conferencia de las Naciones Unidas sobre el comercio y el desarrollo (CNUCED) hizo público un documento redactado por expertos que tenía como objetivo explícito medir el nivel de desarrollo de la economía creativa en todas las regiones del mundo⁵⁰”

51

El origen del concepto es esencialmente político, como lo han demostrado Nicholas Garnham (2005) y Philip Schlesinger (2007). Califica una voluntad de reposicionamiento económico del Reino Unido en un mundo cada vez más globalizado, un intento de identificar los sectores sobre los cuales fundar la

nueva competitividad de la economía británica frente a sus competidores internacionales. Desde sus primeras formulaciones a finales de la década de 1990, el enfoque en términos de industrias creativas se remite a una estrategia de la distinción⁵²

La defensa de lo popular, siendo expresión cultural de un pueblo, encontrará opciones para resistir este embate. Una posibilidad siempre será, dar la espalda, tomar un *cuentito* y pausadamente recorrer las viñetas, buscando si aún dicen algo de quien lee.

CAPÍTULO 3. EL ESTUDIO DE LO COTIDIANO

En el día a día realizamos acciones repetitivas, enmarcadas en tradiciones y creencias, que nos llevan a asumir que el nuestro es un mundo cierto, real, verdadero. Esa es la vida cotidiana, constituida por un hacer en el mundo, sustentado en sentidos, o, dicho de otro modo, en razones que los grupos humanos se dan, para otorgar propósito a su diario proseguir. Se trata de sentidos colectivos, contruidos de diversos materiales (creencias, pensamiento social), que conforman *comunidad*. Estilos de ser y de hacer, formas de expresar, preocupaciones

comunes, vida cotidiana que expresa un *nosotros*, es identidad: la identidad de un grupo humano, que más allá de razones, reflexiones y disquisiciones académicas o ilustradas, se expresa en prácticas cotidianas. Se trata de una identidad *realizada* (Grimsom, 2011), o más bien de una identidad en *realización*.

Así, el interés se ubica en el estudio de lo cotidiano, para, en una indagación hermenéutica, develar los sentidos colectivos del *nosotros*, de esa identidad. Pero dichos sentidos no son asequibles a cada una de las personas, porque son construcciones colectivas que no emanan de la inter-individualidad. Sin embargo, tales sentidos se expresan en la vida cotidiana concreta, específicamente en las prácticas cotidianas. El sustrato simbólico construido antaño se re-edita en el rutinario y repetitivo andar del grupo humano, aún y cuando estas re-ediciones tampoco sean asequibles a cada una de las personas. Esta circunstancia presenta un problema metodológico de fondo. Si en la inter-individualidad no es asequible el sentido colectivo de lo cotidiano, el interesado en las prácticas cotidianas no puede optar por las estrategias metodológicas sustentadas en la *agencia* denominada individuo. Las personas, en lo individual, cuentan con teorías

para explicarse a sí mismos y para explicar su presente, su pasado y su futuro. Se trata de un pensamiento de sentido común que se expresa en todos los integrantes del grupo humano. Sin embargo, el alcance del sentido común, siendo amplio, no es asequible a una persona en lo particular. Además, los reportes individuales siempre están posicionados. La mirada y la interpretación individual entonces, no permiten alcanzar los sentidos sociales y las creencias del colectivo. Es por ello que, para el presente trabajo, quedaron descartadas no sólo las técnicas cuantitativistas como las encuestas y las entrevistas estructuradas, sino incluso las técnicas comprensivas que se interesan por la explicación del actor mismo, como las entrevistas a profundidad. En este contexto es que se argumenta aquí, la necesidad de ubicar las coordenadas metodológicas en la que es asequible el estudio de los sentidos de la vida cotidiana, en una *agencia* de diferente orden. La apuesta es que una historieta publicada semanalmente, durante aproximadamente 60 años, cuyas narraciones (dibujo y texto) se centraron en una representación de la vida cotidiana urbana, de clase media baja, con personajes que condensan (estereotipos) maneras conocidas de ser y de hacer de la población urbana en México, puede ser

tratada metodológicamente como *agencia* (Latour, 2008), más allá del planteamiento que supone un proceso bidireccional entre la creación, la difusión y la recepción de un medio masivo de comunicación.

Entre lo cotidiano y lo no cotidiano se enmarca la vida social toda. En la vida cotidiana, las personas transitan por el espacio y el tiempo, en un andar repetitivo, que otorga certezas sobre quiénes son, de dónde vienen y a dónde van. En la vida cotidiana, las personas también dudan y enfrentan incertezas. Los espacios ciertos y rutinarios son cotidianos. Los espacios de dudas e incerteza son no cotidianos. Los primeros representan el primer nivel, en el que la conciencia social lleva un flujo presentista. Esa es la vida cotidiana. Los otros momentos de la incerteza representan el segundo nivel de la conciencia social. Es en ellos en donde la reflexividad recupera opciones alternas a las incorporadas en lo cotidiano, para sopesarlas y optar o no por ellas. El primer y segundo niveles de la conciencia social, conforman la vida de las personas. Sin embargo, los sentidos sociales de la vida cotidiana, no les son accesibles, en ninguno de los dos casos.

En un tercer nivel, en donde se ubica la reflexión teórica de los estudiosos y los científicos, se ha propuesto que la vida cotidiana es inicialmente *vivida* como una realidad dada, porque todos los seres humanos llegamos a una circunstancia socialmente significativa, dotada de sentidos, que asumimos como *real*. Participando del curso social, nos apropiamos de tales sentidos, como también los rechazamos, cuestionamos, re-editamos, etc., de tal suerte que, inmersos en la vida cotidiana adulta, asumimos y transformamos nuestras prácticas cotidianas. Pero dicha transformación no es volitiva, ya que los sentidos sociales y las creencias, que sustentan tales prácticas no son individuales, ni surgen ni se negocian inter-individualmente. Es en el plano intersubjetivo en el que se ubica la transformación de los sentidos sociales de la vida cotidiana.

Plantear, por ejemplo, que la actividad dialógica derivada de una situación como la entrevista (a profundidad, o de tipo historia de vida), permite alcanzar a develar los sentidos sociales de lo cotidiano, es suponer que éstos son asequibles a cada una de las personas. Desde una perspectiva socio-construccionista, que es a la que se adscribe el presente trabajo, esto es incorrecto, ya que el actor, o la agencia, parten

necesariamente de su posición en la estructura social, para, desde su horizonte de comprensión, asumir los planteamientos de la situación dialógica en cuestión. Además, en ese contexto, las asunciones y expectativas personales del entrevistado, que es innegable que existirían, son inaccesibles al estudioso, por lo que su análisis, por minucioso y profundo que sea, no alcanzará a develarlos. Es por ello que el estudio de los sentidos de lo cotidiano, representa una problemática metodológica importante.

Por supuesto que para emprender tal propósito, se requiere generar un andamiaje metodológico reconocidamente cualitativo, o para ser más precisa, de corte hermenéutico, en el que se considere el material de estudio, como lo plantea Alasuutari (1995): *“el material cualitativo es un pedazo del mundo que se está estudiando, en el sentido de que es un espécimen de la lengua y la cultura de estudio”* (pp.45).

Se puede afirmar que en la actualidad, por lo menos en las sociedades occidentales, las prácticas cotidianas son comunes a grupos humanos diversos. El trabajo, la familia, las celebraciones, la amistad, el amor y los rencores, así como la vida política y el tránsito entre lo público y lo privado, están

presentes en grupos y comunidades de diversos tipos y nacionalidades. Bien sabido es que la globalización y la hiperinterconexión son coordenadas del presente, que nos acercan a formas de ser y de hacer que en el pasado reciente, se apreciaban como más diferentes de lo que hoy se cree. No obstante, los sentidos sociales de tales prácticas, siendo no accesibles a las personas, en lo individual, y sobre todo, siendo imaginados (Anderson, 1983) colectivamente hablando, son diversos. Por supuesto que desde esta perspectiva, es impensable alcanzar, bajo ningún medio, el sentido profundo de ninguna práctica, en tanto que se rechazan las premisas científicas (Ibáñez, 1994), lo que supone que, a lo más que se puede aspirar es a generar una argumentación comprensiva interpretativa de lo que se estudia.

En la vida cotidiana y en sus prácticas, los grupos humanos incorporan elementos de fuentes diversas. Las personas recurren a la tradición y a la novedad. De alguna manera se incorporan también argumentos e ideas que fueron reflexionadas en espacios no cotidianos. Así, como lo refiere Moscovici (1986):

“..., la revolución de las comunicaciones, primero a través de los libros y los periódicos, y luego a través de las medias, ha permitido la difusión de imágenes, nociones y lenguajes que la ciencia inventa incesantemente. Estos se convierten en parte integrante del bagaje intelectual del hombre de la calle. Actualmente, todo el mundo tiene un conocimiento más o menos vago de las teorías económicas del desempleo o de la inflación, de las teorías psicológicas de la neurosis o de la evolución del niño, de las teorías del origen del universo, etc. Las sociotecnologías y las psicotecnologías (terapias individuales y de grupo, encuestas de opinión, etc.) han iniciado a amplias colectividades en los misterios de las relaciones interpersonales y les han impuesto un modelo” (pp. 684).

Así como eso, la reflexión centrada en la identidad nacional o la identidad del mexicano o de aquello que nos hace comunes en este país, que después de la Revolución Mexicana tuvo una difusión cada vez más amplia, sobre todo por decisiones de la clase política, interesada en homogeneizar a la población que gobernaban, tuvieron también un espacio entre los legos, que incorporaron conceptos, argumentos y visiones del *ser mexicano* a sus explicaciones sobre ellos y sobre el entorno político, nacional y personal. Un discurso sobre la identidad nacional que aparece en las prácticas cotidianas, como explicación totalizadora del porqué y del cómo, generalmente del fracaso mexicano. Pero el discurso o la retórica del mexicano fracasado, que puede aparecer en cualquier conversación de café, no es, o por lo menos no es todo lo que

expresa una comunalidad imaginada, construida un día y re-
editada cotidianamente. Hay en el sentido común otros
elementos, que desde el punto de vista de quien escribe,
importa develar. Duhem, en una cita de Moscovici (1986), nos
aclara el punto:

“Hace casi un siglo, Duhem, el gran filósofo de las ciencias, observaba: <<El fondo del sentido común no es un tesoro enterrado en el suelo al que no viene a añadirse pieza alguna; es el capital de una sociedad inmensa y prodigiosamente activa, formada por la unión de las inteligencias humanas; siglo tras siglo, este capital se transforma y se acrecenta (sic); la ciencia teórica contribuye en gran parte a estas transformaciones, a este aumento de riqueza, difundiéndose incesantemente a través de la enseñanza, la conversación, los libros y los periódicos. La ciencia penetra hasta el fondo del conocimiento vulgar, despierta su atención sobre los fenómenos hasta entonces olvidados; le enseña a analizar nociones que se habían mantenido confusas y enriquece así el patrimonio de las verdades comunes a todos los hombres o, al menos, a todos aquellos que han alcanzado cierto grado de cultura intelectual>> (1981, pág. 397)” (pp. 684).

Tenemos entonces la decisión metodológica de abordar la temática de interés, esto es, los sentidos colectivos identitarios de la vida urbana en México, desde la lógica de los estudios culturales. Desde aquí, un elemento fundamental es el reconocer que hay sentidos colectivos identitarios diversos. Además, que algunos aparecen con presencia clara, por

asociarse a un pensamiento social hegemónico, en tanto que otros, alternos o incluso transgresores, se alcanzan a *dibujar* al margen. Denzin y Lincoln (2012) nos aclaran esta idea:

“En su forma genérica, los estudios culturales incluyen un análisis de cómo la historia vivida por las personas es el resultado de estructuras que han sido heredadas del pasado. Su tarea es analizar este hecho. Cada versión de los estudios culturales enfrenta una preocupación de tres frentes: los textos culturales, la experiencia vivida y la relación articulada entre los textos y la apariencia diaria. Dentro de la tradición de los textos culturales, algunos académicos examinan la cultura popular y la de los medios de comunicación como espacios dónde se reúnen la historia, la ideología y la experiencia subjetiva. Estos académicos producen etnografías críticas del público en relación con momentos históricos particulares. Otros académicos leen los textos como espacios donde se producen, distribuyen y consumen significados hegemónicos. Dentro de la tradición etnográfica existe una preocupación posmoderna por el texto social y su producción” (pp. 34).

Desde esta perspectiva, se plantea que un objeto como la historieta o el comic, que desarrolla narrativas de una cotidianidad reconocible, como es el caso de *La Familia Burrón*, es un objeto psicosocial y cultural que encierra, en sus dibujos (figura y fondo) y en sus textos, una comprensión acabada de una versión de lo cotidiano, para sus lectores. Por esta razón, la hipótesis central del trabajo ubicó en la historieta, esto es, en sus más de 3,120 episodios, la posibilidad de

identificar los sentidos colectivos diversos (hegemónicos y transgresores) de una comunalidad urbana del México del siglo XX⁵³. Se trata de una historieta que abarca un largo periodo, ya que su publicación semanal se mantuvo por aproximadamente 60 años. En este periodo de tiempo (de 1948 a 2008), la sociedad mexicana vivió cambios sociopolíticos importantes, ya que transitó por el denominado *desarrollo estabilizador*, además de que confrontó cambios sociales de gran magnitud, a nivel mundial. Sin embargo, en la historieta, las narrativas se mantienen como suspendidas en el tiempo. Los personajes transcurren en sus vidas cotidianas, con temáticas correspondientes a una vida urbana barrial, en la que las circunstancias que se incorporan a los episodios, son urbanas, pero inubicables en el tiempo. Los personajes habitan un espacio urbano de clase media baja, que parece no afectado por los cambios sociales de la realidad tanto mexicana como internacional. Esto se afirma sobre todo porque el enmarcamiento gráfico (los escenarios urbanos dibujados) no sufrió alteraciones durante los casi 60 años de su publicación, así como tampoco se encuentran cambios importantes en el código lingüístico empleado por los personajes. Se trata de un objeto que logró tal permanencia, porque estableció una

comunicación simbólica con su audiencia, de tipo intersubjetiva.

Lo relevante entonces fue desarrollar una estrategia metodológica que permitiera el estudio de la historieta, como un objeto contenedor de pensamiento social. Un aspecto central fue el establecer el dispositivo de análisis que permitiera someter a escrutinio la historieta, de tal suerte que se lograra pasar de una narración anecdótica a la identificación de pistas sobre los sentidos colectivos que interesaban. Alasuutari (1995) nos da claridad en este sentido:

“En la investigación social a veces es difícil ver la diferencia entre las observaciones empíricas y las pistas, que es la forma en la que el investigador los trata. Sin embargo, eso no quiere decir que la diferencia se debe olvidar, o que pueda ser considerado sólo como un pariente. Es aún más importante hacer una distinción analítica clara entre las observaciones y las pistas. En la investigación científica, las observaciones siempre son tratados como pistas en el sentido de que se consideran a partir de un punto determinado, definido explícitamente. Un punto de vista de este tipo se llama marco teórico.” (pp.39-40).

Es importante anotar que, para el presente trabajo, la tarea metodológica es considerada como teórico-metodológica. La anotación de Alasuutari es sumamente pertinente en nuestro

caso. Más allá de algunas coordenadas analíticas, la tarea central del análisis de la historieta fue el *ir y venir* de la viñeta y el episodio a su contexto, esto es, el México urbano del siglo XX y su vida cotidiana, y a las reflexiones teóricas en torno al pensamiento social, el sentido común y la vida cotidiana y a la Identidad del mexicano. De hecho se podría plantear a este como un método de investigación crítico hermenéutico⁵⁴.

Pasemos entonces a delinear la primera exigencia de Alasuutari (1995), el *theoretical framework*. En el día a día las personas encontramos explicaciones a lo que somos y a lo que sucede, que expresan un tipo de pensamiento social. A este se le conoce como sentido común. Se trata de un tipo de pensamiento social en el que confluyen informaciones y creencias. Las segundas son referidas a un tipo de pensamiento social de larga duración. Las primeras, son conocimiento que se *vulgariza*, y que fue originado en otras esferas de la vida, esferas no cotidianas.

“Lo que se denomina sentido común aparece en dos formas. Primero, en tanto que cuerpo de conocimientos producido de forma espontánea por los miembros de un grupo, basado en la tradición y el consenso. Siendo un conocimiento de primera mano, es en su terreno donde nace y prospera la ciencia. Segundo, en tanto que suma de imágenes mentales y

de lazos de origen científico, consumidos y transformados para servir en la vida cotidiana. En este sentido, el sentido común es penetrado por la razón y sometido a la autoridad legítima de la ciencia. Este es un conocimiento de segunda mano que se extiende y establece constantemente un nuevo consenso acerca de cada descubrimiento y cada teoría. Añadamos que cada una de las formas tiene sus propios medios de comunicación. En todas partes, el antiguo sentido común sigue la vía oral, la de las conversaciones y los rumores. Es un pensamiento mediante palabras. El nuevo sentido común, situado a un lado de esa vía, se difunde a través de la imprenta y la película. Se convierte, de forma más completa, en un pensamiento a través de imágenes. E incluso se descompone en tantas ciencias populares o vulgarizadas como hay ciencias profesionales: psicología popular, antropología popular, etc. Este desarrollo es uno de los signos del cambio que se opera entre las dos esferas del pensamiento humano. No cabe duda de que tiene consecuencias profundas, pero pocos investigadores parecen haber tenido la curiosidad de describirlas o analizarlas" (Moscovici, 1986, pp. 685-686).

En el sentido común entonces, se incorporan tanto elementos consensuales o propiamente cotidianos, como elementos reificados, o de origen no cotidiano. Claro que las personas en su vida cotidiana, no realizan distinción alguna entre éstos. Hay un sentido pragmático en la vida cotidiana que puede llevar a una persona a buscar ayuda, por ejemplo ante una enfermedad, con un médico, un curandero y un brujo, y posteriormente seguir las indicaciones de todos los consultados, sin un atisbo de contradicción en su manera de explicarse sus acciones. Tal como propone Moscovici (1986):

“El hombre, al menos el hombre occidental, goza del curioso privilegio de tener derecho de residencia en dos mundos diferentes de pensamiento. En un constante ir y venir, pasa de una experiencia intelectual a otra, que pueden ser profesionales, ordinarias, disciplinadas o espontáneas, teniendo cada una de ellas su lógica y sus límites” (Moscovici, 1986, pp. 680). “Esta elección conduce a una bifurcación, a una divergencia radical entre dos modos de conocimiento o de adquisición de conocimientos: uno normalizado y otro no normalizado. Para describir esta divergencia se ha recurrido a varias etiquetas: lógica y mito, pensamiento doméstico y pensamiento salvaje (Lévi-Strauss, 1962), mentalidad lógica y mentalidad prelógica (Lévy-Bruhl, 1922), pensamiento crítico y pensamiento automático (Moscovici, 1981). Pero la naturaleza de esta oposición permanece inmutable” (pp. 681).

Se plantea que dentro del pensamiento normalizado, lógico, domesticado, se ha incorporado en la vida urbana en el México del siglo XX, un discurso reificado del *ser mexicano*, que tuvo su origen en reflexiones de algunos ilustrados de la pos revolución. A este se le plantea aquí como discurso hegemónico. Pero junto a éste, se plantea también la presencia de un pensamiento no normalizado, salvaje, prelógico, también identitario. Al respecto Moscovici (1986) nos dice que:

“...el pensamiento no normalizado corresponde a una forma de pensamiento más <<natural>>, más innata, que se adquiere sin formación particular. En este caso, los individuos saben directamente lo que saben. Intentan articular un significado por sí mismo, en su vida y no en vistas a un objetivo ulterior, por elevado que éste sea. Reglas y convenciones les parecen

evidentes. Se sirven de ellas libremente, según las necesidades del momento. Y este pensamiento está fuertemente influenciado por las creencias anteriores o los estereotipos del lenguaje” (pp. 681).

Se conoce como cultura popular a un agrupamiento heterodoxo de expresiones artísticas, en las que se supone que el pensamiento no normalizado se expresa. La distinción entre lo culto y lo popular tiene larga data, pero permanece en muchos estudiosos de la ciencia, el arte y la cultura. Siguiendo al autor:

“...en la cultura moderna reina una gran diferenciación, esta se manifiesta en la escisión de la ciencia, de la técnica e incluso del arte. ¿Qué significa esta diferenciación? Por una parte, los conocimientos elaborados por especialistas se hacen autónomos. Por la otra, las tradiciones vaciadas de su contenido y que han perdido su poder de crecimiento natural prosiguen su desarrollo en tanto que conocimientos sobre el terreno de lo cotidiano. De esta forma la recuperación de las tradiciones culturales por parte de los especialistas ha dado lugar a una cultura de expertos encerrada en sus instituciones y sus disciplinas. Mientras que el llamado conocimiento profano ha sido dejado a un lado, fragmentado y desecado en la cultura de masas. (pp. 681).

Mi propuesta va en el sentido de que ambas *formas* adquieren existencia en los diferentes ámbitos de la vida humana. Esto es, que un objeto colectivo como la historieta referida, incorpora la *vulgarización* de las reflexiones cultas de los ilustrados y las tradiciones y las creencias del conocimiento

profano, en un todo simbólico que es comunicado intersubjetivamente entre los creadores de la historieta, la historieta misma, su lógica narrativa y sus personajes y su público y sus sentidos.

De hecho los sentidos de esas dos *formas* son en realidad sistemas de creencias. Esto implica que en el pensamiento reificado o ilustrado se expresan también creencias básicas, fundamentales.

“La creencia que se halla bajo la mentalidad primitiva, si aún se puede emplear esta expresión, es una creencia en la <<omnipotencia del pensamiento>> para dar una *forma* a la realidad de las cosas. La creencia que sirve de fundamento a nuestra mentalidad moderna y científica es simplemente la contraria. Es la creencia en la <<omnipotencia del objeto>> para *informar* al pensamiento, para determinar su evolución y su contenido. Para la primera de estas creencias, el pensamiento aparece en tanto que acción sobre lo real. Para la segunda, en tanto que reacción ante lo real. En la primera, el objeto es definido como un duplicado del pensamiento; en la segunda, es el pensamiento el que se define como duplicado del objeto. Y si en la primera pensar significa considerar que los propios deseos son realidades, lo que se denomina *wishful thinking* en inglés, en la segunda pensar equivale a considerar que la realidad constituye nuestros deseos. Pero ambas creencias, al ser simétricas, expresan la misma condición: una especie de temor que sienten los hombres ante fuerzas que no dominan y la victoria sobre este temor a través del conocimiento. Excepto que la mentalidad primitiva experimenta este temor ante las fuerzas violentas de la naturaleza y la mentalidad científica

ante las fuerzas incontroladas del pensamiento. La primera de estas creencias ha permitido a nuestra especie sobrevivir durante millones de años; la segunda le ha permitido realizar multitud de cosas extraordinarias en unos cuantos siglos” (Moscovici, 1986, pp. 708).

Siendo que dichos sistemas de creencias no se encuentran *puros* en ningún lugar, es en la arena de la vida cotidiana en donde su expresión es más concreta, esto es *objetivada*. Es ahí en donde se expresan como *sentidos colectivos* que dotan de certeza a las prácticas de las personas. Siendo de esta manera, una reflexión crítica sobre ellos implica reconocer, primero, que siendo sentidos colectivos fundamentales para los implicados, esto es, los grupos humanos, esto no obsta para reconocer que su sustrato, en todos los casos, involucra procesos de ideologización y de naturalización, de visiones en pugna. Algunas de estas visiones alcanzan, al paso del tiempo, posiciones privilegiadas o hegemónicas.

“Los teóricos críticos entienden que la formación de la hegemonía no puede separarse de la producción de ideología. Si la hegemonía es el esfuerzo mayor del poderoso para obtener el consentimiento de sus <<subordinados>>, la hegemonía ideológica supone las formas culturales, los significados, los rituales y las representaciones que producen consentimiento al status quo y a los lugares particulares de los individuos dentro de él. La ideología respecto de la hegemonía lleva a los investigadores críticos más allá de las explicaciones de dominación que han usado términos

tales como <<propaganda>> para describir las formas en que los medios, las producciones políticas, educativas y otras producciones socioculturales manipulan en forma coercitiva a los ciudadanos para que adopten significados opresivos. Una investigación crítica reconceptualizada concibe una forma de dominación mucho más sutil, ambigua y situacionalmente específica que rechaza la suposición del modelo de propaganda de que las personas son víctimas pasivas, manipuladas con facilidad. Los investigadores que operan conscientes de esta ideología hegemónica entienden que las prácticas y los discursos ideológicos dominantes moldean nuestra visión de la realidad (Lemke, 1995, 1998). Por tanto nuestra noción de ideología hegemónica es una forma crítica de constructivismo epistemológico animada por una comprensión matizada de la complicidad del poder en las construcciones que hace la gente del mundo y su papel en él (Kincheloe, 1998). Dicha conciencia corrige las definiciones anteriores de la ideología como una entidad unidireccional, monolítica que fue impuesta a los individuos por una cohorte de zares de la clase gobernante. Entendiendo la dominación en el contexto de luchas concurrentes entre las diferentes clases, grupos raciales y de género, y sectores de capital, los investigadores críticos de la ideología exploran las formas en que dicha competencia adopta diferentes visiones, intereses y agendas en una variedad de escenarios sociales locales que antes se pensaba que estaban fuera del dominio de la lucha ideológica (Brosio, 1994; Steinberg, 2001)” (Denzin y Lincoln, 2012, pp. 252-253).

Analizar la historieta elegida implicó asumir que, si bien sus creadores fueron Gabriel Vargas y su equipo de dibujantes, la historieta se convirtió en un objeto socialmente significativo⁵⁵, portador de *agencia* por sí mismo. Esto implica un interés por develar los sentidos sociales que subyacen a la narrativa y a lo representado, episodio tras episodio. Igualmente interesó

identificar los sentidos sociales que subyacen a la caracterización de los personajes creados en ese microcosmos de la historieta (*el callejón del cuajo y otros escenarios*), asumiendo que en este objeto se condensaron pensamientos sociales identitarios, que permitieron una identificación continuada, a lo largo de 60 años por una audiencia que se trastocó en *público*. Se asume también que el análisis permitió identificar pensamiento social dominante y transgresor, ya que, siguiendo a Denzin y Lincoln (2012), “Las culturas dominantes y las subculturas despliegan sistemas diferentes de significados basados en las formas de conocimiento producidas en su dominio cultural” (pp. 254).

Las coordenadas analíticas para el análisis de la historieta elegida parten del reconocimiento de que en el sentido común, si bien confluyen informaciones novedosas, el sustrato de mayor presencia es el referido a sentidos previos, de tiempos anteriores, tal como Moscovici (1986) nos indica en la siguiente cita:

“...las experiencias, las palabras y las imágenes del pasado, ausentes en suma, no son experiencias de las palabras y de las imágenes muertas, difuntas, sino que continúan actuando y envolviendo las experiencias, las palabras y las ideas presentes. <<La memoria>>,”

escribía Janet que veía en ella una función social, <<tiene por finalidad triunfar sobre la ausencia y esta lucha contra la ausencia es lo que caracteriza a la memoria>> (1928, pág. 221). Ella une el sentido común con los sentidos a secas y hace que lo proveniente del pasado sea más poderoso que lo proveniente del presente. La fuerza singular y la inteligencia de las representaciones sociales se entienden, residen en este dominio del mundo actual a través del mundo de ayer, de la percepción de lo que existe por medio de la continuidad del recuerdo de lo que ha existido” (pp. 709).

Vale la pena aclarar que se parte de la metáfora de la *construcción*, entendiendo que la historieta es una *agencia* que *trabaja* y por ende *construye una realidad*. Si bien se reconoce que la mayoría de los estudiosos que trabajan en el análisis del cómic parten de la metáfora del *espejo*, que ha sido referida por Potter (1998) de la siguiente manera:

“En la metáfora del espejo existe un conjunto de objetos del mundo que se reflejan en una superficie lisa, aunque en este caso la superficie no es de cristal sino de lenguaje. El lenguaje refleja cómo son las cosas mediante descripciones, representaciones y relatos. Y a medida que estas descripciones, representaciones y relatos se divulgan por el mundo de los asuntos humanos, se pueden considerar fiables, factuales o literales o, por el contrario, se pueden convertir en confusiones o mentiras cuando el espejo se enturbia o se deforma. [...] Es una metáfora que produce descripciones pasivas: se limitan a reflejar el mundo. Sin embargo, como la imagen de un espejo o una fotografía, también pueden representar ese mundo y ser tan adecuadas como el mundo mismo para muchos propósitos.” (pp. 129-130).

Asumiendo entonces la metáfora de la *construcción*⁵⁶, es imprescindible establecer desde aquí que se asume también una perspectiva investigativa de corte hermenéutico, por lo que se buscó desarrollar una interpretación, comprensiva, partiendo de que *los hechos no hablan por sí mismos*, o para decirlo más claramente, *los hechos no son*, en tanto que *se construyen*⁵⁷. En este sentido se sigue a Denzin y Lincoln (2012) cuando afirman que “El acto hermenéutico de interpretación supone, en su articulación más elemental, encontrar sentido a lo que se ha observado de un modo que comunique comprensión” (pp. 255).

Con estas coordenadas analíticas, se siguió a Jensen (2002) en su distinción recuperada de Barthes (1964), sobre los niveles denotativo y connotativo, que pueden ser identificados también en signos visuales. De hecho esta es una de las dimensiones incorporadas en el análisis de la historieta.

El planteamiento de Jensen dice que “Barthes (1964) sugirió que los ‘niveles de significado’ denotativo y connotativo se aplican también para el análisis de señales visuales. En una fotografía, por ejemplo, podemos distinguir entre el nivel denotativo, que lleva los significados, de hecho ingenuos disponibles a cualquier observador independientemente de los antecedentes culturales, y el nivel connotativo, que lleva los significados visuales que una cultura específica asigna al mensaje denotativo” (pp. 111).

Igualmente se recuperaron como coordenadas analíticas las funciones anclaje y relevo, propuestas por Barthes y recuperadas por Jensen (2002)⁵⁸. En el caso del anclaje, se buscó distinguir entre el *anclaje identificado* y el *anclaje interpretado*:

"El *anclaje* [...] puede subdividirse de la identificación del anclaje, en donde 'el texto ayuda a identificar pura y simplemente los elementos de la escena' como una 'descripción denotada de la imagen' (p. 39), y la interpretación del anclaje, que guía la interpretación del significado connotado, lejos de asociaciones demasiado personales o significados ideológicamente indeseables" (pp. 111).

Se pretendió realizar un análisis hermenéutico de la narrativa, por lo que la unidad de análisis elegido fue el episodio. Se trata de historias completas, de principio a fin, con una narrativa jocosa, que incluye un número indeterminado de viñetas. Es por ello que el *relevo* representó una coordenada central del análisis, tal como lo propone Jensen (2002):

"El relevo, que puede aparecer a través de globos de historieta o diálogos de películas, se establece a través de fragmentos de texto que pueden ser percibidos como una expresión hablada por parte de un personaje en la imagen. Aquí, el texto y soporte de imagen en una 'relación de complementariedad' entre sí, el texto 'establece... significados que no se encuentran en la propia imagen', y el sentido común de imagen y texto que se está realizando en una nivel

más alto, el de la historia, la anécdota, la diégesis' (p. 41)”

De esta manera, en el análisis de la historieta se pretendió identificar los significantes que no estaban explícitos ni en las imágenes ni en los textos, pero que son consustanciales al objeto de interés, por todo lo ya dicho. Un aspecto fundamental es el del papel de la historieta como *agencia*⁵⁹. Esta postura implica asumir que efectivamente su presencia en la opinión pública fue capaz de reforzar una visión dominante o hegemónica de la vida urbana, tal como lo señala Jensen (2002):

“Un aspecto importante, y la ambición implícita de muchos estudios del discurso y de contenido ha sido, inferir desde las propiedades de los textos mediáticos hacia sus ‘efectos’ probables o, en términos más modestos pero también más complejos, su contribución relativa a los procesos sociales y culturales en general, con especial referencia a la opinión pública o la reproducción de la ideología” (pp. 116).

Pero en ese mismo sentido se requiere que el argumento desarrollado identifique al *público* o los *públicos* que estén convocados por la historieta, en tanto *agencia*, para develar los trazos, si esto es posible, de otros flujos del pensamiento social, considerando, como lo afirma Jensen (2002), que

pueden existir y es necesario distinguir, los significados potenciales para las diferentes audiencias⁶⁰.

Efectivamente, tal como lo indica Banks (2010), para la que escribe *La Familia Burrón* es una *agencia*, ya que:

“un objeto como una fotografía o una obra de arte nos hace realizar cosas [...] porque esa es la intención de su creador o de su propietario, u otros asociados con ella o, más sociológicamente, porque un nexo de relaciones sociales humanas imbuye al objeto con una agencia aparente, con independencia de los deseos de cualquier individuo particular” (pp. 31). “La idea de que las imágenes, bien por derecho propio o como herramientas de otros humanos, tienen agencia, implica que las imágenes ‘trabajan’” (pp. 31).

Siguiendo a este autor, se incorporó al método de análisis de la historieta, la conceptualización *figura-fondo*. “[...], estos términos se utilizan también de manera menos literal para explorar las relaciones entre las cosas que parecen ser importantes y las que parecen incidentales, y también para averiguar en qué medida se da significado a la figura únicamente por su relación con el fondo” (Banks, 2010, pp. 32-

33). Además, se considera sumamente relevante el análisis del *marco*⁶¹. En este caso el *marco* de la historieta fue tanto la delimitación del cómic mismo, como publicación acabada (cada episodio), como la viñeta, con lo que contiene, en contraposición a lo que denota, sin ser explícito ni en el dibujo ni en los globos o textos. Pero más allá de esto, se analizó el marco urbano del episodio (en aquellos episodios que se consideren para ello), en su entorno socio-político, ubicando históricamente su aparición y su incorporación en el terreno de la opinión pública.

Banks (2010) también nos alerta en torno a la *narrativa* como concepto analítico, ya que “[E]n su sentido más amplio se refiere a la organización intencional de la información presentada [...] aparentemente dentro de una imagen o secuencia de imágenes. De un modo más restringido, y a partir del uso en el habla tanto académica como no académica, se refiere a la ‘historia’ que esas imágenes cuentan. Llegados a este punto, se debe resaltar la especificidad cultural: no todas las sociedades reconocerían necesariamente el orden lógico de los acontecimientos que hace que una historia sea ‘buena’ [...]” (pp. 34).

En el caso que nos compete, el punto nodal del análisis es el del estudio de la narrativa, para desde ahí aspirar a una interpretación hermenéutica de los sentidos a los que apela. La narrativa analizada fue la del episodio, por lo que se consideró la estructura prototípica de los episodios en *La Familia Burrón*,

en sus dos diferentes épocas⁶² y, en ambos casos, se analizó tanto la narrativa interna como la externa:

“Las estructuras de la narrativa se establecen y entienden por convención y no son innatas o universales..., adopto el sentido más amplio del término pero distingo dos tipos de narrativa: la interna y la externa. La narrativa interna de, digamos una fotografía se trata directamente con la pregunta: ‘¿qué aparece en esta imagen?’ (la respuesta, de modo descriptivo, sería: un gato, una mujer, un hombre con un arma; pero, de forma más interpretativa sería también: mi mascota, la esposa de él, un asesinato)! (pp. 34). “La narrativa externa en la historia que se construye respondiendo preguntas como: ‘¿Quién hizo esta foto?’, ‘¿Cuándo la hizo?’, ‘¿Por qué?’. Aunque algunas claves para ayudar en la construcción de la narrativa externa de una imagen se pueden derivar de la imagen misma, la narrativa externa se construye en su mayor parte realizando investigación en otro lugar: en pocas palabras, considerando la imagen como un nodo o un canal en una red de relaciones sociales humanas. Este ejercicio expande el marco (metafórico) de la imagen para considerar personas y acontecimientos que pueden extenderse de manera bastante amplia en el tiempo y en el espacio” (pp. 34).

Se partió de la decisión de estudiar el episodio como unidad de análisis y, para cada caso se procedió a analizar la relación *figura – fondo*, en un intento de develar lo *denotativo* y lo *connotativo* de la *agencia* historieta. Igualmente se analizaron las *narrativas interna y externa* de cada episodio, considerando la relación triádica signo – significado – significante, tanto en sus imágenes como en sus textos. Se buscó develar tanto el

anclaje identificable como el interpretable, así como el relevo, desde las historias contadas, su forma de ser contadas y los personajes que las cuentan. Lo sustancial de este posicionamiento teórico metodológico estriba en que la intención fue la de estudiar los sentidos identitarios de lo colectivo, correspondientes a la vida urbana de las clases populares del México posrevolucionario (siglo XX). Igualmente es sustancial el que el objeto estudiado fue propuesto como una *agencia* que es dotada de significaciones y a su vez dota de significados al discurrir de la opinión pública en formación, en tanto que contiene pensamientos sociales, o más precisamente, sistemas de creencias que corresponden a versiones hegemónicas y transgresoras de la delimitación de un sentido de comunidad en proceso de *urbanización*. Ese objeto de estudio fue la historieta mexicana denominada *La Familia Burrón*.

CAPÍTULO 4. LA HISTORIETA Y SU ANÁLISIS

La historieta desarrollada en México⁶³ en la segunda mitad del siglo XX, con tramas ubicadas en ambientes locales,⁶⁴ cotidianos y urbanos puede ser considerada como una esfera de la vida cotidiana, de una sociedad que aceleraba su urbanización. Su éxito editorial apunta a que su lectura llegó a convertirse en una práctica social relevante porque fue capaz de recuperar creencias y sentidos colectivos, entre los cuales se encuentran diferentes sentidos de lo mexicano. En particular, *La Familia Burrón*, hizo su aparición en 1948, en la revista *Pepín*. Se trataba de un cómic de formato pequeño, de publicación semanal que fue incorporando al núcleo de la historia de una familia de clase baja, una amplia profusión de personajes. La historieta en cuestión narra las vicisitudes cotidianas de un matrimonio conformado por Regino Burrón, que es un marido dominado por su esposa y que tiene el oficio de barbero y Borola Tacuche, que es una ama de casa que oscila entre el conformismo y el reconocimiento de una vida conservadora y la trasgresión rebelde de quien no acata las normas. Este matrimonio tiene 3 hijos, Regino Burrón Tacuche, conocido como el Tejocote, Macuca Burrón Tacuche y Fóforo

Cantarranas (que es hijo de Lucy Yadira y de Susano Cantarranas, pero fue adoptado por los Burrón).

De 1948 a 1977, *La Familia Burrón* fue publicada en la revista *Pepín*. Si bien el creador y coordinador de esta publicación era Gabriel Vargas, las decisiones empresariales que pudieron impactar en los contenidos del cómic eran tomadas por el empresario, ya que el propietario de la Editorial Juventud, que publicaba *Pepín* era José García Valseca. Este período del cómic *La Familia Burrón*, es conocido como la primera época. De 1978 al 2008 se publica la historieta bajo el nombre de *La Familia Burrón*, ya que Gabriel Vargas se independiza de *Pepín* y funda su propia empresa. A este período se le conoce como la segunda época. La característica fundamental de esta historieta, para el interés del presente trabajo es el hecho de que muestra cómicamente la naciente vida cotidiana urbana, de las clases bajas. Su presencia de 1948 al fin de siglo y un poco más, habla de la existencia de públicos que se lograron constituir, en un largo período de la vida urbana en México. Su coincidencia en cuanto a que la narrativa y las imágenes de una historieta, que dibuja la vida barrial de cualquier ciudad en México, se publica en el período de mayor urbanización en el país, forma parte de la hipótesis que guió este trabajo, en

cuanto a que la historieta logró participar de la emergencia y el mantenimiento de un estilo del ser mexicano urbano.

Se partió de la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las formas de la mexicanidad que se aprecian a lo largo de las dos épocas de la historieta *La Familia Burrón*, y cómo se caracterizan éstas, en términos de los contenidos e imágenes y los tipos de personajes y narrativas que se emplean en los episodios? La investigación tuvo como objetivos generales el identificar y describir las formas de la mexicanidad, o las identidades colectivas, expresadas en la historieta de interés, que se mantienen presentes en los episodios de sus dos épocas, así como aquellas que distinguen a cada una de éstas. Interesó por ello describir tanto las prácticas cotidianas como los contenidos identitarios, plasmados en la historieta *La Familia Burrón*, en cada una de sus épocas.

El propósito del trabajo fue analizar la historieta, en sus dos épocas. Lo ideal hubiera sido contar con un marco muestral completo⁶⁵, para a partir de éste, haber seleccionado de manera aleatoria, los ejemplares analizados. Desafortunadamente esto no fue posible, porque además de que no se encuentran todos los ejemplares disponibles, hay

períodos de varios años en los que no se logró rastrear ningún ejemplar. La decisión entonces fue la de optar por un proceso de selección de tipo *casuístico*. Esto implicó una importante inversión de tiempo en la revisión de cada uno de los ejemplares disponibles en los 58 tomos que están a resguardo de la Hemeroteca Nacional. Así, los criterios de selección partieron de la evidencia, en cada uno de los episodios seleccionados, de elementos relevantes para el estudio de ciertas *estabilidades* en la expresión de lo cotidiano⁶⁶ y de lo prototípico de lo mexicano, como la evidencia de estereotipos, prácticas discriminatorias y situaciones en las que se hace evidente el reconocimiento de una *mexicanidad*.

Como el número de personajes de la historieta es muy amplio, se definieron tres núcleos de análisis. El primero es la familia nuclear, conformada por el papá, la mamá y los hijos –Regino Burrón, Borola Tacuche, Regino hijo, Macuca y Foforito–. El segundo lo representó otro tipo de familia, a la que podríamos calificar de *disfuncional*, conformada por Ruperto Tacuche (hermano de Borola), su novia–esposa Bella Bellota (madre soltera) y su hijo Robertito. Y el tercero fue la familia, conformado por Gamucita y su hijo Avelino. En estos tres escenarios de la cotidianidad urbano–popular se aprecian

variaciones del *ser pobre*, del *ser excluido*, al tiempo que sus historias confluyen y se entrelazan, permitiendo la reflexión sobre los sentidos identitarios de los lectores. Se incorporaron al análisis episodios con algunos otros personajes, por su relevancia en ciertos momentos de sus historias, tal es el caso de Cristeta (la tía millonaria de Borola Tacuche de Burrón), y del Tractor (amigo de los Burrón, también millonario). Ambos personajes aparecen como referencia metafórica de la vida opulenta que los *pobres* no pueden tener. Igualmente se incorpora el personaje de Susano Cantarranas (padre biológico del hijo adoptivo de los Burrón), que representa el extremo de la pobreza.

La revisión de los episodios también permitió identificar los espacios representados que interesaba analizar, tales como las vecindades (hábitat de la familia Burrón, de Bella Bellota y de Gamucita), la peluquería El Rizo de Oro (lugar de trabajo de Regino Burrón), las mansiones (de la tía Cristeta y del Tractor y su familia) y la casucha en una zona marginada (lugar de vivienda de Susano Cantarranas)⁶⁷. Además, se incorporaron al análisis ciertos espacios que se reiteran, de manera metafórica, a lo largo de los episodios, tales como el *cuartito de*

la azotea, que sirve como reducto de resistencia, ante los embates de la difícil vida del mexicano urbano – popular.

A MODO DE DESPEDIDA

¿Cuánto tiempo pasa para que un oriundo de un poblado pequeño se convierta en ciudadano del mundo? En la actualidad se argumenta que, con la interconexión cibernética, cualquier persona puede acceder a información antes inaccesible. Esta idea obnubila la ausencia fundamental de la esfera pública abarrotada de imágenes que circunscribe nuestro presente. La reflexividad que es imprescindible para que una forma del pensamiento social perviva o se trastoque, requiere de pausa, tiempo y narrativa. Estas son las características propias de la simple y cotidiana historieta analizada. Episodios con una estructura reiterada por más de 50 años, que mostraban crisis, problemas, angustias, zozobra y que en unas cuantas viñetas daban un vuelco y resolvían el entuerto, participaron de un largo proceso en el que México alcanzó el actual nivel de urbanización. En dicho proceso se aposentó el pensamiento de la modernidad, adelantado por los grandes pensadores del siglo XX. Pero el otro, el pre-moderno no desapareció. Ambos se manifiestan en la historieta, de

manera continuada, sin que se aprecie una resolución. De hecho, la pervivencia de la historieta misma es resultante de tal disputa no resuelta. La diversión que obtenían sus lectores, al leer los *cuentitos* se derivaba de esta continua confrontación, entre ser como Borola, individualista y aprovechada o ser como Borola, generosa y solidaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, E. y Sánchez, A. (2011). *Historia de la caricatura en México*. España: Editorial Milenio.
- Aguirre, G. (1990). *Obra Antropológica y crítica antropológica. Contribuciones al estudio del pensamiento social en México*. México: Universidad Veracruzana.
- Alberto, E.; Muleón de, H.; Blanco, J.; Serna, E.; Pérez-Gay, R.; Cortés, R.; Aguilar, L.; Marimón, A.; García-Galiano, J.; Estrada, J.; Gómez, M.; Osorio, E.; García, C. y Camargo, J. (2009). *Crónicas mexicanas*. México: Cal y Arena.
- Anderson, B. (1983). *Comunidades imaginadas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social*. México: Siglo XXI.
- Bartra, R. (1986). *La Jaula de la melancolía*. México: Grijalbo.
- Basave, A. (2010). *Mexicanidad y esquizofrenia. Los dos rostros del mejicano*. México: Océano.
- Bauman, Z. (2011). *Daños colaterales. Desigualdades sociales en la era global*. México: Fondo de cultura económica.
- Bautista-Morales, J. (1997). *El gallo pitagórico*. México: Fondo de cultura económica.
- Böttcher, N., Hausberger, B. y Hering, M. (2011). *El peso de la sangre. Limpios, mestizos y nobles en el mundo hispánico*. México: El Colegio de México.
- Bougle, C. (1945). *¿Qué es la sociología?* México: Editorial América.
- Brading, D. (2004). *Mito y profecía en la historia de México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Burke, P. (2006). *¿Qué es la historia cultural?* Barcelona: Paidós.
- Careaga, G. (1988). *Biografía de un joven de la clase media*. México: Ediciones Océano.
- Carrillo, C. (2009). *El racismo en México. Una visión sintética*. México: Conaculta.
-

- Castañeda, J. (2011). *Mañana o pasado. El misterio de los mexicanos*. México: Aguilar.
- Cavalli-Sforza, L. (1999). *¿Quiénes somos? Historia de la diversidad humana*. Barcelona: Crítica.
- Clavigero, F. (2009). *Carácter y costumbres de los mexicanos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cordera, R. (2000). *La pobreza no es noticia*. México: ISSSTE.
- Cortés, R. (1992). *Los mexicanos se pintan solos*. México: Publicaciones Mexicanas.
- Cortés, R. (1984). *Los mexicanos se pintan solos*. México: Sociedad Cooperativa Publicaciones Mexicanas.
- Cuevas, A. (1985). *Naco o como se diga*. México: Editorial Posada.
- Darnton, R. (2010). *El beso de Lamourette*. México: Fondo de Cultura Económica.
- De Balbuena, B. (2008). *Grandeza Mexicana*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- De Certeau, M. (1997). *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de Hacer*. México: U. Iberoamericana-ITESO.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 2. Habitar, Cocinar*. México: U. Iberoamericana-ITESO.
- Díaz-Guerrero, R. (2011). *Psicología del mexicano 2. Bajo las garras de la cultura*. México: Trillas.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1972). *Para leer al pato Donald*. México: Siglo XXI.
- Echeverría, B. (1998). *La modernidad de lo barroco*. México: Ediciones Era.
- Elias, N. (1979). *El proceso de la civilización*. México: Fondo de cultura económica.
- Escalante, P.; Gonzalbo, P.; Staples, A.; Loyo, E.; Greaves, C. y Zárate V. (2010). *La vida cotidiana en México*. México: El Colegio de México.
- Flores, J. (1994). *Morralla del Caló Mexicano*. México: Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos, AC.
- Frías, H.; Zamacois de, N.; Arias, J.; Rivera, J.; Tovar, P.; Ramírez, I. y Henestrosa, A. (2011). *Los mexicanos pintados por sí mismos. Tipos y costumbres nacionales*. México: Porrúa.
- Frost, E. (1972). *Las categorías de la cultura mexicana*. México: Fondo de cultura económica.
- Garci, A. (2010). *Pendejadas célebres en la historia de México*. México: Editorial Planeta.

-
- García Canclini, N. (2009). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Random House Mondadori.
- García, D. (1977). *Todos tenemos la culpa...y por eso estamos como estamos*. México: Diana.
- Garmendia, A. (1982). *Los mil y un oficios de los desocupados de la ciudad*. México: Editores Mexicanos Unidos, SA.
- Gil, F. (2008). *La cultura de la corrupción*. Madrid: Maia Ediciones.
- Gonzalbo, P. (2006). *Introducción a la historia de la vida cotidiana*. México: El Colegio de México.
- González, J. (2011). *Racismo elegante. De la teoría de las razas culturales a la invisibilidad del racismo cotidiano*. Barcelona: Ediciones Belaterra.
- Gravett, P. (2011). *1001 Comics you must read before you die. The ultimate guide to comic books, graphic novels, comic strips and manga*. London: Quintessence Editions.
- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Grose, F. (2011). *Principios de la caricatura*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Gruzinski, S. (2007). *El pensamiento mestizo*. Barcelona: Paidós.
- Gubern, R. (1979). *El lenguaje de los comics*. Barcelona: Península.
- Gunn, S. (2011). *Historia y Teoría cultural*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Hacking, I. (2001). *¿La construcción social de qué?* Barcelona: Paidós.
- Hall, S. y Mellino, M. (2007). *La cultura y el poder*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Heller, A. (1977). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Península.
- Heller, A. (1982). *La revolución de la vida cotidiana*. Barcelona: Península.
- Hobsbawm, E. (1983). *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Leites, E. (1990). *La invención de la mujer casta. La conciencia puritana y la sexualidad moderna*. Madrid: Siglo XXI Editores.
-

- Leñero, L. (1977). *Sociocultura y población en México*. México: Editorial Edicol.
- Leñero, L. (1983). *El fenómeno familiar en México*. México: Instituto Mexicano de Estudios Sociales AC.
- Malem, J. (2002). *La corrupción. Aspectos éticos, económicos, políticos y jurídicos*. Barcelona: Gedisa.
- Mandoki, K. (2007). *La construcción estética del estado y de la identidad nacional*. México: Conaculta.
- Marín, J. (1988). *Los mexicanos somos así*. México.
- Martínez, J. (2012) (sel). *América en el pensamiento de Alfonso Reyes*. México: Fondo de cultura económica.
- Martín-Moreno, F. (2002). *México secreto*. México: Planeta.
- Martín-Moreno, F. (2011). *100 mitos de la historia de México*. México: Aguilar.
- Mason, E. (1996). *La sociedad mexicana en crisis*. México: Panorama.
- Mattelart, A. y Neveu, E. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.
- Moix, T. (2007). *Historia social del cómic*. Barcelona: Bruguera.
- Monroy, O. (1969). *El mexicano ciudadano de quinta*. México: B. Costa-Amic Editor.
- Monsiváis, C. (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. México: Anagrama.
- Monsiváis, C. (2009). *De San Garabato al callejón del cuajo*. México: Conaculta.
- Mora de la. J. (1997). *El carácter de los mexicanos*. México: Fondo de cultura económica.
- Mota, F. (1977). *¡Ai se va! El camino hacia la dictadura*. México: Editores de Comunicación, SA.
- Muhtar, E. (1977). *La mordida (Soborno)*. Madrid: Sedmay Ediciones.
- O'Gorman, E. (2003). *La invención de América*. México: Fondo de cultura económica.
- Palti, E. (2002). *La nación como problema. Los historiadores y la "cuestión nacional"*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Paz, O. (1959). *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de cultura económica.
- Pelletier, R. (2009). *México perdido. La patria que nunca fue*. México: Ediciones B.
- Pérez, R. (1994). *Estampas de nacionalismo popular mexicano*. México: CIESAS.

-
- Rabell, C. (2009) (coord.). *Tramas Familiares en el México contemporáneo. Una perspectiva sociodemográfica*. México: UNAM.
- Ramírez, A. (2007). *El presidente entoloachado*. México: Grijalbo.
- Ramírez, A. (2007). *La chachalaca, el pelele y el legítimo*. México: Grijalbo.
- Ramírez, R. (1979). *Cuando pierde un mexicano*. México: Editorial Universo.
- Ramos, S. (1934). *El perfil del hombre y la cultura en México*. México: Espasa-Calpe.
- Rodríguez Sala, M. (1965). *El estereotipo del mexicano*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rodríguez, J. (2005). *La independencia de la América Española*. México: Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México.
- Rubenstein, A. (1998). *Del Pepín a los Agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*. México: Fondo de Cultura económica.
- Ruíz, R. (1965). *México 1920-1958. El reto de la pobreza y del analfabetismo*. México: Fondo de cultura económica.
- Saldívar, E. (2008). *Prácticas cotidianas del estado. Una etnografía del indigenismo*. México: Plaza y Valdés.
- Sánchez, A. (2010). *Gabriel Vargas*. México: Conaculta.
- Sánchez, A. (2011). *La vida en México (1910-2010)*. México: INBA.
- Schmidt-Welle, F. (2011). *Multiculturalismo, Transculturación, Heterogeneidad, Poscolonialismo. Hacia una crítica de la interculturalidad*. México: Herder.
- Serrano, T. y Trejo, R. (2011). *La vida es una historieta. El papel del cómic en la vida cotidiana de jóvenes universitarios en el estado de Hidalgo*. México: Universidad Autónoma del estado de Hidalgo.
- Simmel, G. (2004). *Intuición de la vida. Custro capítulos de metafísica*. Buenos Aires: Terramar.
- Spratling, W. (1964). *México tras lomita*. México: Diana.
- Treviño, B. (2010). *La vida en México (1849-1909). Noticias, crónicas y consideraciones varias del acontecer en el país*. México: Editorial Jus.
- Trueba, J. (2005}). *La Historieta que desnuda al ser*. México: Porrúa.
- Urías, B. (2007). *Historias secretas del racismo en México (1920-1950)*. México: Tusquets Editores.
-

- Van Dijk, T. (2003). *Racismo y discurso de las élites*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2007). *Racismo y Discurso en América Latina*. Barcelona: Gedisa.
- Vázquez-Gómez, J. (1982). *Diccionario de Gobernantes de México (1325-1997)*. México: Nueva Imagen.
- Villoro, L. (2010). *El proceso ideológico de la revolución de Independencia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wallerstein, I. (1988). *El capitalismo histórico*. México: Siglo XXI.
- Warner, M. (2012). *Público, Públicos, Contrapúblicos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wodak, R. y Meyer, M. (2003). *Métodos de Análisis crítico del discurso*. México: Gedisa.
- Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. USA: Cambridge University Press.
- Zea, L. (1969). *La filosofía americana como filosofía sin más*. México: Siglo XXI.
- Zea, L. (2001). *Conciencia y posibilidad del mexicano*. México: Porrúa.

ANEXO 1. EL DISCURSO DE LA IDENTIDAD NACIONAL⁶⁸

Lo acontecido en México en el terreno de las ideas, con posterioridad al conflicto revolucionario del siglo XX, es tema de análisis por diversas razones. En primer lugar, una nación que ubica su origen en la confluencia cruenta de dos culturas y dos concepciones del *ser colectivo*, con dos trayectos civilizatorios diversos, tuvo en su élite pensante, un elemento fundamental en la definición inicial de su existencia, como grupo humano diferente, de sus dos orígenes, el aborigen y el extranjero. En el presente texto se parte del supuesto de que, al interior de los grupos humanos, por múltiples razones, se expresan formas diversas del pensamiento social que, siguiendo a Gastón Bouthoul (1971), se derivan de “una tendencia permanente [de los grupos humanos] hacia la constitución de grupos diferenciados”⁶⁹. Las razones que este

autor encuentra, para la emergencia de diferentes materiales simbólicos y sistemas de creencias en un mismo conglomerado de personas son primeramente, exteriores al grupo humano mismo, como la que corresponde a la tierra que habita o la que representa el clima; de hecho hay numerosas referencias al papel que la geografía y el clima juegan, en la constitución de una identidad nacional. Bouthoul (1971) se refiere además a *la lengua* y *la raza*, como elementos diferenciadores. Al respecto nos dice que “es evidente que existe cierto genio de cada lengua que la lleva a sugerir, de preferencia, unas determinadas formas de pensamiento. Sin embargo toda lengua es un vehículo apto para expresar todo género de pensamientos y los más diversos matices”⁷⁰. Más allá de todos estos elementos que éste y otros autores abordan en el estudio y análisis de lo que permite la emergencia de una *identidad nacional*, en el presente trabajo se sigue la postura de éste autor cuando nos propone como único criterio suficientemente objetivo y general, que permite clasificar a las sociedades, el tipo de civilización a la que pertenecen. Claro que el concepto de civilización entraña una discusión que rebasa los objetivos de este trabajo. No obstante la propuesta que se rescata aquí

es que lo verdaderamente distinguible, en el caso de cualquier grupo humano, es la mentalidad del colectivo.

Regresando, a raíz del conflicto armado conocido como Revolución Mexicana, pensadores e intelectuales de la época se dieron a la tarea de reflexionar en torno a los elementos y cualidades de *México* y del *ser* mexicano. Esta reflexión los llevó, de entrada, a la referida mezcla de culturas. Pero la gesta revolucionaria ocurrió casi cuatrocientos años después de que esa *mezcla* iniciara y, aun así, el centro de sus discusiones seguía siendo la *marca de la violenta irrupción de una cultura que avasalló a otra*. Los alegatos siempre posicionan a los autores, así puede uno seguir el rastro de sus narrativas y apreciar como ellos mismos se ubican en ocasiones como los conquistadores, cuando los adjetivos positivos son aducidos para los *arrojados y valientes guerreros* que incursionaron en desconocidas tierras, mientras que en otras su posicionamiento se ubica del lado de los *fuertes, estoicos y capaces* indios que enfrentaron al enemigo. Lo que esta paradoja, reiterada por numerosos autores de la época indica es que coexisten, y esa es la hipótesis del presente trabajo, mentalidades o cosmovisiones diversas, de larga duración (para el día de hoy ya son bastante más de quinientos

años), que se gestaron un día y se reitaron a lo largo de una historia en la que los actores de hoy, esto es los mexicanos de a pie, cuentan con una manera de nombrarse y un territorio que *aman* y *odian*, pero que al mismo tiempo los lleva a acercarse o a alejarse, a partir de disputas de *sentido*, derivadas de creencias –muchas de ellas ancestrales–, correspondientes a diversas mentalidades. “La mentalidad constituye la síntesis dinámica y viviente de cada sociedad. Dinámica lo es en grado superlativo, porque inmanente a cada uno de sus miembros, determina sus conductas y sus pensamientos. Al propio tiempo gobierna sus creaciones, puesto que es en relación a ella que se plantean sus problemas y sus preocupaciones”⁷¹.

El conflicto social le es inherente a la vida en sociedad. En cualquier cultura, para cualquier nación, el referente de la disputa simbólica, encontrará contenido. Para los mexicanos ilustrados, esta característica ha sido referida, por lo menos entre los intelectuales del México posrevolucionario, al choque de las dos culturas que le permitieron existencia. *Unos llegaron y conquistaron a otros que ya estaban ahí, y de ahí nacimos nosotros*. Como si unos y otros hubieran sido seres de diferente especie. Para el discurso posrevolucionario no había

cabida a la frase *Cuando nos conquistamos*. Esto es, mentalidades, cosmovisiones, pensamientos sociales en disputa, entre unos y otros y entre nosotros mismos.

Los grupos humanos se distinguen por una derivación de su vida simbólica que se denomina *cultura*. Reunidos en un espacio geográfico, la definición de lo que son, incorpora sus maneras de hacer y de vivir, el paisaje que los rodea y las características y accidentes de su entorno y, peculiarmente, un pasado que se inventan, para dar contenido a su existencia como grupo, de lo que se deriva una identidad que les permite reconocerse y les da reconocimiento desde fuera. Este es un proceso psicosocial que ha ocurrido a lo largo de la historia, siendo fundamental el nombrar al grupo humano y al territorio que ocupa. En el presente contemporáneo, el nombre de ese territorio simbólico-geográfico es el que enuncia a un país. Nombrado éste, su gentilicio se convierte en la enunciación de una identidad. La delimitación que permite esto se funda en afectos y pasiones que *atan* a las personas a esa tierra y a ciertas prácticas cotidianas. Emociones y sentidos que son reconocidos con el nombre de *nación*.

En el caso que nos ocupa, esa *nación* autodenominada México, emerge en el discurso posrevolucionario, como un concepto que se dibuja en el discurso de numerosos pensadores. Uno de éstos es Samuel Ramos (1951). Este pensador reconocido como filósofo, nació en el 1897 y fue discípulo de Antonio Caso, otro notable de la época. Es sabida la influencia que tuvo la obra de José Ortega y Gasset en el pensamiento de Ramos. Nos estamos refiriendo a un eminente integrante del grupo *Hiperión*. Dentro de sus biógrafos aparece reiteradamente la referencia a su papel en la investigación del *alma mexicana*. Desde el presente trabajo se propone que la tal investigación –que incluye a Ramos mismo y a los demás intelectuales de la época– dio por resultado la emergencia misma del *alma mexicana*, o para decirlo directamente, su invención.

Se conoce a Ramos como un filósofo preocupado por constatar la existencia de un complejo de inferioridad del alma mexicana, que fue la resultante del choque entre las dos culturas de origen, la española y la aborígen. Entre paréntesis, la cultura aborígen, que ahora interpretamos como un entramado de culturas diversas y en disputa; algunas hasta antagónicas entre sí, no es tema de reflexión de este autor, ni de los autores de la

época. Sea como fuere, ese choque cultural se trastocó en un desprecio hacia lo propio (tampoco se aprecia reflexión sistemática hacia eso que se identifica como propio). Siendo filósofo, Ramos se introduce en un terreno farragoso, como el de intentar *psicoanalizar al alma mexicana*. Para ello echa mano de la estructura teórica Adleriana, que se sustenta en el estudio del individuo. La psicología individual de Alfred Adler (1993) tiene como punto nodal la hipótesis de que el individuo se encuentra constantemente en medio de una pugna entre su situación real concreta y sus aspiraciones, siendo que este contraste le causa frustración. Nada novedoso para un psicoanalista, si recordamos que todo el andamiaje teórico del psicoanálisis se basa en la visión capitalista de la propiedad privada centrada en el individuo, como posesión máxima y que ahora, en una época marcadamente posmoderna, podemos cuestionar.

Por ejemplo, el planteamiento del autor, en el sentido de que “una interpretación de nuestra historia conducía a descubrir ciertos vicios nacionales, cuyo conocimiento [es] –dice Ramos– indispensable como punto de partida para emprender seriamente una reforma espiritual de México”⁷², es bastante cuestionable desde el presente. Primero porque el criterio de

análisis y de juicio para identificar lo moralmente valioso y lo deleznable partía de criterios estéticos y culturales de lo que, en su época circunscribía a la alta cultura. Después, porque en esta frase se aprecia una visión ingenua de las sociedades que, por intermedio de sus grandes pensadores, puede ser moldeada y trastocada, no sólo en su apariencia, sino en aquello que –se supone– le es consustancial: su alma colectiva. Claro que para explicar la posibilidad de este cambio, argumenta que la problemática central del *alma mexicana* no estriba en una condición *orgánica*, sino en otra menos definitiva o más superficial. Aunque tampoco explica que tan superficial es la inferioridad que aqueja a los mexicanos: “...he creído siempre que no es necesario suponer una verdadera inferioridad orgánica para explicar el sentimiento de inferioridad”⁷³. La siguiente cita ejemplifica la postura del autor:

“Me parece que el sentimiento de inferioridad en nuestra raza tiene un origen histórico que debe buscarse en la Conquista y Colonización. Pero no se manifiesta ostensiblemente sino a partir de la Independencia, cuando el país tiene que buscar por sí solo una fisonomía nacional propia. Siendo todavía un país muy joven, quiso, de un salto, ponerse a la altura de la vieja civilización europea, y entonces estalló el conflicto entre lo que se quiere y lo que se puede. La solución consistió en imitar a Europa, sus ideas, sus instituciones, creando así ciertas ficciones colectivas que, al ser tomadas por nosotros como un hecho, han resuelto el conflicto psicológico de un modo artificial”⁷⁴

El punto nodal del pensamiento de este autor estriba en aplicar un esquema de pensamiento sobre el individuo, a un colectivo, siendo que las fuerzas que operan en un grupo humano son de otra índole. Así, la apuesta de éste autor es a que haya cada vez más mexicanos seguros de sí mismos, para acabar con la inferioridad ancestral que nos viene de hace centurias, tal como lo expresa el autor en la siguiente cita: "...depende de un factor interno: de la mayor o menor confianza que el sujeto tiene de sí mismo"⁷⁵.

Recapitulando con respecto a los planteamientos de Ramos, el concepto de *México* deriva de las formas cultas traídas de Europa, en la época de la colonia. "Los vehículos más poderosos de esta trasplantación fueron dos: el idioma y la religión. Fueron éstos los dos objetivos fundamentales de la educación emprendida por los misioneros españoles que, en una hazaña memorable, realizaron en el siglo XIX la 'conquista espiritual de México'"⁷⁶. "Esta obra fue seguramente facilitada por cierta receptividad de la raza aborígen, que era tan religiosa como la del hombre blanco que venía a dominarla. Era un terreno muy bien preparado para que la semilla cristiana prendiera en el Nuevo Mundo"⁷⁷. Así, el idioma y la religión de los extranjeros y la receptividad de la raza aborígen, son los

materiales que este autor argumenta, para la emergencia de esta nación.

Pero el papel central en ese México posrevolucionario, en el que se ubica Ramos, es el del mestizo. Es “el tipo de hombre que se adueña de la situación en el siglo pasado... Su pasión favorita es la política. La norma de su actividad es la imitación irreflexiva. El país que admira con entusiasmo es Francia, a la que considera como el arquetipo de la civilización moderna”⁷⁸. Siguiendo a Elsa Cecilia Frost (1972) podemos ubicar el papel que en pensadores como Ramos tiene la imitación, como concepto que es llevado al extremo. Reproducir lo que otro hace es imitación en uno de los sentidos de la palabra. Pero para que hablemos de imitación es imprescindible que, de entrada, exista una intencionalidad en el actor que imita. Me refiero a que hablar de que una cultura imita a otra es llevar el concepto *imitación* a extremos peligrosos. Porque, ¿cómo argumentar que una cultura tiene la intencionalidad de parecerse a otra? Ramos dice que “al nacer México, se encontró en el mundo civilizado en la misma relación del niño frente a sus mayores. Se presentaba en la historia cuando ya imperaba una civilización madura, que sólo a medias puede comprender un espíritu infantil. De esta situación desventajosa

nace el sentimiento de inferioridad que se agravó con la conquista, el mestizaje, y hasta por la magnitud desproporcionada de la Naturaleza”⁷⁹. Entonces, ¿qué es una cultura?, o ¿cómo es que una cultura a la que se puede denominar *mexicana*, desde el siglo XX, se asume que existía ya, aunque en estado infantil, incluso antes de la conquista? Aquí es pertinente recuperar la discusión abordada por Eduardo Nivón (2006), cuando nos plantea las acepciones del término cultura. Seguramente Ramos y los pensadores de su época reconocerían como cercana a ellos la primera acepción que propone a la cultura “entendida como los valores y las prácticas reducidas al campo de lo estético o del conocimiento”⁸⁰, sobre todo regidas por un criterio externo, que se asume como omnipresente, que además es asequible a cualquiera. La siguiente cita es ilustrativa al respecto:

“La psicología del mexicano es resultante de las reacciones para ocultar un sentimiento de inferioridad...tal propósito se logra falseando la representación del mundo externo, de manera de exaltar la conciencia que el mexicano tiene de su valor. Imita en su país las formas de civilización europea, para sentir que su valor es igual al del hombre europeo y formar dentro de sus ciudades un grupo privilegiado que se considera superior a todos aquellos mexicanos que viven fuera de la civilización...Aquel proceso se aplica también al propio individuo, falseando la idea que tiene de sí mismo”⁸¹.

Se trata de mexicanos que imitan lo que no conocen, para *eleva*r su valor y acercarlo al de seres que desconocen también, para constituir núcleos de seres superiores a los de su entorno. En una defensa de lo nacional, un clara justificación de la desigualdad social nacida desde dentro.

Así, con el argumento de que *somos lo que resulta de no ser lo que no podemos ser*, en el discurso de Ramos aparece una versión unívoca de México y de lo mexicano. El mestizo es el centro de este discurso, como concatenación de lo bueno y lo malo de una historia cultural de lo que Ramos llamó una *cultura derivada*. Frost (1972) hace un interesante recorrido por los autores de la época, para argumentar que a partir de esta noción, se propone la existencia de una cultura criolla (también argumentada por Ramos), de una cultura mestiza y de una cultura india, entre otras.

El concepto de cultura derivada es interesante por su obviedad. Si los seres humanos han poblado el planeta por siglos y siglos, su expresión continuada, así como sus múltiples variaciones hablan de expresiones culturales diversas, a lo largo de la historia, en la que unos grupos humanos han influido, influyen e influirán a otros. Recursos y poder diversos

han sido, son y serán puestos en juego, en procesos de conflicto social y negociación, dando por resultado alteraciones, coyunturas y circunstancias, de las que emergen, han emergido y emergerán nuevas posiciones, nuevas mentalidades, nuevas culturas. En este sentido todas las culturas contemporáneas son culturas derivadas de estos procesos. Lo interesante estriba en que es en el *nuevo mundo* en donde se piensa, en donde se tiene la necesidad de pensar en una *cultura derivada*. Las derivaciones culturales de los europeos, no fueron tema de reflexión antes. La pureza de sus culturas no estaba en entredicho. Esta es la situación que es resaltada por el discurso posrevolucionario de lo mexicano. El mestizo es una derivación del blanco y el indio. Desde ahí se parte. Establecido el punto, por estos mestizos de las primeras décadas del siglo XX, se plantea la disyuntiva de transitar por el *vector de la cultura occidental*. "...Alfonso Reyes ha definido muy bien esta situación diciendo que hemos sido 'convidados al banquete de la civilización cuando ya la mesa estaba servida'⁸². Para continuar me permito tomar una extensa cita de Alejandro Grimson (2011):

"Cuando se afirma que la cultura mexicana o la cultura francesa fueron construidas, parafraseando a Hacking, ¿se afirma acaso que *la idea* de la existencia de esa

cultura fue construida o que la *cultura* propiamente dicha fue construida? (2001:59). Se trata de dos afirmaciones muy distintas. Si lo único que fue construido es la *idea* de que existe una cultura, podríamos considerar legítimamente que la cultura como tal no existe y que sólo existe como idea o como postulado. En cambio, si lo que se ha construido son hábitos y cosmovisiones, esto significa que aunque sea ontológicamente intersubjetiva, una vez que ha sido creada, la cultura existe. Desde nuestra perspectiva, y a través de mecanismos diferentes, hubo y continúa habiendo prácticas humanas –libros, discursos, símbolos –destinadas a producir ideas de culturas (Oriente, América Latina, las naciones, las etnias). También existen, además de las anteriores, otras prácticas humanas –dispositivos institucionales y políticos en el sentido más amplio – destinadas a producir culturas. Una cosa es declarar la necesidad de “civilizar” la nación; otra es instrumentar los mecanismos escolares, mediáticos y militares específicos para lograrlo (más allá de lo que signifique, en cada contexto, esa pretensión de “civilizar”). En muchos de los Estados–nación que hoy conocemos, actores diversos han hecho ambas cosas, con resultados diferentes”⁸³.

Nivón (2011) nos plantea que esta segunda manera de *hacer cultura* es en realidad una forma de hacer política cultural, que en el México posrevolucionario se expresó en una política integracionista y en una política educativa. Para este autor ambas acciones implican una contradicción. Desde el presente trabajo se argumenta que no hay tal. Nivón (2011) recupera el argumento de Manuel Gamio, cuando define el llamado paradigma de la integración como “la forja de una patria, concepto que identificaba con la asunción de características

inherentes a la nacionalidad definida e integrada”⁸⁴. Igualmente recupera el proyecto vasconceleano de civilizar a la nación como un proyecto educativo que “garantizara los aspectos mínimos indispensables para que las diversas regiones se identificaran con una visión de la sociedad y de la historia”⁸⁵. Afirmo que no hay contradicción en esta política cultural de la posrevolución ya que la política integracionista seguía la misma línea de la propuesta por el grupo *Hiperión*, el centro está en el mestizo, es necesario integrar al indio, acercarlo al mestizo, para finalmente lograr su integración al mundo mestizo, más apto para acercarse al ideal occidental, negando su especificidad indígena. Se trata de llegar, por la educación y la política indigenista a una manera de ser mexicano, cada vez más unívoca, en la que se disuelvan las diferencias. Autores como Andrés Molina Enríquez (1909) propusieron la necesidad de unificar a los distintos grupos, tomando como elemento predominante el mestizo, para lograr una cohesión social de la que el indígena *era incapaz*. Esta idea prevaleció en el discurso de la identidad nacional mexicana y llega hasta nuestros días⁸⁶.

El discurso de la identidad nacional mexicana es esa manera de hacer cultura, mediante una política cultural unificadora, que

negara las diferencias y que permitiera la defensa de una idea de México, pensada desde la élite ilustrada de la época posrevolucionaria. Al respecto nos dice Nivón (2011):

“El modelo de desarrollo cultural que supuso el proyecto educativo vasconceleano consistió en garantizar que los valores que se consideraban nacionales se diseminaran a través de la escuela entre toda la población. Luego el muralismo como proyecto didáctico, la música o las creaciones apoyadas desde el estado debían completar el panorama de la cultura nacional. Si algo caracterizó ese modelo fue su consistencia interna, y los frutos que produjo fueron valorados de manera positiva por quienes observaban que era necesario un proyecto de tal envergadura para garantizar la unidad nacional en torno a diversos objetos políticos”⁸⁷.

Una manera de pensar a México y a los mexicanos que, a los ojos de Ramos, era sólo la resultante de nuestra tendencia a la *imitación*: “Los fracasos de la cultura en nuestro país no han dependido de una deficiencia de ella misma, sino de un vicio en el sistema con que se ha aplicado. Tal sistema vicioso es la *imitación* que se ha practicado universalmente en México por más de un siglo”⁸⁸

Siguiendo a Bouthoul (1971) podemos afirmar que detrás de las diferencias y matices individuales “subsiste una especie de residuo psicológico irreductiblemente estable, hecho de juicios,

conceptos y creencias que, en el fondo, tienen la adhesión de todos los individuos de una misma sociedad. Este conjunto constituye *la estructura mental específica de cada civilización*.

Liberarse, asumirse como ente único, así es como Justo Sierra apreciaba la historia de México: “México –dice Justo Sierra tratando del siglo XIX– no ha tenido más que dos revoluciones, es decir, dos aceleraciones violentas de su evolución, de ese movimiento interno originado por el medio, la raza y la historia, que impele a un grupo humano a realizar perennemente un ideal, un estado superior a aquel en que se encuentra... La primera fue la *Independencia*, la emancipación de la metrópoli, nacida de la convicción a que un grupo criollo había llegado de la impotencia de España para gobernarlo y de su capacidad para gobernarse; esta primera revolución fue determinada por la tentativa de conquista napoleónica en la península. La segunda revolución fue la *Reforma*, fue la necesidad profunda de hacer establecer una Constitución política, es decir, un régimen de libertad, basándolo sobre una transformación social, sobre la supresión de las clases privilegiadas, sobre la distribución equitativa de la riqueza pública, en su mayor parte inmovilizada; sobre la regeneración del trabajo, sobre la creación plena de la conciencia nacional por medio de la

educación popular; esta segunda revolución fue determinada por la invasión americana, que demostró la impotencia de las clases privilegiadas para salvar a la patria, y la inconsistencia de un organismo que apenas podía llamarse nación. En el fondo de la historia, ambas revoluciones no son sino dos manifestaciones del mismo trabajo social: emanciparse de España fue lo primero; fue lo segundo emanciparse del régimen colonial; dos etapas de una misma obra de creación de una persona nacional dueña de sí misma⁸⁹. Una *persona dueña de sí misma* que, sin embargo carece de *mismidad*. La idea de *cultura criolla* propuesta por Ramos, como una *cultura derivada*, parte de su postura de que existe, o por lo menos existía, en su momento, una imposibilidad de que en México pudiera emerger una cultura original.

Pero también hay otra manera de enunciar el concepto cultura. Lo que la gente hace y dice en el día a día. Sus prácticas y su manera de vivir, su especificidad en el reconocimiento de un pasado un día inventado y muchos reditado, más allá de lo que digan las élites ilustradas, son la expresión de un colectivo que habla de un grupo humano con especificidad. La referencia en el discurso posrevolucionario a la realidad cotidiana de los habitantes de esta tierra indica que esta tercera acepción de lo

que es cultura, no era concebible: “No es desprecio a su país, ni incompreensión de sus problemas la causa de que el intelectual mexicano no haga citas de la realidad circundante; es que cuando el espíritu quiere expresarse tiene que hacerlo en un lenguaje propio que no ha creado todavía el suelo americano, y que sólo puede dárselo la cultura europea”⁹⁰.

Así, las reflexiones de estos pensadores partían de un ideal que imaginaban, para proponer desarrollos a sus compatriotas a los que no comprendían, más allá de moldes y estereotipos también creados desde fuera. Ramos defiende este punto cuando nos indica que “no es siempre nuestro ‘europeísmo’ un frívolo estar a la moda, o un mimetismo servil; es también estimación de los valores efectivos de la vida humana y deseo de entrar al mundo que los contiene”⁹¹.

En el presente trabajo se argumenta que la identidad mexicana de la posrevolución no ha sido estudiada aún. Las visiones con las que los pensadores de la época la abordaron partieron de una cultura mexicana pensada y sus materiales fueron una cultura mexicana imaginada, desde una interpretación de la historia de ésta nación. Pero al tiempo, los mexicanos, estos seres que habitaban el territorio referido, iban construyendo

trayectos, caminos y atajos, en un transcurrir por la sociedad *moderna* mexicana, en formas de hacer y prácticas cotidianas que expresaban mentalidades diversas. La interpretación de los intelectuales, pese a plantearse como unívoca, desde la política cultural de la élite, sólo era una de las interpretaciones que se expresaban en el espacio de la opinión pública. Otras expresiones también contribuían y alimentaban el conflicto social y las disputas. Que las creencias sean ancestrales, no les resta historicidad, lo importante es reconocer que en un mismo momento, en un mismo lugar, se aposentaban pensamientos sociales diversos, con diferentes temporalidades. Samuel Ramos, en 1951 nos decía lo siguiente:

“un grupo selecto de mexicanos impulsados por la necesidad de una cultura superior, no encontrándola fuera en el mundo en que vivían, la realizaron dentro de sí mismos. Ellos fueron el alma de México, pero un alma...sin cuerpo. Una cultura superior necesita, para sostenerse, de cierta forma social de cultura media, que es su atmósfera vital. Esta última sería el cuerpo que ha faltado para completar la totalidad orgánica de nuestra cultura y hacerla eficaz. Sólo cuando a la comunidad le sea accesible la ilustración media, fluirán por todas sus partes el alma de la minoría culta, y la moverá como el sistema nervioso mueve los miembros de un organismo”⁹²

Esta cita expresa con claridad la posición de los intelectuales de la posrevolución, que con aires mesiánicos se declaraban llamados a forjar una patria que, por otro lado, encontraban gestada desde 400 años antes, mientras se auto compadecían de un entorno incomprensible, a la luz de la civilización europea. Ese entorno, al que Ramos llama *sin cuerpo*, el de la población no ilustrada, es un entorno cultural, es de hecho, el entorno cultural contemporáneo del México actual.

Los espacios geográficos habitados por grupos humanos con diversas cosmovisiones, que se adscriben a diferentes tradiciones y se reconocen en formas de hacer, de decir y de sentir diversas, que por razones histórico-políticas pertenecen a una misma entidad, como una nación, han sido pensados como multirraciales. Esto, en los intelectuales de la posrevolución en México, se deriva de la fuerte presencia de un pensamiento evolucionista, biologicista, científicista, centrado en la *inmanencia* de las características de cada grupo. Así, la explicación biológica argumenta y fundamenta diferencias. Pero, el hecho de que los grupos humanos sean diferentes, no obstaculiza su coexistencia. El énfasis que los autores daban a la imposibilidad de que grupos diversos (étnicamente hablando) coexistieran en un mismo proyecto de

nación, se deriva de otro tipo de creencias; básicamente, la creencia en una jerarquía que ubicaba y posicionaba a las personas. Detrás de este pensamiento se ubica un continuo que se imagina vertical – jerárquico– que va de las personas asimilables a las no asimilables, de las personas instruidas a las no instruidas, de las personas con gustos y aficiones modernas a las personas con gustos no modernos. Efectivamente, en un grupo humano encontraremos siempre personas con características diversas. Pero en el México de la posrevolución, la diversidad de sus habitantes, era un problema para los teóricos, que creían que para que la nación avanzara, era requisito indispensable contar con un sujeto unívoco de la nación. Ese sujeto era el mestizo, porque por ejemplo, para Molina Enríquez, la nación mexicana era una nación etnográfica, desde donde apreciaba “la imposibilidad de constituir una nación multirracial”⁹³. Así, este autor propone un estereotipo, como ese sujeto de la nación, que no existía, pero que había que perseguir. Molina Enríquez nos dice “como los mestizos estaban unidos a la raza indígena por la sangre; como llevaban consigo una gran suma de energía; como no tenían tradiciones monárquicas; como no tenían tradiciones aristocráticas; y como al preponderar dentro del país

mejoraban de condición, podían decir con justicia que eran los verdaderos patriotas, los verdaderos fundadores de la nacionalidad, libres de toda dependencia civil, religiosa y tradicional”⁹⁴. Según Molina Enríquez, “por raza se entiende ‘un conjunto de hombres que por haber vivido largo tiempo en condiciones iguales de medio, han llegado a adquirir cierta uniformidad de organización señalada por cierta uniformidad de tipo’⁹⁵ .

Reunidos en un espacio geográfico, la definición de lo que son, incorpora sus maneras de hacer y de vivir, el paisaje que los rodea y las características y accidentes de su entorno y, peculiarmente, un pasado que se inventan, para dar contenido a su existencia como grupo, de lo que se deriva una identidad que les permite reconocerse y les da reconocimiento desde fuera. Este es un proceso psicosocial que ha ocurrido a lo largo de la historia, siendo fundamental el nombrar al grupo humano y al territorio que ocupa. En el presente contemporáneo, el nombre de ese territorio simbólico–geográfico es el que enuncia a un país. Nombrado éste, su gentilicio se convierte en la enunciación de una identidad. La delimitación que permite esto se funda en afectos y pasiones que *atan* a las personas a

esa tierra y a ciertas prácticas cotidianas. Emociones y sentidos que son reconocidos con el nombre de *nación*.

En el caso que nos ocupa, esa *nación* autodenominada México, emerge en el discurso posrevolucionario, como un concepto que se dibuja en el discurso de pensadores como Molina Enríquez (Basave, 1992). Este autor reconocido como abogado, sociólogo y pensador mexicano nació en 1868 y fue un distinguido representante del *positivismo mexicano*. El reconocimiento de este autor se deriva, sobre todo, de *Los grandes problemas nacionales*, texto que se ha propuesto como profético, ya que desde ahí enuncia el autor la necesidad de un cambio drástico en la relación de los pobladores con la tierra, y por ende, el reparto agrario. Escrito en 1906, adelanta lo que sería justamente la Revolución Mexicana.

Lo que permite que un estereotipo se regularice, y pase a formar parte del pensamiento social es la existencia de una descripción, más o menos acabada de las características de los integrantes del grupo, referidas a la apariencia y a las ejecuciones de esos seres. Tal como lo señala Sabino Ayestarán, “se definen las representaciones sobre los grupos o estereotipos como los atributos que se perciben socialmente

caracterizando y diferenciando a los distintos grupos. Las áreas de descripción de los grupos más frecuentes en nuestras culturas son: a) apariencia física; b) conducta de rol; c) rasgos de personalidad; d) roles laborales⁹⁶. La construcción de significaos compartidos o simbólicos tienen un referente cultural y están ligados al pensamiento colectivo, a través del lenguaje, de las creencias colectivas, de los símbolos colectivos y de las ideologías que se organizan en torno a determinados valores.

En el México de la posrevolución, hay múltiples referencias a estereotipos que definen a los mexicanos aceptables y a los no aceptables. “Para Gamio, la clase media estaba conformada por ‘individuos de sangre mezclada’ que asumieron la ‘terrible disyuntiva’ cultural que, por un lado, los acercaba por la acción del medio social a las costumbres indígenas y, por el otro, los alejaba inicialmente de la cultura europea, difundida con método y ciencia, pero claramente extranjerizante⁹⁷. Las funciones sociales de los estereotipos son la causalidad, la justificación y la diferenciación social, o una combinación de ellas. Esto implica que el estereotipo explica y justifica la manera en que se establece la relación con las personas que se reconocen como pertenecientes al grupo del que se hable.

Para Gamio “una gran parte de la clase media, que sentía más el ambiente en que se desarrollaba y los antecedentes históricos que la acercaban a la clase indígena, adoptó una cultura intermedia que ni es la indígena, ni tampoco la occidental, originada a raíz de la Conquista. Esta es, sin embargo la cultura nacional, la del porvenir, la que acabará por imponerse cuando la población, siendo étnicamente homogénea, la sienta y comprenda. No hay que olvidar que esta cultura es la resultante de la europea y de la indígena, o prehispánica reformada”⁹⁸. Así, aquí tenemos en realidad tres estereotipos claramente definidos, que además, se expresan en la relación entre unos y otros, tal como nos lo muestra la autora: “Para el mestizo el indígena es el natural; para el de raza blanca es el indio; para el de raza blanca el mestizo es esta gente, la gente baja; para el indígena es el de razón; para el indígena el de raza blanca es el Señor; para el mestizo es el decente o el catrín’. Con estas palabras Félix Villalobos recuerda otro de los postulados base del pensamiento y la acción indigenista: la situación del mestizo no se diferencia mucho de la indígena”⁹⁹.

Una característica reiterada del estereotipo del mexicano mestizo, es su fuerza y su energía. Agustín Basave lo plantea

al preguntarse “¿qué ventajas tiene el mestizo para que Molina Enríquez lo considere el elemento llamado a formar la nueva nacionalidad mexicana? La respuesta está en su energía, que ‘estriba en su naturaleza antropológica y en su fuerza selectiva’ y que le viene de herencia indígena, porque el mestizo no es una raza nueva, es la raza indígena, considerada como la totalidad de las razas indígenas de nuestro suelo, modificada por la sangre española”¹⁰⁰. Se trata de atributos altamente valorados por Molina Enríquez. De hecho aquí se aprecia la sobrevaloración de la categoría social mestizo. No se trata de un simple atributo más, sino de uno que muestra la sobrevaloración del autor.

En la presencia de tres *tipos* en la nación mexicana, estos intelectuales ubicaban en el centro al mestizo, como una suerte de *media* de la nación. Imaginaban que en sus posibilidades se encontraba la de negar al indígena, *mestizándolo*, y acercar al mestizo al blanco, *blanqueándolo*. Y no se trata del color de la piel, sino de eso agregado a la raza blanca, su valor por ser portador de una civilización ancestral que era reconocida y legitimada por ellos, como el ideal a perseguir. El estereotipo del mexicano, entonces, es el de un mestizo *blanqueado* simbólicamente, como ser ilustrado y de clase media. Por eso

“Vasconcelos (...) imaginaba al mestizo como el faro espiritual de la civilización hispánica”¹⁰¹. Ese es el estereotipo valorable que se aprecia en “la obra de Molina –por el deseo de lograr una raza híbrida que fuera al mismo tiempo homogénea y ‘pura’– que caracterizó el culto del mestizo de las décadas de 1920 y 1930 e impregnó los escritos de Manuel Gamio y José Vasconcelos”¹⁰².

Además, en la época de la posrevolución se aprecia también un principio que quizás no todos reconocían, pero que operaba en ellos y que impactaba en sus decisiones y en el diseño de políticas públicas: *para ser hay que parecer*. Si el ideal era ser blanco, para compartir en el *banquete de la civilización*, de igual a igual, había que parecer blanco. Esta premisa se aprecia en una plática dictada en la Sociedad Mexicana de eugenesia, en 1932, “Carrillo ... eugenista ... [declaró] que si el mestizaje sigue indefinidamente, desaparecerá con el tiempo, pues la raza blanca, siendo superior, prevalecerá sobre las [razas] inferiores negra e india”¹⁰³. Claro que ese mestizo *blanqueado*, aunque tuviera un color de piel más *claro*, cada vez –en las subsiguientes generaciones– no llegaría jamás a ser *blanco*, en el sentido de poseer esa ancestral raíz de la civilización occidental, lo que en la comparación con los

europeos, lo ubicaría en desventaja. Es por ello que importa dotarlo de valor adicional y alterno, proveerlo de cualidades que lo distinguan de los *blancos de origen*. Así “Gamio introdujo por la puerta trasera la teoría de recapitulación del zoólogo alemán Ernst Haeckel, al sugerir que para hacerse fuerte el criollo civilizado debía ‘indianizarse’ e infundirse con la vitalidad mítica y resistente de los aztecas y mayas”¹⁰⁴. Como plantea Alexandra Stern “donde Gamio fincaba su mestizofilia en la veneración del indio, Vasconcelos, a final de cuentas, se comprometía con lo criollo o lo hispánico”¹⁰⁵.

Un estereotipo opera siempre en oposición a otro. Esto implica que no hay *uno* sin *dos*. Y en el caso que nos ocupa, *no hay dos* sin *tres*. En los pensadores de la época se ubica otro tipo de mexicano, que es mestizo, pero que no puede acceder al anhelado proceso de *blanqueamiento simbólico*, debido a condiciones de opresión, desigualdad y miseria. Se trata de un mestizo que, más allá de su color de piel —es bien conocido como el mestizaje dio por resultado, en amplias franjas del territorio nacional, un campesinado de color de piel blanco, cabellos rubios y ojos azules, que además era iletrado y extremadamente pobre—, está *indianizado* por su imposibilidad de acercarse a la cultura europea hegemónica. En 1937

Gómez Robleda, Director del Servicio de Psicofisiología del Instituto Nacional de Psicopedagogía, creado por Cárdenas, realizó el primer estudio biotipológico de gran escala en México, apoyado en el biólogo y eugenista José Rulfo. En ese estudio “llegaron a varias conclusiones. Por una parte adujeron que los sujetos de investigación pertenecían a una clase social oprimida y que esto explicaba su condición debilitada. Por la otra, aseveraron que los rasgos somáticos –tales como el índice cefálico y otras correlaciones corporales – eran constitucionales y hereditarios. Este principio sugirió que las acciones gubernamentales que recomendaban en el capítulo final serían de poca utilidad. Al final de cuentas, los autores determinaron que no habían identificado a un grupo étnico, sino a una clase proletaria universal, definida por un conjunto de ‘rasgos constitucionales’ que eran ‘prácticamente’ imposibles de modificar”¹⁰⁶.

Desde un ejercicio de imaginación reflexiva se puede plantear que los intelectuales de la posrevolución se sienten los representantes del pensamiento ilustrado en México y, reconociendo el valor de la ciencia y de sus contenidos – biología, leyes de la herencia y eugenesia–, al tiempo que reconociéndose en una identidad más amplia –la de la alta

cultura europea–, enfrentan la paradoja de un origen étnico no valorado por eso que ellos valoraban. Ante esta situación paradójica recurren a la defensa de una posibilidad no pensada por los europeos: otra manera de ser civilizado, occidental, ilustrado, moderno. Una manera de ser eso, en unas coordenadas geográficas marcadas por otros trayectos civilizatorios. Una forma de allegarse del valor de lo moderno, siendo descendientes de un pasado pre–moderno. Esa es justamente la mestizofilia. En ella, no se sobrevalora lo indígena, al contrario, se argumenta la posibilidad de negar la presencia en el presente, de contenidos étnicos, al tiempo que se exalta el pasado de las grandes culturas aborígenes. Tampoco se sobrevalora lo mestizo, porque lo apreciable de éste es justamente lo que le viene de la modernidad, su educación y su cultura. La defensa del mestizo es la defensa de una población con diversidad étnica de origen, que pese a ello, tiene derecho a asumirse como par de los más ilustrados del momento. Es decir, en pocas palabras, que los autores referidos se adscribían a la identidad social de sus pares en Europa, en tanto que impulsaban a los mexicanos con pocas posibilidades, a algún día, en alguna de sus futuras generaciones, acercarse a ellos.

Desde aquí se aprecia que la construcción misma del indigenismo es la resultante de un pensamiento social que partía de la defensa de una identidad social, la propia. Dado que los pensadores de la época no escapaban de sus propias determinaciones, creían en la mezcla de razas como un proceso casi mecánico que derivaba en que los herederos de cierta *sangre* poseían, en automático, los rasgos que se atribuía a sus orígenes genéticos. En la actualidad podemos con facilidad cuestionar este pensamiento, al apreciar su exacerbado determinismo, pero en los años inmediatos a la Revolución Mexicana, el discurso hegemónico que se desarrollaba en Europa era claramente científicista, biologicista y evolucionista, lo que implicaba, de suyo, que había razas *mejores* y razas *peores*. Los intelectuales mexicanos optaron por asumir el discurso, respondiendo al principio de autoridad de la época y por trabajar con ello. ¿Cómo encontrar alternativas para una nación que partía de una desventaja de origen?, parece ser la problemática que Gamio y otros pensadores retoman en el siglo XX. Esto porque desde el discurso científico de la época, los indígenas no podían ser otra cosa que *despreciables*. Los indígenas correspondían a un proceso civilizatorio no reconocido, tenían prácticas sociales

demasiado diferentes para ser incorporadas a la tendencia modernizadora; eran, por supuesto, representantes vivos, en el siglo XX, de un pasado pre-moderno que no *decidió* abrazar la *modernidad*. Siendo este el panorama, la opción de estos mexicanos modernos fue la de revalorar lo despreciable. “Gamio fincó su indigenismo en principios eugenistas, al atribuir al mestizo la pureza y vincular ese ícono al ímpoluto y noble indio. En esta jerarquía racial invertida, los indios no se vieron como indolentes, pueriles e irracionales, sino alertas, resistentes y metafísicos”¹⁰⁷.

Gamio y los pensadores de la época tenían un problema serio. La corriente de pensamiento en la época abonaba para despreciar al indio. En el terreno de la antropología de la época se ubica también el trabajo del antropólogo y etnolingüista Robert Redfield. Este autor conoció a Gamio (2006) durante los largos períodos de tiempo que pasó realizando trabajo de campo en Tepoztlán y Yucatán, y contribuyó a la perspectiva antropológica-sociológica que propugnó por el estudio de las poblaciones no desarrolladas, conocida como el continuum folk-urbano. Esta perspectiva suponía que todos los grupos humanos deberían alcanzar los altos niveles de las sociedades urbanizadas, entendiendo esto como la cima del desarrollo de

la humanidad. El extremo urbano de ese continuum, correspondió a sociedades con civilización industrial urbana y a una cultura moderna, en tanto que el extremo folk se corresponde con sociedades con una civilización pre-industrial y una cultura tradicional. En este extremo se ubican los mestizos *indianizados* de ese tercer estereotipo. La teoría del continuum folk – urbano supone la necesidad de gestionar, mediante políticas públicas el que las sociedades tradicionales de esos mexicanos desfavorecidos, transiten por el camino hacia la modernidad. Este tránsito supondrá –por lo menos ese es el sentido de las creencias que se aprecian en el pensamiento de la antropología de la época–, el mejoramiento de sus condiciones de vida, en tanto que se les acerque a la cultura moderna. Supone entonces que el mestizo *indianizado* se *blanquee*. Serio problema porque al mismo tiempo Gamio y los demás requerían sobrevalorar lo indígena, para fortalecer la identidad social del mexicano, al tiempo que les era imperativo negar lo indígena, para alcanzar la modernidad. Esta es la paradoja que explica “las contradicciones discursivas implicadas en la elaboración de un ícono nacional híbrido a partir de teorías biológicas y genéticas fincadas en la existencia de la homogeneidad racial, que significaron que el mestizo no

tenía una base lógica en que pudiera sostenerse¹⁰⁸. Lo anterior hace comprensible lo planteado por Knight, cuando dice que “el indigenismo tendía a reproducir muchos de los presupuestos racistas del ‘occidentalismo’ precedente que formalmente desafiaba. Lo hizo porque aún ahí donde reaccionaba en contra del racismo porfiriano, siguió operando dentro del paradigma racista¹⁰⁹”.

Tres estereotipos del mexicano, ¿correspondientes a tres Méxicos? “Moisés Sáenz clasificaría al país en tres Méxicos: el de ‘asfalto citadino’ y urbanizado, el del ‘camino real’ campesino y el de ‘vereda’ indígena. En concordancia con su tipología de progreso, sostendría que ‘socializar al indio no es ni incautarlo, ni reglamentarlo, ni exterminarlo; es hacerlo una parte de nosotros’; es decir, realizar una obra indigenista ‘selectiva y dirigida’ de ‘difusión’ y ‘permeabilización’, que transformará ‘la impermeabilidad, resultado del aislamiento’ indígena¹¹⁰”. Estos mexicanos ilustrados, insertos en su horizonte de comprensión, elaboraron una cárcel sin salida, cuyos barrotes corresponden a la visión capitalista del imperio del momento; dentro de la cual el mexicano pobre, inculto, iletrado, campesino o proletario, había recibido ya su sentencia. El indigenismo, tal como lo plantea Marta Saade, es

la resultante de ello. “En este sentido creo necesario enfatizar la distinción entre el planteamiento del ‘problema indígena’, cuyas raíces es posible seguir desde la Colonia y cuya concreción ocurre en el marco de las reformas liberales republicanas; del ‘indigenismo; cuya condición de existencia depende de la producción científica de las causas para explicar la diferencia y de su relación con una práctica política encaminada a transformar la ‘naturaleza’ indígena. Si del primero emana el reconocimiento del indio como una suerte de ‘objeto’ pasivo a gobernar, parte de una crítica de dominación colonial que lo desconocía; y durante el siglo XIX se historiza y posteriormente se racializa, en medio de la producción de continuidades y discontinuidades de corte evolucionista; con el indigenismo, este ‘objeto’ se vuelve científico: el indigenismo sería producto del saber antropológico de la primera mitad del siglo XX”¹¹¹.

Saade propone a “la explotación, como causa de la desigualdad y [a] la etnicidad, como explicación racio-cultural de la diferencia, [y arguye que ambas condiciones] fueron constituidas como ejes de la discusión indigenista y [que] dan cuenta de su preocupación primaria: la elaboración de un saber antropológico integral con carácter aplicado, encargado de

definir al indígena como objeto de transformación integrable al cuerpo nacional¹¹². Es posible que el saber antropológico buscara dicha transformación y que estos pensadores asumieran como posible, tal resultante de sus reflexiones. Lo que aquí planteo es que la diferencia emanada de la herencia racial y la desigualdad derivada de la explotación no son dos circunstancias que coincidieron por azar. Ambas, la diferencia y la desigualdad corresponden al corpus del pensamiento de la época, que segregaba desde el discurso de la unicidad, aún con la salvedad del relativismo cultural, que desde el presente se aprecia sólo como retórica: “El indígena fue definido etnográficamente como un ‘tipo’ culturalmente caracterizable e integrable, porque todas las agrupaciones humanas poseen iguales aptitudes intelectuales en iguales condiciones de educación y medio, y que para imponer determinada civilización o cultura a un individuo o a una agrupación, debe suministrársele la educación y el medio inherentes a la cultura que se trata de difundir. Con esta apreciación [Gamio] sintetiza su crítica a la noción de un progreso ascendente indefinido, característica del evolucionismo decimonónico, para reconceptualizarlo como un proceso universalmente discontinuo y dotar al campo de la antropología mexicana del

periodo, de su primer posicionamiento teórico: el relativismo cultural”¹¹³.

Afirmo que es retórica porque la creencia base de la modernidad es el progreso, y Gamio sostiene las premisas de su amigo Redfield, en el sentido de que lo importante es llevar a los indígenas al extremo urbano del desarrollo de las sociedades, ya que “cuando Gamio termina afirmando que el traslado de los indígenas al medio urbano y su conversión en proletarios, mejorará su cultura material, sostiene que su evolución está supeditada a su unión con las fases de desarrollo de los mestizos y los blancos, y a su subsecuente conversión a la moderna civilización”¹¹⁴.

Todo lo anterior muestra las tensiones en el pensamiento identitario de los intelectuales, que se aprecia con claridad en la disputa que Saade trae a cuenta, ocurrida entre Federico Starr y Toribio Esquivel Obregón: “Durante las décadas de 1920 y especialmente durante la siguiente, el racismo aparece mezclado y confundido entre la tesis del relativismo cultural y la atención en la situación socioeconómica del indígena. Su persistencia en tensión es constante y anima sendas discusiones, como aquella sostenida entre Federico

Starr, profesor de la Universidad de Chicago y el mexicano hispanista y tratadista de derecho internacional Toribio Esquivel Obregón. Durante la polémica, el primero, trata de enfatizar la importancia de 'estudiar a la población mexicana desde el punto de vista racial, para comprender mejor sus problemas sociales. Al hacerlo vuelve sobre la triada de la tipología racialista, presente desde el siglo XIX (indígena de raza pura, mestiza fundamentalmente india mezclada con sangre española y raza extranjera pura) y que como intentamos demostrar, permanece asumiendo un vestido 'cultural', como una fina operación realizada por indigenistas como Gamio"¹¹⁵. "Por su parte, Esquivel Obregón, como la mayor parte de los indigenistas pero con un sesgo hispanista y extranjerizante, debate esta posición aduciendo que la población mexicana no debía considerarse desde el punto de vista racial, sino desde el social, económico y educativo. Siguiendo este criterio, divide a la población mexicana en dos grandes grupos: la población ilustrada fundamentalmente de origen extranjero más un pequeño grupo de indios y mestizos (el 20% del total) y la 'ignorante' conformada por la mayor parte de los nacionales (80%)"¹¹⁶. "Con el mejor espíritu indigenista, Federico Starr, excusa los tan recusados 'vicios' de los

indígenas, por las 'condiciones miserables en las que viven y elogia su laboriosidad, su amor a la familia y su afabilidad. Así mismo, sostiene que su supuesta imbecilidad se debía a su ignorancia y a su 'falta de civismo, al desconocimiento de todo lo que se refiere a su pueblo y por el cual el indio no tiene verdadero amor patrio'. Y parafraseando a Gamio, sostiene que en los mestizos: su 'aparente' escasa afición al trabajo es explicable por su falta de necesidades, o mejor dicho, porque las necesidades que tienen les es dado satisfacerlas con poco"¹¹⁷.

Me he referido a estereotipos, tres estereotipos para referir a una población multiétnica y multicultural, con orígenes diversos, pensada por mexicanos ilustrados que suponían que su actuar en el mundo podría lograr alguna diferencia en el presente y el futuro de un pueblo. Tres estereotipos que, sin embargo, no permitían el análisis y la reflexión en torno a la presencia de la dimensión *poder*, que enmarcaba la emergencia de poblaciones empobrecidas. Molina Enríquez contribuye en la delimitación de tales identidades. La siguiente cita es muestra de ello.

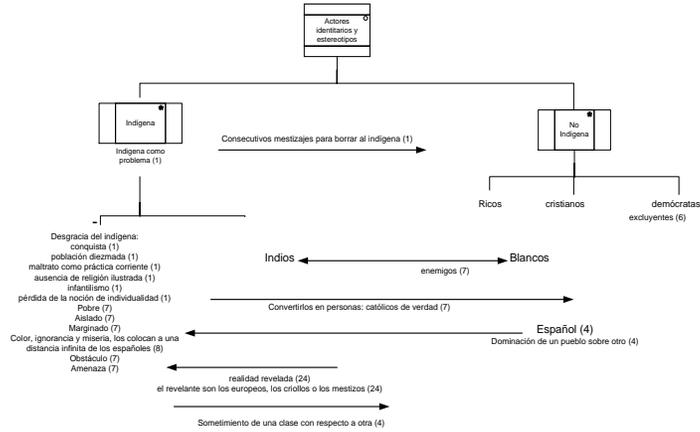
“Lo expresado hasta ahora implica, de algún modo, la existencia de una caracterología de los grupos raciales. Y en efecto Molina no duda en establecerla: El criollo es en lo general de alta sangre: se apellida Escandón, Iturbide, Cervantes, Landa, Cortina, Cuevas, de la Torre, Rincón, Pimentel, Rul, Terreros, Moncada, Pérez Gálvez, Icaza, etcétera. Es generalmente rubio, de un rubio meridional, o trigueño –‘trigueño’ según la Academia, es un color entre rubio y moreno– de ojos negros más bien que azules, de continente orgulloso, de aspecto más bien frívolo que serio y de conjunto a la vez delicado y fino. Es generalmente hombre de mundo, cortés, culto y refinado; en sus gustos se muestra elegante, le agradan las condecoraciones y tiene la afición de los honores cortesanos; pinta blasones en sus carruajes y se hace llamar ‘gente decente’. En cambio, ‘los rasgos característicos de los indios de raza pura, en conjunto, eran y son todavía, su sumisión servil, hipócrita en los incorporados, sincera en los sometidos, y su cristianismo semiidolátrico’ Del producto de ambas razas se puede decir lo siguiente: ‘El mestizo es plebeyo: se apellida Pérez, Hernández, Flores, etcétera. De color moreno, que en las mujeres se dice color apiñonado, es más moreno que el europeo meridional, aunque menos que el indígena puro, y en las costas es pinto; su cabello es en lo general negro y rebelde, su barba negra y escasa, su cuerpo tosco y robusto, su continente serio y grave, y su conjunto a la vez fuerte y dulce. El mestizo que siempre ha sido pobre, es vulgar, rudo, desconfiado, inquieto e impetuoso; pero terco, fiel, generoso y sufrido. Nada puede identificarlo mejor que la palabra con que fue bautizado por la ‘gente decente’: ‘chinaco’ derivación de ‘chinacatl’, o sea para no traducir literalmente esta última palabra, ‘desarrapado’. En sus gustos, muestra inclinación a los placeres sensuales: cuando gasta no es elegante como los criollos señores, ni lujoso como los ‘criollos (...) nuevos’, sino simplemente derrochador”¹¹⁸.

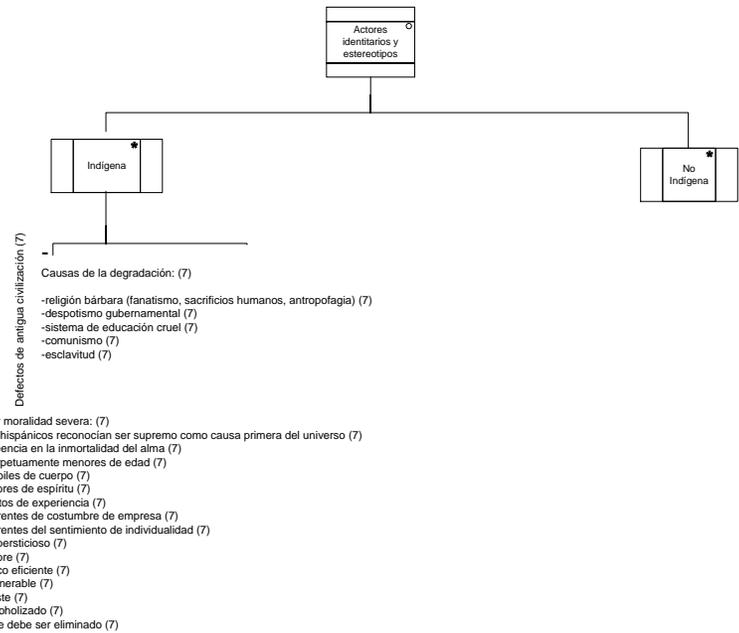
El conocimiento siempre es un conocimiento situado. Los intelectuales de la posrevolución concebían un sujeto único,

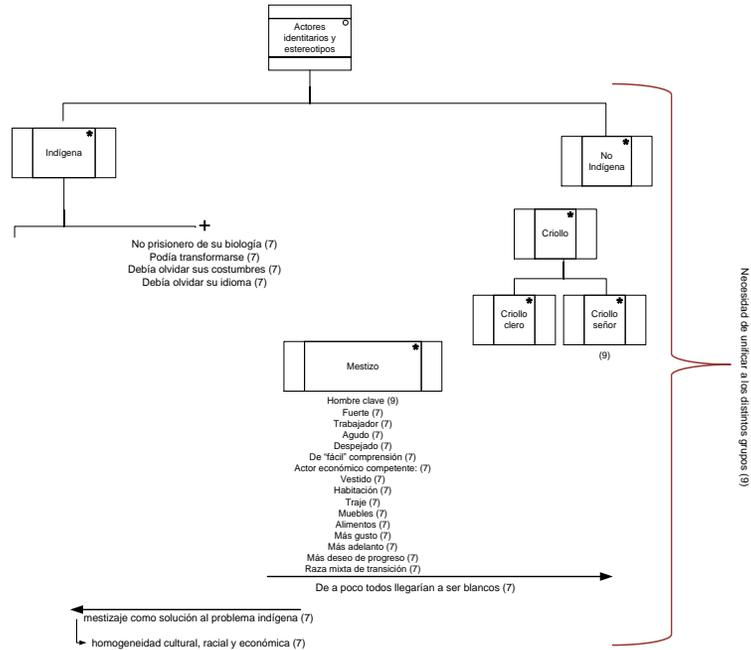
como el ideal de la nación, a partir de sus horizontes de comprensión. No obstante, su pensamiento refleja un compromiso político que me parece importante develar. Tal como propone Hale (1996) las categorías de adscripción de un grupo humano muestran las tensiones de lo político, en las que se resumen ejercicios desiguales de poder. Los planteamientos de Reinhart Koselleck implican la existencia de estos procesos identitarios, desde la antigua Grecia hasta nuestros días. Yo he asumido siempre que las características de sobrevaloración y desvaloración en la conformación de los grupos humanos, pueden ser analizadas en la realidad contemporánea, por lo que los planteamientos de Koselleck me resultan provocadores. Me refiero a que detrás de la idea de que “en el mundo histórico se trabaja en la mayoría de las ocasiones con conceptos asimétricos y desigualmente contrarios”, supone cierta permanencia de un fenómeno netamente político, el referido al poder y su ejercicio. Que un grupo asuma poseer la ventaja sobre otro, requiere de la legitimación del otro, en un proceso comunicativo que excluye al diferente, pero que valida que la diferencia es positiva para uno, en detrimento del otro. Lo interesante para mí es ubicar los elementos que llevan a la sobrevaloración de un grupo, esto es, el cómo algunas

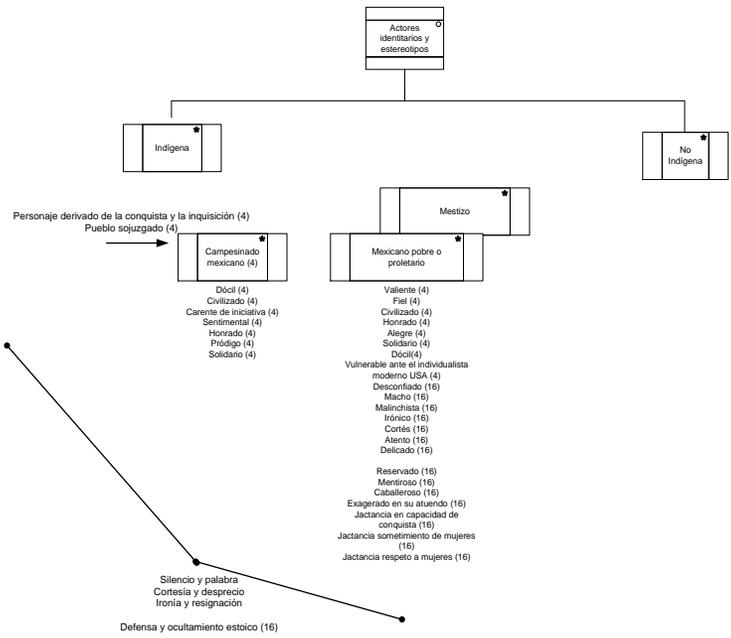
características de un grupo humano son revestidas de valoración “moral”, “ética”, etc., que permiten la emergencia de la dimensión “poder” en una relación inter-grupo. Poder que había que imponer, para alcanzar, desde el punto de vista de autores como Gamio, la ansiada cultura nacional: “Una gran parte de la clase media, que sentía más el ambiente en que se desarrollaba y los antecedentes históricos que la acercaban a la clase indígena, adoptó una cultura intermedia que ni es la indígena, ni tampoco la occidental [originada a raíz de la conquista...]. Esta es, sin embargo, la cultura nacional, la del porvenir, la que acabará por imponerse cuando la población, siendo étnicamente homogénea, la sienta y comprenda. No hay que olvidar que esta cultura es la resultante de la europea y de la indígena, o prehispánica reformada”¹¹⁹.

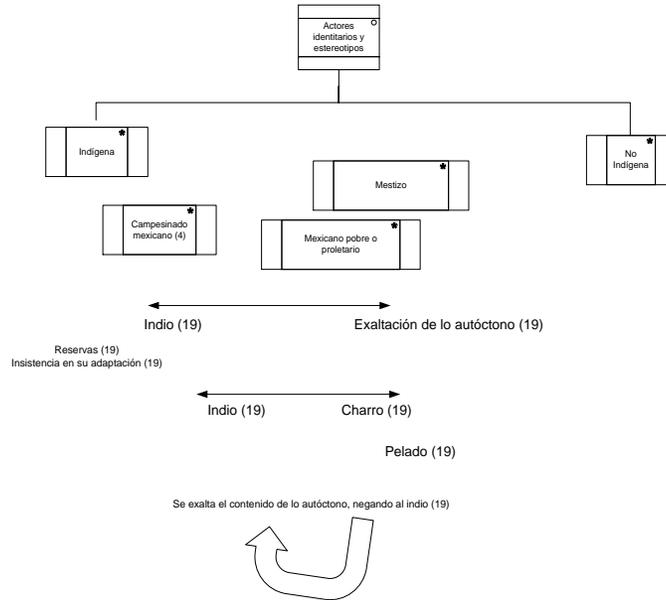
ANEXO 2. ESQUEMAS











NOTAS

-
- ¹ Período de 1954 a 1970 en el que el gobierno federal mexicano tomó acciones en el terreno económico buscando una estabilidad económica para lograr un desarrollo económico continuo.
- ² La Familia Burrón se publicó del 1° de diciembre de 1948 al 26 de agosto de 2009, en un total de 1,616 números publicados (Heras, E. (2011). *Los grandes de la caricatura mexicana*, México: Octavio Antonio Colmenares Vargas, p. 178.
- ³ A través de algunos números de la revista quise tratar problemas muy elevados, muy hondos. Me puse a leer, a consultar, a estudiar, pero a la gente eso no le gustó. Me escribieron: “ya sus historietas no son tan vaciladoras como antes. ¡Ahora son graciosas, pero lo hacen a uno pensar más, y yo compro la revista para divertirme! Asimismo cuando me metí más hondamente en los problemas sociales, también recibí cartas: “como usted pinta la vida tan crudamente, nos hace sentir aún más pobres. Haga usted los dibujos como antes”, entrevista a Gabriel Vargas, en Poniatowska, E. (2013). *Palabras cruzadas. Entrevistas*. México: Ediciones Era, p. 167-168.
- ⁴ Para expresar rechazo, molestia o enojo por el curso de algún episodio o por lo sucedido con algún personaje, o para expresar aceptación, alegría o júbilo, por la resolución de alguna circunstancia contada, Bartra y Aurrecoechea citan datos de las miles de cartas recibidas por Gabriel Vargas y sus dibujantes.
- ⁵ El período del desarrollo estabilizador también se conoció como *el milagro mexicano*.
- ⁶ Lázaro Cárdenas, presidente de México de 1934 a 1940, encabezó un esfuerzo alfabetizador importante, que buscaba incorporar a todos los grupos, incluidos los indígenas, al conocimiento de la lengua castellana, a la lectura y a la escritura, tal como lo indicaba el artículo tercero de la Constitución Mexicana que, por cierto, adquirió su forma actual en el año en que Lázaro Cárdenas llegó a la presidencia, en 1934.
- ⁷ *Las contradicciones discursivas implicadas en la elaboración de un ícono nacional híbrido a partir de teorías biológicas y genéticas fincadas en la existencia de la homogeneidad racial significaron que el mestizo no tenía una base lógica en que pudiera sostenerse*. Stern, A. (2000). *Mestizofilia, biotipología y eugenesia en el México posrevolucionario: Hacia una historia de la ciencia y el estado, 1920-1960*.

Relaciones, invierno, Vol. 21, número 81, El Colegio de Michoacán, Zamora, México, pp. 57-92.

⁸ Aquí se sigue la propuesta del construccionismo, planteando que la cultura urbana popular se construyó, en el sentido de que fue inventada, en el mismo proceso que urbanizó a la ciudad (Burke, 2006).

⁹ Grimson, Op. cit, p. 30

¹⁰ Al respecto es interesante la revisión de la narración, en la historia cultural, en tanto que su interés se ubica en las prácticas narrativas características de una determinada cultura. (Burke, 2006).

¹¹ Said, 2009, p.39

¹² Fuentes :

1900 II Censo de la República Mexicana, Dirección General de Estadística, Ministerio de Fomento

1910 III Censo de Población, Dirección General de Estadística, Secretaría de Agricultura y Fomento

1921 IV Censo General de Habitantes, Departamento Autónomo de la estadística Nacional

1930 V Censo de Población, Dirección General de Estadística, Secretaría de la Economía Nacional

1940 VI Censo de Población, Dirección General de Estadística, Secretaría de la Economía Nacional

1950 VII Censo General de Población, Dirección General de Estadística, Secretaría de Economía

1960 VIII Censo General de Población, Dirección General de Estadística, SIC

1970 IX Censo General de Población, Dirección General de Estadística, SIC

¹³ La población nacional pasó de 16,000,000 en 1930 a 40,000,000 en 1970. (Wilkie y Reyes, 1990).

¹⁴ Aurrecochea, J. y Bartra, A., 1993, p. 13

¹⁵ Rubenstein, A. 1998, p. 46

¹⁶ Aurrecochea y Bartra, Op. cit, p. 22

¹⁷ Rubenstein, Op. cit, p. 47

¹⁸ “La masificación de la lectura de cómics se inicia simbólicamente en 1934 con la aparición de Paquín, primera publicación especializada en este género comercialmente exitosa. La proliferación de las revistas de historietas, durante la segunda mitad de la década, constituye el despegue, y la pasión por los monitos toma altura y se estabiliza durante los cuarenta: varias publicaciones se hacen cotidianas, los tirajes crecen desmesuradamente y el consumo de pepines se transforma en vicio nacional” (Aurrecochea, J. y Bartra, A., 1993, p. 15).

¹⁹ La historieta y los demás comics, así como el cine y el teatro de carpa y, en general, los diversos espacios de cultura

popular que alimentaban, en la época, el devenir de la creación de opinión pública.

²⁰ En el presente trabajo, lo simbólico es entendido en el sentido planteado por Giménez, como códigos sociales, como producción del sentido y como interpretación o reconocimiento. (Giménez, 2007, p. 32-34).

²¹ En este punto se retoma el argumento de Darnton al señalar que para una historia de la lectura, por ejemplo, se “deberá tomar en cuenta las limitaciones que los textos imponen a los lectores tanto como las libertades que los lectores se toman con el texto (Darnton, 2010).

²² Giménez, Op. cit, p. 45

²³ Anderson, 2005, p. 23

²⁴ Goff, 2007, p. 43

²⁵ CONACULTA, Atlas de infraestructura cultural de México (México, 2003).

²⁶ García Canclini, 2006, p. 13-14

²⁷ Giménez, 2007, p. 42-43

²⁸ Grimson, 2011, p. 16

²⁹ Ibid, p. 33

³⁰ Inventada o imaginada, aunque la distinción entre estos conceptos sí importa, ya que una comunidad imaginada puede plantearse sin reconocer la dinámica social que posibilita su transformación, en tanto que una cultura inventada puede reinventarse.

³¹ Ibid, p. 17

³² Ibid, p. 18

³³ Giménez, 2007, p. 39

³⁴ Ibid, p. 45

³⁵ McGuigan, 1996, p. 75

³⁶ Ibid, p. 76

³⁷ Ibid, p. 77

³⁸ Goff, 2007, p.18

³⁹ Ibid, p. 169

⁴⁰ Jones, 2005, p. 1

⁴¹ Ibid, p. 5

⁴² Ibid, p. 5

⁴³ Jones, 2005, p.66

⁴⁴ García Canclini, 2006, p. 21

⁴⁵ Giménez, Op. cit, p. 54

⁴⁶ Gelder y Thompson, 1977, p. 57

⁴⁷ García Canclini, Op. Cit, p. 12

⁴⁸ Trade Link. Lazos comerciales en:

<http://www.economia-bruselas.gob.mx>).

⁴⁹ Sarlo, 1997, p. 53-54

⁵⁰ Creative Economy Report 2008. The Challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making.

⁵¹ Tremblay, 2011, p. 49

⁵² Ibidem

-
- 53 “En las últimas décadas del siglo XX, la cultura adquirió una nueva importancia en el intento crítico por entender el poder y la dominación” (Denzin y Lincoln, 2012, pp. 254).
- 54 “To be able to differentiate between the observations and the research results, we need an explicit *research method*. The method consists of all the practices and operations which the researcher uses to make observations, and of the rules by which these observations can be modified and interpreted in order to assess their meaning as clues” (Alasuutari, 1995, pp. 41).
- 55 “Para que se dé cuenta de ellos, los objetos tienen que ser incorporados a relatos. Si no se produce ningún rastro, no ofrecen información alguna al observador y no tendrán efectos visibles sobre otros agentes” (Latour, 2008, pp. 117).
- 56 “La metáfora de la construcción funciona en dos niveles cuando se aplica a las descripciones. El primero es la idea de que las descripciones y los relatos construyen el mundo, o por lo menos versiones del mundo. El segundo es la idea de que estos mismos relatos y descripciones están contruidos. Aquí <<construcción>> sugiere la posibilidad de montaje, fabricación, la expectativa de estructuras diferentes como punto final, y la posibilidad de emplear materiales diferentes en la fabricación. Esta noción destaca que las descripciones son prácticas humanas y que podrían ser diferentes” (Potter, 1998, pp. 130).
- 57 “La tradición hermenéutica crítica (Grodin, 1994; Gross y Keith, 1997; Rosen, 1987; Vattimo, 1994) sostiene que en la investigación cualitativa sólo existe la interpretación, por mucho que argumenten muchos investigadores que los hechos hablan por sí mismos” (Denzin y Lincoln, 2012, pp. 255).
- 58 “Barthes discusses two such functions: anchorage and relay, which may coexist in a message and which share the function of ‘fix[ing] the floating chain of signifieds’ of the inherently polysemic image (p. 39)” (Jensen, 2002, pp. 111).
- 59 “Los objetos, por la naturaleza misma de sus conexiones con los humanos, pasan rápidamente de ser mediadores a ser intermediarios, y valen como uno o nada, sin importar lo complicado que puedan ser internamente. Es por eso que hay que inventar trucos específicos para *hacerlos hablar*, es decir, hacerlos ofrecer descripciones de sí mismos, producir *guiones* de lo que hacen hacer a otros, humanos o no humanos” (Latour, 2008, pp. 117).
-

- ⁶⁰ “The challenge for discourse and content studies under changing technological and historical circumstances remains one of clarifying its particular domain of analysis and explanatory value, in particular to distinguish the descriptive discovery of a text’s verbal and visual characteristics from the hypothetical interpretation of its potential meanings for different audience-users, and from studies of its actualized meanings in social processes of production and reception” (Jensen, 2002, pp. 116).
- ⁶¹ “En la investigación visual, el marco parece ser inicialmente el que está alrededor de la imagen publicada o experimentada, pero una indagación más detenida muestra a menudo que es preciso ampliarlo considerablemente. Esto se puede tomar en un sentido tanto literal, ¿qué es lo que no se muestra, justo fuera del marco de imagen que se ve?, como en uno metafórico, ¿qué factores sociales y, por ende, sociológicos influyen en el marco fotográfico seleccionado? Las investigaciones dirigidas hacia una narrativa externa de la imagen amplían a menudo considerablemente el marco” (Banks, 2010, pp. 33).
- ⁶² De 1948 a 1977, *La Familia Burrón* fue publicada en la revista *Pepín*. Si bien el creador y coordinador de esta publicación era Gabriel Vargas, las decisiones empresariales que pudieron impactar en los contenidos del cómic, eran tomadas por el empresario, ya que el propietario de la Editorial Juventud, que publicaba *Pepín* era José García Valseca. En el presente proyecto nos referiremos a este período del cómic *La Familia Burrón*, como la primera época. De 1978 al 2008 se publica la historieta bajo el nombre de *La Familia Burrón*, ya que Gabriel Vargas se independiza de *Pepín* y funda su propia empresa. A este período nos referiremos en el presente trabajo como la segunda época.
- ⁶³ *En su rama artística, la caricatura desempeña un papel plástico muy semejante a la crítica burlesca y a la sátira en la literatura; también interpreta con agilidad el impacto que lanza la opinión popular en sus inconformidades y discrepancias, y comúnmente logra los objetivos que se propone*”, (Heras, E. (2011). *Los grandes de la caricatura mexicana*, México: Octavio Antonio Colmenares Vargas, p. 15.
- ⁶⁴ La tipología de las historietas más reconocida es la que distingue dos grandes grupos, la de las historietas fantásticas, dirigidas a un público infantil, de gran profusión en Estados Unidos, Alemania e Italia, entre otros y la que ubica su narrativa en ambientes locales, dirigida

básicamente para adultos (Baron, 1989; Rubenstein, 2004; Muro, 2004).

- ⁶⁵ Un marco muestral completo, de la historieta implicaría tener el número total de episodios publicados, cosa imposible de lograr pues no existen datos específicos al respecto, y la revisión realizada hasta el momento muestra que hubo períodos en que la historieta se publicaba semanalmente, períodos en que se publicaban dos episodios por semana y períodos en que, en ejemplares de mayor número de páginas (96 páginas cuando lo común eran 36) se publicaba mensualmente.
- ⁶⁶ Se consideran prácticas cotidianas como las festividades y las celebraciones, por un lado; así como las expresiones de resistencia ante situaciones recurrentes como las crisis, la carestía, etc.
- ⁶⁷ Los espacios de vivienda por razones obvias, en la revisión y análisis de las prácticas cotidianas. La peluquería porque su aparición y desaparición muestra una trayectoria de mejora y deterioro constante. Hay períodos recurrentes en la historieta en los que el mercado del negocio va a la baja y Regino Burrón tiene que cerrar su negocio y *quemar las naves*; siendo que posteriormente se rehace.
- ⁶⁸ La revisión de los intelectuales de la posrevolución permitió el desarrollo de un mapa conceptual de Actores identitarios y estereotipos, que se incluye en el Anexo.
- ⁶⁹ Bouthoul, 1971, p. 6
- ⁷⁰ Ibid, p. 8
- ⁷¹ Ibid, p. 11
- ⁷² Ramos, S. 1951, p. 10
- ⁷³ Ibidem
- ⁷⁴ Ibid, p. 15
- ⁷⁵ Ibid, p. 11
- ⁷⁶ Ibid, p. 29
- ⁷⁷ Ibidem
- ⁷⁸ Ibid, p. 41
- ⁷⁹ Ibid, p. 51
- ⁸⁰ Nivón, 2006, p. 20
- ⁸¹ Ramos, 1951, p. 53
- ⁸² Ibid, p. 33
- ⁸³ Grimson, 2011, p. 29
- ⁸⁴ Nivón, Op. cit, p.35
- ⁸⁵ Ibidem
- ⁸⁶ Por ejemplo, la actual discusión sobre la reforma educativa y la incorporación en las propuestas educativas en México de las tendencias internacionales en torno a una educación *transnacional* homogénea, son la evidencia de este pensamiento en torno a la unidad nacional, olvidando que ésta nación es, de suyo, multiétnica y multicultural.
- ⁸⁷ Nivón, Op. cit. p. 36
-

-
- ⁸⁸ Ramos, S. 1951, p. 21
⁸⁹ Sierra, J. citado en Ramos, S. 1951, p. 26
⁹⁰ Ramos, Op. cit. p. 80
⁹¹ Ibidem
⁹² Ibid, p. 81
⁹³ Basave, 1992: 53
⁹⁴ Ibid, p. 57-58
⁹⁵ Ibid, p. 61
⁹⁶ Ayestarán, 1996, p. 251
⁹⁷ Saade, M. 2009, p. 83
⁹⁸ Ibidem
⁹⁹ Ibid, p. 89
¹⁰⁰ Basave, Op. cit, p. 65
¹⁰¹ Stern, C. 2000, p. 61
¹⁰² Ibidem
¹⁰³ Ibid, p. 65
¹⁰⁴ Ibid, p. 61
¹⁰⁵ Ibid, p. 62
¹⁰⁶ Ibid, p. 87
¹⁰⁷ Ibid, p. 61
¹⁰⁸ Ibid, p. 62
¹⁰⁹ Ibid, p. 62
¹¹⁰ Saade, Op. Cit, p. 87
¹¹¹ Ibid, p. 68
¹¹² Ibid, p. 70
¹¹³ Ibid, p. 72-73
¹¹⁴ Ibid, p. 76
¹¹⁵ Ibid, p. 78-79
¹¹⁶ Ibid, p. 79
¹¹⁷ Ibid, p. 79
¹¹⁸ Basave, Op. Cit, p. 64
¹¹⁹ Gamio, 2006, p. 97-98