

Estereotipos sobre el mexicano: ¿insultos o halagos?

Erick Cano Cruz

Licenciatura en Lenguas Extranjeras
Universidad Autónoma de Zacatecas

Resumen:

Las disimilitudes entre países son lo que hacen la diversidad cultural un aspecto rico en cuestión de estudio; cada cultura es única y posee características propias y añadidas. Un primer acercamiento a un grupo de individuos que comparten (en este caso una nacionalidad) es probablemente una idea estereotípica, que bien puede ser considerada positiva, negativa o incluso neutra. Son estas diversas cargas de los estereotipos culturales las que se plantean dentro de este artículo, además de los procesos cognitivos empleados para que ideas lleguen a tomar esta forma. Como objeto de estudio se tomó al país México y sus individuos; las concepciones que personas de otras nacionalidades poseen acerca de los mexicanos y su cultura contribuyeron a llegar a hallazgos, discusión, conclusiones y dieron pauta a futuro estudio sobre el tema. A través de un análisis que toma como base la Teoría de la Relevancia de Sperber & Wilson (2004), esta investigación gestionó sugerencias de cómo este fenómeno se expande y sus motivos, además de proveer hallazgos cuantitativos y cualitativos a través de trabajo de campo sobre la problemática en cuestión, aplicado a individuos de diversas edades y países pertenecientes al continente europeo.

Palabras clave: Estereotipos, Cultura, México, Diversidad Cultural, Relevancia.

1.- INTRODUCCIÓN

El propósito de este artículo es analizar los estereotipos de diversas culturas sobre la cultura mexicana y el mexicano. En este estudio los estereotipos se definen como formas de conocimiento de un grupo sobre otro, marcados por generalidad y compartidos colectivamente. La pregunta inicial es por qué algunos estereotipos son percibidos como positivos mientras otros son vistos negativamente, enunciados como el mexicano es: (1)

alguien alegre y divertido que toma tequila en las fiestas, y (2) alguien perezoso y panzón que descansa bajo un nopal, concebimos aquí que la mayoría de individuos pertenecientes a esta cultura aprecian a (1) como algo agradable, mientras que a (2) como algo retrógrada.

Ambos enunciados rayan de estereotipos comunes sobre el mexicano pero, ¿qué procesos cognitivos llevan a personas de una misma comunidad a recuperar la relevancia del enunciado? y, ¿cómo es ese proceso? La Teoría de la Relevancia de Sperber y Wilson (2004) propone que “las emisiones generan de manera automática una serie de expectativas que encaminan al oyente hacia el significado del hablante”. Un estereotipo puede ser de concepciones verbales o no verbales, con posibles efectos de humor, crueldad o reconocimiento sobre un grupo. Consideremos el contexto cognitivo que recupera el significado y el conocimiento adquirido que encierra la percepción, lo que es relevante y ofensivo para un individuo puede no serlo en absoluto para otro.

2.- MATERIALES Y MÉTODOS

Dentro de este ejercicio de análisis también se propuso una encuesta a extranjeros y a algunos mexicanos en la cual se busca obtener información sobre el tema en discusión. Los datos constituyen un pequeño corpus que nos permite un acercamiento a esos procesos cognitivos siguiendo las categorías de análisis de la Teoría de la Relevancia.

2.1.- El estereotipo

Observemos aquí algunas definiciones de la palabra clave de esta investigación, un estereotipo según propone Putnam (citado en Lara 2001: 81) es la comprensión general que tienen los miembros de una comunidad lingüística acerca de los objetos que les interesan. El <<Diccionario de Español Mexicano del Colegio de México>> (2018) coincide con nuestro ejemplo inicial sobre el individuo en cuestión al definirlo como la imagen de alguna cosa que se convierte en su representación y concepción más común, como la del campesino con

un gran sombrero, recargado bajo un nopal y durmiendo la siesta, con que se representa al mexicano. Podemos imaginar así que siguiendo diversos elementos, los estereotipos se esparcen definiendo ideas de cómo una cultura es percibida.

Si bien un estereotipo lleva consigo cargas de diferentes gradaciones, éste a su vez puede cargar con información significativa de una cultura “concretamente, un estereotipo es una característica asociada a una categoría cognitiva que es usada por los perceptores para procesar información sobre el grupo o miembros del grupo” (Dovidio, Evans & Tyler, 1986, citado en Montes p1.) Esta carga es en ocasiones un primer acercamiento que una persona tiene a una cultura en específico.

2.3.- El léxico

No es extraño suponer que el estereotipo puede adquirir numerosas formas para ser expresado tales como imágenes, señales, palabras. Nuestro estudio toma como base un fenómeno indudablemente social y así en la relación pragmática del lenguaje, por lo tanto que es necesario dirigirnos al último ejemplo mencionado, las palabras; el léxico podría ser la forma más común en que un estereotipo es expresado y llega a su cometido.

Personalmente considero que la lengua es el instrumento más poderoso que los seres humanos empleamos día a día con el motivo de establecer comunicación, no sería del todo real considerar a nuestra raza aferrada a un léxico inmutable en determinada lengua, ésta se expande dependiendo del contexto social en que es usada. “La unidad palabra tiene un papel privilegiado en la percepción y la reflexión social acerca de las lenguas” (Lara p.213)

El vocabulario diariamente utilizado refiere entonces a un área importante en nuestras vidas y sociedad, el cómo percibimos el mundo a nuestro alrededor. Es posiblemente más fácil para un estereotipo trascender una vez encontrada esta forma, que a su vez se presenta en palabras individuales así como ideas y enunciados.

Como ya mencionamos, el contexto cognitivo y conocimiento previo influye en la relevancia del lenguaje dentro de la sociedad, nuestro objeto de estudio es comúnmente asociado con

un léxico en específico, aquel que proponen desacreditar a un grupo. No creo que el estereotipo sea sólo de cargas negativas, pero pasemos ahora esa parte ofensiva de éste.

2.4.- Una carga negativa; el estereotipo como insulto.

El léxico presume ampliamente de ser de un carácter social y sería inconcebible negar esto. Al atajar un peso negativo al estereotipo es fácil concluir vocabulario relacionado como *discriminación, prejuicio, daño, segregar, ofender*, etc. pero, ¿son éstas cargas con que un estereotipo está atiborrado?

Dejemos la concepción de culturas a un lado por un momento y pensemos en individuos dentro de una comunidad, supongamos que un individuo considere inferior a otro debido a su color de piel, la cual hace referencia a la cultura de la que éste proviene, sugiriendo al primer individuo una idea negativa por alguna primer estancia que su conocimiento adquirido le conviene. La idea de este estereotipo viene de la mano concretamente con el prejuicio, este término no es algo contemporáneo, los prejuicios han tratado de ser combatidos en generaciones actuales, sin embargo no han desaparecido ni es probable que lo hagan en los años próximos.

La idea de un prejuicio puede ser tomada usualmente en una medida micro, no obstante podríamos ahora llegar a la concepción de creer en el estereotipo como una forma de prejuicio que repercute de una manera menos directa. “Los estereotipos han sido a menudo conceptualizados como representantes del componente cognitivo del prejuicio” (Dovidio, Evans & Tyler, 1986 en Montes p1)

Retomando al mexicano, palabras como *friolero, delincuente, huevón, panzón, prieto*, etc. rayan en el insulto y no son normalmente consideradas como buenos atributos, podemos inferir que estas ideas fueron originadas con el motivo de discriminar y ofender a un grupo de sujetos; “todo lo que tenga un efecto cognoscitivo o contextual que pueda parafrasearse como descalificante o evaluado como acción agresiva será un insulto” (Colín, 2003: 247).

Más cercano a nuestra realidad, y debido a la relación de México con EE.UU, las ideas no necesariamente definidas pero que hacen referencia a un *muro* se han hecho presentes en la

actualidad. Algún comentario, por ejemplo “*¿Cómo has brincado el muro?*” sugeriría una intención de ofender, un insulto que no necesariamente utiliza palabras marcadas u ofensivas por sí mismas, pero que conlleva una desaprobación.

Un estereotipo encuentra maneras de ser expresado a través de palabras marcadas o el léxico disponible del individuo si su intención es agredir, la identificación de éstos depende claramente de la relevancia que se pueda conseguir. El cómo un estereotipo se populariza es algo ambiguo, sin embargo podemos proponer teorías o ideas de formas en que se hace, alguien tiene que empezar con una idea, y alguien debe seguirla.

2.5.- Solidaridad estereotípica entre culturas

Así como hay comunidades que se entienden únicamente entre sí con un vocabulario distinto al de los demás, concibamos posibles grupos que se forman para hacer trascender estereotipos de otros grupos aún sin tener algo en común, sociedades alrededor de otra llegan a construir y transportar una idea de otra sociedad.

Culturas en este caso, que no han tenido el mínimo contacto entre sí, son capaces de crear o transmitir una concepción de otra cultura guiándose por aspectos exteriores, y así, adoptando una postura de solidaridad con un cometido. En la actualidad es fácil adjudicar estas ideas ‘universales’ de culturas a los medios de comunicación prominentes, aunque no del todo, naturalmente.

Si la idea no queda del todo clara, vislumbremos por ejemplo cómo la multitud dentro de un concierto musical logra unificar cientos de cerebros para expresar pensamientos similares a través del habla e incluso de movimientos corporales, así podríamos pues imaginar a las sociedades, a culturas uniéndose indirectamente para acordar la idea de otra cultura en cuestión y otorgarle pensamientos estereotípicos.

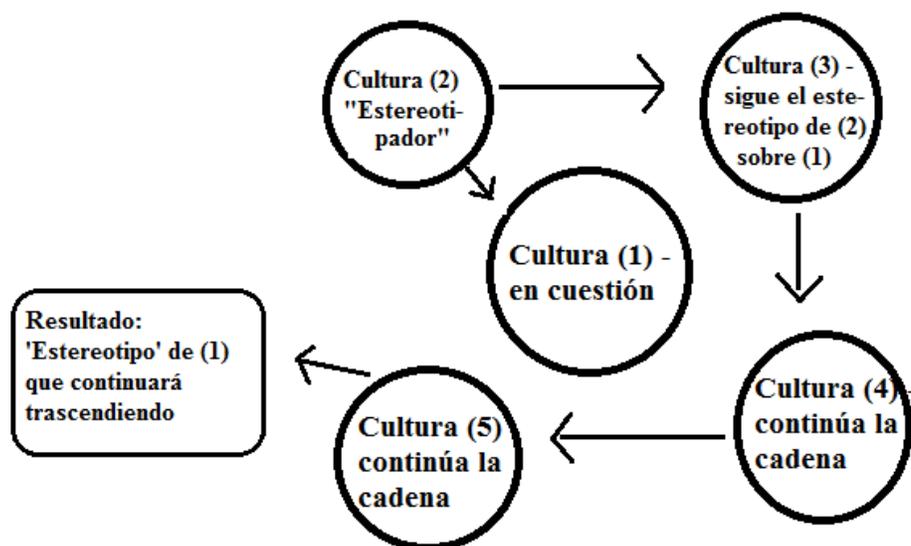


Figura 1

Arriba se puede observar una figura que intenta describir la idea de la solidaridad verbal entre individuos de diferentes culturas. De una manera muy lineal (que puede llevar otro orden) aquí, la cultura (1) es la que primordialmente será ‘estereotipada’, nuestra cultura (2), o podrían ser más, comienza una concepción de (1) que por diversas razones llegan a (3) que asimismo la asume dejándose llevar por (2), pasando igualmente a (4) y sucesivamente a (5) y así más allá, dando como resultado un **estereotipo** de (1) que puede o no continuar unificando culturas como si se trataran de individuos esparciendo un rumor.

Esta es sólo una variante de cómo los estereotipos pueden llegar a trascender de una forma sencilla de analizar, si lo que vemos en la gráfica es real, y el estereotipo continúa avanzando, éste puede llegar a una idea universal de lo que se cree por la cultura estereotipada aún a través de los años, información que servirá como primera estancia para percibir a un país y a su gente, supuestos estereotípicos que no sólo son negativos como hemos discutido hasta ahora, la posibilidad de estereotipos “buenos” existe, dependiendo claro de elementos relacionados a la relevancia.

2.6.- Eres alegre en las fiestas: una carga positiva al estereotipo.

Toquemos en este punto la etimología de la palabra estereotipo, según el diccionario de <<La Real Academia Española>> (2018) la palabra proviene del griego ‘στερεός / stereós’ sólido, y ‘τύπος / týpos’ molde. Pensemos entonces en el estereotipo como algo inmutable, que una vez que se formó, difícilmente será corrompido, considerar las cargas negativas que se puedan adjudicar a una cultura resulta de alguna manera penoso pues sugiere nunca cambiar esa concepción de ella en la mente de quien la posea, no obstante, la otra cara de esta situación resulta agradable de observar, pues pueden existir estereotipos buenos, que aporten características buenas a un grupo.

Aún dentro de nuestra cultura es fácil observar los estereotipos que se tienen de nosotros mismos, cada persona puede imaginar alguno de su propia cultura que no sea dañino pero lo contrario, pensar en los mexicanos como personas divertidas, a los alemanes como personas inteligentes y a los ingleses como elegantes va del lado opuesto que considerarlos flojos, sin sentido del humor o tontos, respectivamente y por ejemplo, dando otra visión a nuestro objeto de estudio, una considerada buena.

Tratamos de adquirir, crear, mantener y transmitir estereotipos según propone Margarita del Olmo (2005) en su artículo <<Prejuicios y Estereotipos: un planeamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales>> misma que a la vez refuta la concepción que usualmente se tiene del estereotipo como una actitud suspicaz u hostil hacia una persona perteneciente a un grupo con cualidades negativas, para así concebir estereotipos de tipo “positivo”, o incluso “neutros” que no son ni positivos ni negativos.

Bien podemos entonces concebir la idea del mexicano como alguien alegre y divertido, que difícilmente puede ser catalogado de un estereotipo negativo, o pensar en el país debido a la aportación de alguna figura sobresaliente en el buen sentido, que bien puede ser ni bueno ni malo para algún individuo. Los estereotipos tienen diferentes cargas que impactan en la sociedad de diversas maneras igualmente.

2.7.- Los mexicanos son...

**Metodología*

Ya hablamos sobre el estereotipo en general, sus cargas negativas, positivas y hasta neutras, cómo diversos factores le envuelven y cómo trascienden de una forma u otra. El estudio central de este análisis inició por saber cómo se percibe al mexicano en otros países. La forma en que se escudriñó recaudar información sobre estereotipos que se le pudieran adjuntar al mexicano fue a través de una pequeña encuesta aplicada primordialmente a personas procedentes del continente europeo y parte del asiático, tratando así de obtener múltiples opiniones. Dieciséis personas fueron entrevistadas en esta parte, 13 hombres y 3 mujeres de entre 16 y 65 años de edad, originarios específicamente (decretados en orden alfabético) de; Bélgica, Bosnia & Herzegovina, Dinamarca, España, Estonia, Francia, Israel, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Rusia. El portal por el cual se realizaron las preguntas fueron las redes sociales Facebook e Instagram a través de mensaje privado vía Internet.

3.- RESULTADOS

Para la concentración de datos, una categorización de respuestas (en especial a la primera pregunta) fue lo más viable por ser la encuesta de una índole mixta. El idioma utilizado para que la comunicación resultara exitosa fue inglés, con el cual no hubo problema alguno al obtener las réplicas, no obstante las respuestas se muestran en español tras ser traducidas. La encuesta se constituyó de tres simples partes con la idea ser indirectas en lo posible y no mencionar explícitamente que se trataba llegar al estereotipo de México y sus individuos:

1. *Can you HONESTLY list three words or ideas that come to your mind when you listen to the word 'Mexico'?*
2. *Name one positive and one negative aspect of Mexico.*
3. *According to the general idea your country has about Mexico, Mexicans are...*

1. ¿Puedes nombrar **HONESTAMENTE** tres palabras o ideas que vengan a tu cabeza al escuchar la palabra “México”?
2. Nombra un aspecto positivo y uno negativo de México.
3. De acuerdo a la idea general que tu país tiene sobre México, los mexicanos son...

Ahora analicémoslas por partes...

Número 1.- Al solicitar en primera estancia tres palabras o ideas por persona sobre la idea de México, era de esperarse diversas respuestas, se recaudaron alrededor de 40 palabras o ideas diferentes, las cuales decidí clasificar de la siguiente forma por los que considero grados de importancia:

Categoría	Ejemplos	Número de personas
<u>Comida</u>	Tacos / Burritos / Nachos	10
<u>Aspectos culturales</u>	Mariachis / Sombrero / Piñata / Tequila / Vestimenta tradicional / Idioma español / Pirámides / Frida Kahlo	16
<u>Aspectos sociales</u>	Violencia / drogas / Juegos Olímpicos / Fútbol / Gente amigable / El muro / Corrupción	7
<u>Aspectos relacionados al país</u>	Cancún / Clima caliente / Ciudad de México	3
<u>Otros</u>	Agua color turquesa / Guitarras	4

Observamos que el grupo completo de encuestados nombró al menos una palabra de la clasificación cultural, palabras que asimismo coincidieron siendo los entrevistados de países diferentes. Igualmente podríamos tachar de aspectos mordaces a las respuestas de *violencia*, *drogas*, *corrupción*, pero que se hicieron presentes al responder. Los estereotipos de comida (Taco, Burrito, Sombrero) fueron igual de importantes, mismos que se esperaban encontrar y reafirman la idea de cómo los estereotipos más fijos circulan en diversas culturas sin mucho contacto a México de manera indefinida.

Número 2- En esta sección se optó por preguntar directamente un aspecto positivo (+) de México así como uno negativo (-) con el fin de obtener ideas estereotípicas de la cultura en cuestión. Naturalmente, no todos los individuos contestaron, ni todos se delimitaron a una única respuesta, cabe además destacar cómo ciertas respuestas coincidieron.

<u>Aspectos (+)</u>	<u>Respuestas</u>
Personas amigables	6
Buena cultura	4
Turismo	3
Idioma (español)	1
Bonito país	1
Buen clima	1

<u>Aspectos (-)</u>	<u>Respuestas</u>
Delincuencia (Mafia / drogas / Tráfico de humanos / inseguridad)	8
Crisis de migración	2
Contaminación	1
Relación con EE.UU	1
Comida chatarra	1
Desigualdad	1
Otros	2
No respondió	1

Hagamos énfasis en las más votadas; en el aspecto positivo (+) seis de los encuestados dictaminaron que el país presumía de personas amigables, también se habló de una cultura extensa y buena, así como del turismo que el país ofrece. En el punto negativo (-), la mitad de los encuestados hablaron de aspectos relacionados a la delincuencia del país, además de la crisis de migración y la relación con Los Estados Unidos de América.

Número 3- La última parte de la averiguación solicitó una idea sobre los mexicanos en sí de acuerdo al conocimiento adquirido. Las respuestas aquí fueron clasificadas en los grupos estereotípicos de los que hablamos durante el artículo. Las respuestas fueron varias e igualmente se hizo notar la presencia de ideas compartidas entre naciones.

<u>Positivo</u>	<u>Neutro</u>	<u>Negativo</u>
Amigables (7)	Respuesta nula (4)	Perezosos (2)

Divertidos (2)	Calientes (1)	Oprimidos por el crimen (1)
Apasionados (1)	Otro (1)	Difíciles para trabajar en conjunto (1)
Positivos (1)		
Trabajadores (1)		

Como idea ilustrativa, un participante decidió adjuntar una ilustración de lo que se entendía visualmente por un mexicano de acuerdo a sus conocimientos previos. La imagen es anexada a continuación:



Figura 2

La misma encuesta se aplicó a una cantidad menor de individuos pero de procedencia mexicana, con el fin de comparar las respuestas. El instrumento de aplicación fue el mismo, los entrevistados fueron dos hombres de 21 años de edad. Los hallazgos serán presentados de forma descriptiva. La primera pregunta dio pie a respuestas como, *estrés, bandera verde, -ismos, comida, problemas de migración y gente trabajadora*.

Los aspectos positivos fueron: la belleza del país y su comida; los negativos: drogas y la vida del ciudadano. Al saber cómo el mexicano se percibe a sí mismo, las respuestas fueron de un ser infravalorado, trabajador y *desmadroso*, con pocos valores cívicos.

4.- DISCUSIÓN

Las averiguaciones que obtuvimos pueden ser tanto sorprendentes como de esperarse, la brecha entre culturas europeas no es inmensa a simple vista de acuerdo a sus ideas, estereotipos menores o mayores se hicieron presentes a pesar de ser culturas independientes en su totalidad. Respecto a las ideas de los mexicanos, pudiéramos decir que las ideas no van muy alejadas igualmente, aspectos culturales y sociales se perciben similarmente.

4.1.- Estereotipos y la Teoría de la Relevancia

Parece ser que existen patrones estereotípicos que se transmiten a un grado de estar presentes alrededor del mundo sobre alguna cultura en específico. Ya hablamos y presenciamos ideas generales sobre el mexicano, cómo es éste percibido en Europa principalmente e incluso por los mexicanos. Los estereotipos se crean y se mantienen a través del tiempo, son una forma de conocimiento, que permite a las personas hacerse una idea de algún ligar en cuestión, sin embargo la forma en que la relevancia juega un papel aquí varía, pues no todos pensamos igual.

La relevancia es un instrumento que nos permite atribuir un significado a estímulos externos, que provienen en distintas formas. Lo que nuestro cerebro recibe adquiere una interpretación diferente al llegar ahí, “cualquier *input* (una percepción visual, un sonido, un enunciado, un recuerdo) es relevante para un sujeto cuando entra en contacto con una información previa de la que este dispone, produciendo con ello una serie de resultados que le incumben...” (Sperber & Wilson, 2003: 239) una idea demasiado cercana a la comunicación del ser humano y que tiene sentido.

Así pues concibamos que dentro de la comunicación entre individuos habrán “huecos” que corresponden a las desigualdades de los hablantes, dichos huecos deben de ser de alguna forma rellenos por varios aspectos como las inferencias y conceptualización de acuerdo a la relevancia. La interpretación que se da a los *inputs* dependerá pues de la percepción del individuo, ésta se rige por principios pragmáticos de grados racionales, en donde todo lo

anterior visto influye, la forma en que se recupera el significado asimismo dará paso a un estereotipo para ser catalogado como un insulto, algo neutro o como una cualidad.

5.- CONCLUSIÓN

Después de los factores discutidos hasta ahora, podemos constatar que el estereotipo es un fenómeno de aspecto social con un enfoque pragmático y que se transfiere colectivamente. Diversos factores influyen al momento de ser creado, los motivos o creación definitiva serían casi imposibles de definir, mas hay elementos que pueden ser analizados para tratar de explicar su formación o cómo es que éstos trascienden.

Las cargas de un estereotipo también varían, desde las positivas que de cierta manera “halagan” al grupo en cuestión, las neutras que no afectan ni benefician y las negativas cuyo intento es el de insultar y descalificar. Todas estas connotaciones sin embargo tienen que ver explícitamente con la percepción de los individuos a través del contexto cognitivo y conocimiento previo, la decodificación de datos variará pues de individuo a individuo, así como las formas en que estas percepciones se expresan en primer plano.

Los estereotipos que se tengan de un país o de una cultura son la mayoría del tiempo muy generales, y parecieran estar fijos, hemos visto aquí cómo ideas del mexicano en distintos países son semejantes, y descubrir el origen de ellas sería muy difícil de lograr, aun así están ahí, permitiendo a los individuos tener un grado de acercamiento a la cultura, que puede ser verídico o todo lo contrario.

REFERENCIAS

- Lara, Luis Fernando, 2001, *Ensayos de Teoría Semántica: lengua natural y lenguajes científicos*. El Colegio de México, Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios. Pp. 71 – 89

- Lara, Luis Fernando, 2006, *Curso de Lexicología*. El Colegio de México, Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios. Pp. 213 – 229.
- Sperber, Dan. Wilson, Deirdre, 2004, *La Teoría de la Relevancia*. Revista de investigación de lingüística. Vol VII. Pp. 233 – 282.
- Colín, Marisela, 2007, *El Insulto: un Fenómeno Pragmático de Base Semántica*. Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras, UNAM.
- Montes, Beatriz, 2008, *Discriminación, prejuicio, estereotipos: conceptos fundamentales, historia de su estudio y el sexismo como nueva forma de prejuicio. Iniciación a la investigación*, Universidad de Jaén. Pp 1 – 16
- Del Olmo, Margarita, 2005, *Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales*. Departamento de Antropología CSIC pp. 13 – 26