

México: Construcción de identidades

*Anna M. Fernández Poncela*¹

En este texto se pasa revista a algunas de las características y los medios que han configurado la identidad de género,² como parte de la identidad nacional mexicana tradicional y popular. Se trata de reflexionar de forma breve y general sobre el tema, haciendo especial hincapié, en primer lugar, en que se trata de una construcción sociocultural, y por lo tanto con posibilidades de cambio. En segundo lugar, cómo se entrelaza y vincula de forma íntima la imagen inventada y mitificada del alma nacional con los estereotipos y papeles sociales adjudicados a cada sexo. Cuestión esta última muy peculiar del contexto mexicano aquí presentado.

1. EL NACIONALISMO: INVENTO, MITO O REALIDAD

El carácter nacional mexicano

[...] es una construcción imaginaria que ellos mismos han elaborado con la ayuda decisiva de la literatura, el arte y la música... se trata de un manojito de estereotipos codificados por la intelectualidad, pero cuyas huellas se reproducen en la sociedad provocando el espejismo de una cultura popular de masas. (BARTRA 1987: 17)³

1 Investigadora y docente del Departamento Política y Cultura de la Universidad Autónoma Metropolitana/Xochimilco, México D.F.

2 Entenderemos como género la construcción social de la diferencia sexual.

3 Esta explicación ha sido criticada (BASAVE 1990); sin embargo, y al margen de tener en cuenta que no es la única, perfecta y verdadera interpretación, aquí la consideramos válida

Desde este punto de vista no son imágenes que reflejan la cultura y la conciencia popular, sino mitos producidos por la cultura hegemónica —en el sentido gramsciano—, una especie de metadiscursos, a modo de “entelequia artificial”, que solo tiene existencia en la literatura y en la mitología.⁴

Sin embargo, más allá de su invención, tiene repercusiones populares. El mexicano típico como sujeto único en la historia es una poderosa ilusión cohesionadora de la sociedad. La elite revolucionaria produjo mitos y símbolos capaces de transformar la sociedad e identificar “la mexicanidad de los mexicanos” (PÉREZ MONTFORT 1994: 115).

En el siglo XIX, ¿a qué “identidad” colectiva podían aspirar artesanos, sirvientes, soldados, mendigos, prostitutas, niños abandonados o amas de casa sin casa alguna a la disposición? Para adaptarse, recurrieron a trucos y artimañas, para avenirse con su destino económico se dejaron apaciguar por sus creencias. La “identidad” fue lo conseguido gracias a la imitación y el contagio, las reglas de juego de la convivencia forzada y de la reproducción idolátrica de las costumbres atribuidas a los amos. (MONSIVÁIS 1981: 38)⁵

Pero además está el adjudicado complejo de inferioridad establecido por las reflexiones y análisis filosóficos y psicológicos (RAMOS 1980, RAMÍ-

y correcta, sin por ello negar tampoco que no se trata de un movimiento exclusivamente desde arriba y desde fuera a los sectores populares, y que estos están implicados por activa o por pasiva, otorgando su conformidad o consentimiento y de alguna manera corroborando, cuando no adaptándose al estereotipo definido.

- 4 “[...] algunos aspectos del mito del carácter nacional, un conjunto articulado de estereotipos contruidos a partir de las imágenes que la clase dominante se ha formado de la vida campesina y de la existencia obrera, del mundo rural y del ámbito urbano. Con ellos se ha forjado una compleja mitología que tiende a sustituir el formalismo de la democracia política por una imaginería que provoca una cohesión social de tipo irracional” (BARTRA 1987: 18).
- 5 “A la instauración del charro y la china bailando el jarabe tapatío como símbolo e imagen estereotípica nacional contribuyeron por lo menos otros tres factores: la reacción conservadora fortalecida durante las décadas veinte y treinta que terminó por aliarse con la elite en el poder; la rápida evolución e influencia de los medios de comunicación masiva y las mismas necesidades de unión dentro del desbalagado grupo gobernante que supo aprovechar dicha imagen, entre otras muchas cosas, como recurso discursivo aglutinador. Entre estos tres factores, el nacionalismo de corte conservador jugó un papel determinante. El conservadurismo buscó en el tradicionalismo y en las costumbres una justificación para afirmar su nacionalismo, que por cierto fue constantemente puesto en duda por los gobiernos pos-revolucionarios.” (PÉREZ MONTFORT 1994: 123). “Como signos de identidad —utilizados por tirios y troyanos— el charro y la china bailando el jarabe tapatío habían entrado en la región del mito nacionalista y como tales vivirían (como en el cine) ‘para siempre felices’ ” (PÉREZ MONTFORT 1994: 130).

REZ 1994) que conduce a las personas a huir de la realidad y refugiarse en la ficción, o en la soledad, ocultándose tras las máscaras (RAMOS 1980, PAZ 1992),⁶ conduciendo al pesimismo y a la desconfianza en sí mismas. Es una explicación insuficiente y burda, una imagen que se ha formado la intelectualidad del pueblo.⁷ Esta imagen ha sido creada por la dinámica política y cultural dominante y por la función de los arquetipos en los mecanismos de legitimación, no por una rigurosa investigación científica de la realidad (BARTRA 1987).

Según el mito del carácter mexicano, los hombres machistas⁸ *salvajes* —niño, indio, campesino— o *pelados*⁹ —pachuco, lumpenproletariado—, son violentos y peligrosos —susceptibles, desconfiados y agresivos (Ramos 1980)— para ocultar el complejo de inferioridad, la irritación que les produce la impotencia al sufrir el sentimiento de minusvalía (Bartra 1987). Así, el machismo se explica como producto de la inseguridad de la propia masculinidad y de la exagerada preocupación de los individuos para afirmar su personalidad, de ahí que siempre en las prendas de vestir o en el uso del lenguaje el mexicano tenga que reiterar constantemente que es muy macho, además de cierto individualismo y una ambición desmedida del poder en general (RAMOS 1980, RAMÍREZ 1994).¹⁰

-
- 6 “[...] un hombre que huye de sí mismo para refugiarse en un mundo ficticio” (RAMOS 1980: 65). Samuel Ramos inicia en 1934 una nueva vertiente de nacionalismo cultural y la psicología del mexicano, que posteriormente, en 1949 desde la literatura y la crítica de Octavio Paz, cobrará nuevo auge, llegando a constituir sus obras referencia obligada sobre el tema.
- 7 “Sostengo que algunas expresiones del carácter mexicano son maneras de compensar un sentimiento inconsciente de inferioridad [...]. Lo que afirmo es que cada mexicano se ha desvalorizado a sí mismo, cometiendo, de este modo, una injusticia a su persona” (RAMOS 1980:14). Bartra critica dicho punto de vista de forma rotunda. Mientras otros autores (Basave 1990, Riding 1993) remarcan la inseguridad por sobre la inferioridad.
- 8 El machismo es una ideología y un comportamiento del hombre que se cree superior a la mujer; es también el conjunto de leyes y actitudes socioculturales cuya finalidad es producir y mantener la sumisión femenina en todos los niveles.
- 9 El *pelado* expresa los elementos del carácter nacional, lleva su alma al descubierto, la vida le ha sido hostil y muestra por ello un gran resentimiento, una naturaleza explosiva y un trato peligroso. Es como un animal que se entrega a las pantomimas de la ferocidad para asustar a los demás, haciéndoles creer que es más fuerte y decidido. Se trata de un desquite ilusorio, ya que en la realidad no vale nada. Busca la riña como excitante para elevar el tono de su yo reprimido. Y su terminología abunda en alusiones sexuales, obsesión fálica. En combates verbales, atribuye al adversario una femineidad imaginaria, el falo es poder, atributo de macho (RAMOS 1980).
- 10 “El machismo del mexicano no es en el fondo sino la inseguridad de la propia masculinidad; el barroquismo de la virilidad [...] Los grupos de amigos siempre serán masculinos, las aficiones y juegos serán de ‘machos’ ” (RAMÍREZ 1994: 62).

Se ha creado como una metáfora del mexicano moderno:¹¹ Despechado y resentido, se siente traicionado por el mundo que lo rodea —desarrollo del capitalismo— y esta tensión estalla y se revela en las relaciones amorosas pasionales y en los vínculos de amistad, sumergiéndose en una visión melodramática de la vida. El mexicano traicionado desconfía de todo y de todos, de las mujeres y de los amigos, justifica así los actos pasionales¹² e irracionales, como una aparente liberación de las tensiones en que vive debatiéndose (Bartra 1987). De ahí que se excuse o legitime socialmente la borrachera, la bravuconería y el asesinato de la mujer infiel y traidora, por ejemplo en las canciones populares; metáfora esta de la sociedad que lo rodea a la vez que el eslabón inferior y más débil sobre el cual se puede descargar sin mayores consecuencias. ¿Será por eso el maltrato?

La mascarada patética del machismo sentimental es la forma en que aparece el mito en el cine o en las canciones que hablan de *lo mexicano* (Bartra 1987). Hay una especie de gusto o admiración socialmente aceptados por quien vive sufriendo a causa de sus sentimientos.¹³

Finalmente los medios masivos de comunicación reciclan los estereotipos populares fabricados por la cultura hegemónica y ejercen una gran influencia en el modo de vida de las clases populares. Estas se vinculan a la nación y a la modernidad confiando en la radio, el cine, el teatro, la canción, como si los tentáculos y autopistas de la comunicación reemplazaran al Estado en su papel de formación y comprensión cotidiana de la *nación Mexicana*. Hacia la miseria, desposesión e indefensión de amplios sectores urbanos se lanzan,

11 Algunos autores reconocen el mosaico de diferentes culturas que forman el territorio mexicano y los cambios habidos, pero ciertamente siempre, de una u otra forma o en uno u otro momento, se acaba hablando de “la manera peculiar de ser del mexicano” (BÉJAR 1988); otros llegan a lo grotesco (URANGA 1952) o se remontan y hablan del drama del choque de culturas y del mestizaje (RAMÍREZ 1994).

12 “El mexicano es pasional, agresivo y guerrero por debilidad; es decir, porque carece de una voluntad que controle sus movimientos” (RAMOS 1980: 61).

13 No hay acuerdo empero, sobre la valoración del machismo, ya que el supuesto alarde de virilidad parece ser que no tiene porque ser malo, también muestra “el estoicismo y la alegría de ser hombre” (BASAVE 1990). “Si pudiéramos acabar con los alardes de virilidad, con la fanfarronería, con la intolerancia, con el gusto de reñir y de arriesgar la vida por el menor motivo, quedaría un sentimiento de caballeridad hispano-indígena, de fortaleza ante el sufrimiento y la adversidad [...] El hombre es el que manda en la familia, pero no el que tiraniza. Mando racional no equivale a dominio ciego” (BASAVE 1990: 191).

[...] comedias rancheras, cine de cabaret, telenovelas, noticieros para creyentes en la desinformación, pornocomics, fotonovelas, corridos mariguанeros, canciones de la desolación autocompasiva, shows de costa a costa, concurso de chachachá con patrimonio oficial. Hay refuncionalización: la pastura para hambrientos sexuales se traduce en ingenio erótico, una canción de José Alfredo Jiménez se presenta como elegía inducida a la borrachera y al cabo de unos años resulta expresión lírica de los vencidos. En la indefensión, todo se vale. Las clases subalternas asumen, porque no les queda de otra, una industria vulgar y pedestre y, ciertamente, la transforman en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa. (MONSIVÁIS 1981: 43)

Hay una gran eficacia en cuanto a las estructuras mediadoras que van de los cuentos y leyendas, pasando por dichos y refranes, al cine, la radio, las telenovelas y canciones. “Los medios masivos desplazan o arrinconan otras versiones de la vida social, uniforman el sentimentalismo y, al tipificarlo, asimilan los impulsos populares” (MONSIVÁIS 1981:42). Lo *nacional* se traslada de algún modo o de alguna manera a la industria cultural, en donde se mantiene deformado y cosificado, pero al alcance de todo mundo.¹⁴

De hecho la importancia de la cinematografía y la canción deriva de que, como medio comunicador masivo, reitera de manera constante y contundente unos modelos de ser hombre y de ser mujer, y unos tipos de relaciones entre ambos, que atrapan y enredan de forma apasionada, pero también en ocasiones siniestra y funesta. El machismo es parte del carácter *nacional* del mexicano, que políticos, literatos, artistas, compositores y los medios de comunicación crean y recrean (CASTELLANOS 1969). “En tanto valor cultural, el machismo es advertido en primera instancia como un rasgo definitivo y definitorio de lo mexicano, patetismo imprescindible para apreciar y compadecer a la nacionalidad” (MONSIVÁIS 1994a: 32).¹⁵

Pero debe tenerse en cuenta que

La nación enseñada a los hombres ha sido muy distinta a la mostrada e impuesta a las mujeres. Esto explica la invisibilidad social y esto fundamenta la hegemonía del clero sobre un sector, el femenino, para quien la práctica de México consistió en adherir sus Virtudes Públicas y Privadas (abnegación, entrega, sacrificio, resignación, pasivi-

14 “La Mexicanidad se divide en las tradiciones que el hogar y las culturas regionales preservan como pueden, y las tradiciones que el comercialismo inventa.” (MONSIVÁIS 1981: 42).

15 Hay más, un hondo desgajamiento del alma del mexicano al cantar: “Hay, en muchas de las canciones mexicanas, una intensa vibración de sufrimiento, de fatalismo y de desesperanza” (BESAVE 1990: 27).

dad, lealtad extrema) a las exigencias de sus hombres o sus "padres espirituales". (MONSIVÁIS 1981:38)

La noción de nación o de ciudadanía se crea de manera diferente para hombres y para mujeres. Las mujeres no solo han de adaptarse a los cambios sociales generales —industrialización, urbanización, tecnologización—, sino a las actividades masculinas que se desarrollan ante dichas transformaciones —desorientación, frustración— (Monsiváis 1981).

Producto de este proceso es que surgen y se reproducen mensajes que desde el discurso del modelo cultural hegemónico se propagan a toda la sociedad, a través de diversos medios o envases, mediante la comunicación masmediática.

2. RETRATOS O ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Si estamos de acuerdo con la invención del mito del ser nacional mexicano explicado hasta aquí y propagado por los modernos medios de comunicación, ¿por qué no pensar que para el caso de la imagen del hombre y de la mujer y de las relaciones intergenéricas no ha sucedido algo similar?, ¿por qué no ver la inferioridad y maldad femenina también como una creación del modelo cultural hegemónico de la sociedad por parte de la intelectualidad masculina con el fin de legitimar y reproducir la discriminación?, ¿no serán las mujeres una metáfora de la sociedad que se supone oprime al mexicano y maltratándolas creen vengarse, y matándolas, liberarse?, ¿serán las mujeres tan bravías e independientes que han necesitado un manojito de mensajes sutiles a veces, directos otras, terribles la mayoría de las veces, para remediar su afán de libertad y enderezar su comportamiento descarriado e inmoral?

De hecho la Eva mexicana es la Malinche

[...] y se va codificando un complejo mito sobre la mujer mexicana: entidad tierna y violada, protectora y lúbrica, dulce y traidora, virgen maternal y hembra babilónica. Es el pasado indígena subyugado y dócil, pero en cuyas profundidades habitan no se sabe qué lascivas idolátricas. Guadalupe y la Malinche como dos facetas de la misma figura: esta es la mujer que se merece el mexicano inventado por la cultura nacional, y por ello es creada para él para que tenga compañera en su expulsión del paraíso. (BARTRA 1987: 220)¹⁶

16 No vamos a internarnos en este tema, interesante, apasionante, poseedor de claves sobrevaluadas pero importantes en la concepción de la mujer en México. Varios trabajos y autoras especializadas, de una u otra manera, se han aproximado y lo han abordado (FRANCO 1994, GLANTZ 1994).

El fervoroso culto a la Virgen de Guadalupe por los hombres mexicanos puede ser interpretado también como un profundo sentimiento de culpa, el hombre pide perdón al símbolo de la mujer que es maltratada, traicionada y abandonada por él mismo. Y así como adora a la madre —la Virgen—, se venga en la esposa y le exige autosacrificio. La mujer es identificada siempre con lo inferior o con lo indígena —lo salvaje, peligroso, no domesticado—. La íntima relación madre-hijo en esta cultura también se explica porque la madre se vuelca en el hijo al no poder lograrse y desarrollarse como pareja o esposa, es la única vía formal que encuentra para reparar el abandono del esposo, pero con el nacimiento de un nuevo hermanito esta simbiosis se rompe y el rey de la casa mimado por la madre es destronado (RAMÍREZ 1994).¹⁷

En las letras de las canciones o en las cintas del celuloide se puede observar huellas de esta dualidad: veneración total a la mujer amada con un trato cordial y amoroso —cuando novia—, mezclada con ardor y rencor por causa de la hembra traicionera —cuando ya es esposa y madre, le hace recordar el desplazamiento del paraíso que sufrió de pequeño—. La mujer, sabedora de este comportamiento, la mayoría de las veces se adapta a la situación, pasando del silencio y sosiego de novia a la sumisión mansa, abnegada, sufriente y masoquista de esposa (RAMÍREZ 1994).¹⁸

En la canción popular la mujer abandona al hombre, lo contrario de la vida real, en la que el esposo es el que usualmente deja a la esposa. Sin embargo, dicho abandono irreal es la expresión genuina de lo acontecido en la

17 “Desde la psicología se ha explicado cómo la madre en México es adorada por una parte y de otra hostilizada u odiada —por no haber sabido dar un padre fuerte al hijo—. Pero sobre todo el hombre parece querer vengarse en la esposa, cuando tiene hijos, del abandono que tuvo cuando después de tener una madre sobreprotectora fue destronado con el hermanito. Esto es, hay una situación traumática ya que la simbiosis niño-madre que establece la segunda al no realizarse con su pareja, se deshace al aparecer un nuevo miembro en la familia. La mujer ha hipertrofiado la necesidad emocional de contacto con su propio hijo, a través de una prolífica maternidad [...]. Esto es la consecuencia y el resultado de la frustración sistemática a la que ha estado sometida su necesidad emocional de ser compañera y madre” (RAMÍREZ 1994: 114).

18 Si bien hay quien sostiene que “El sometimiento y la obediencia no forman parte necesariamente de la enajenación. Pero la mujer mexicana del pueblo se somete hasta la ignominia y obedece, en ocasiones, órdenes irracionales, injustas y arbitrarias, de un marido despótico. La mexicana común finge no darse cuenta de las infidelidades del marido, simula carecer de sentimientos y aun hasta de facultades dialécticas” (BASAVE 1990: 192). Al parecer se someten a un “servilismo degradante”, pero el sometimiento no es malo en sí según algunos autores (BASAVE 1990).

infancia, se llora en el fondo por aquel abandono. Se culpa en el contenido manifiesto a otro hombre que llena el corazón de la ingrata, mientras en el contenido latente es el hermano menor quien lo desplaza del calor y la seguridad infantil. La ausencia o vacío a veces es narrada como lamento, otras con rabia, y otras con un deseo de autodestrucción. El llanto y la súplica a la mujer amada van de la mano con su desvalorización y rechazo. Así ante la tristeza, soledad, dolor, melancolía, lamento, solo queda un escape para mitigar la ansiedad: el alcohol, que frecuentemente va acompañado del canto y la música, y del deseo de venganza —hacia el ser amado traicionero— y de autodestrucción. “Ocasionalmente, la reacción ante el dolor y el abandono promueve un fuerte deseo de venganza, se quiere hacer que el objeto amado sufra lo que con anterioridad sufrió el amante; es decir, se trata de transformar y hacer activamente lo que se sufrió pasivamente” (Ramírez 1994: 107). Se desea que la esposa traidora —la madre abandonadora— sufra lo que el esposo —el hijo abandonado— ha sufrido, incluso puede deseársele la muerte, y la muerte también del amante de la esposa —esto es, el marido de la madre, que es el propio padre—. ¹⁹ Dentro de esa explicación entran los mensajes de algunas de las canciones que hemos visto.

El arquetipo de la mujer mexicana presenta la dualidad típica de la organización binaria de la sociedad occidental, judeocristiana,²⁰ y como esta, tiene sus imágenes representativas físicas: Guadalupe —madre de huérfanos, indios y pobres, mexicanos todos— y Malitzin o Doña Marina —la traidora que se entregó y entregó su pueblo a los conquistadores, según las malas lenguas— (Paz 1992).

Una parte esencial del ser mexicano, hombre, es el machismo en el peor y más duro sentido de la palabra:

19 Un complejo entramado psicológico que por recorte temático y razones de espacio no profundizaremos en esta páginas, pero que citamos brevemente como una posible y necesaria interpretación del asunto que nos ocupa.

20 Se trata de un fenómeno cultural bastante extendido con el cual los seres humanos organizan y clasifican los conocimientos del mundo de forma dual y bipolar, siendo un polo positivo y otro negativo. En este sistema binario hombres y mujeres son calificados de diferente manera; pero además “La cultura patriarcal encierra a la mujer en otro orden de binariedad creado solo para ella en tanto que dominada: es frígida o es ninfómana; es madre o es prostituta; es pasivo-femenina o es un virago; es hada o es bruja; se adapta a su papel o es acusada de peligrosa (delincuente o loca)” (SAU 1986: 63). Y esta misma estructura binaria se refleja y reproduce en las canciones, en las que las mujeres o son el ideal inalcanzable o la maldad personificada en cuerpo femenino.

Los machos no solo buscan aplastar a la mujer: anhelan —y esto también es internacional— hallar la técnica de su inferioridad social, económica y cultural. No los compensa del todo resultar vencedores sobre un ser previamente vencido. Solicitan además una personalidad que les haga olvidar, que atenúe o desmienta su diaria condición de explotados. El machismo es, desde otro punto de vista, una quejosa petición de reconocimiento: “créanme, si no fuese nadie, no exhibiría tan angustiosamente mi necesidad de ser, no negaría la humanidad de mi compañera, no arriesgaría tan estúpidamente mi vida”. (MONSIVÁIS 1994a: 32)

Como en el origen del melodrama, el machismo también busca el reconocimiento, partiendo de un ser, una nacionalidad que al parecer los niega, de ahí que sea necesario buscarse y reconocerse (MARTÍN-BARBERO 1993).

“Quienes manipulan la vida social saben que en el autoengaño del machismo (en la fascinación del ser inerme ante sus fantasías más deplorables) se encuentra una base inalterable de control” (MONSIVÁIS 1994a: 32). Sin embargo, y pese a la campaña despolitizadora, la cultura popular urbana es “del pachuco a la música disco, nacionalista irreverente, gozosamente obscena. Y también, necesariamente machista, autoritaria, fácilmente persuadible” (MONSIVÁIS 1981: 42).

Así como hay que desechar del mito nacionalista que confunde las identidades y oprime las conciencias (BARTRA 1987, PÉREZ MONTFORT 1994, Monsiváis 1994b), habrá que deshacerse también de la imaginería²¹ que subordina a las mujeres, reproduce su discriminación y fortalece la dominación masculina hegemónica. Y también de las representaciones de esta, porque requiere esfuerzo y dolor mostrar y demostrarse constantemente, y no es nada fácil ser hombre (GILMORE 1993, BADINTER 1993). Repensar, cambiar o borrar la configuración y reproducción de las imágenes y papeles sociales, tradicionales y típicos, y melodramatizados a veces, del ser hombre y ser mujer en esta vida (SAU 1986, BOURDIEU 1996). Y entre los instrumentos utilizados y por utilizar se encuentran los mensajes culturales, uno de cuyos medios más potentes en este caso es el celuloide posrevolucionario y la canción popular mexicana tradicional. El machismo forma así el ser nacional mexicano,

21 A través de ensayos y una infinidad de obras artísticas, literarias, musicales y cinematográficas se ha configurado una caricatura grotesca del ser mexicano. Lo mismo ha sucedido en los mismos medios, y de forma semejante con la imagen de las mujeres o de los hombres mismos. Ya hay voces que, más allá del *victimismo* sembrado durante algún tiempo en los estudios sobre mujeres, profundizan en torno de los estereotipos de la masculinidad, desenterrando conocimientos ocultos o simplemente ignorados en torno de los hombres, tomando el toro por los cuernos (GUTMANN 1993).

toda vez que es parte esencial de la construcción diferencial e inequitativa, culturalmente hablando, de los sexos, de esta forma se entrelazan dos niveles nodales de la cultura popular: nacionalismo y sexismo.

3. ANOTACIONES FINALES

Hasta aquí señalo las principales características básicas de la identidad nacional mexicana y de género. Así como la importancia que en ello han tenido el modelo hegemónico cultural, los intelectuales y los modernos medios de comunicación, entre ellos el cine y la canción popular.

Retomando los propósitos iniciales de este texto, ha sido suficientemente probado cómo la nacionalidad por un lado, y el género por otro, cuando no ambos de manera combinada, son constructos socioculturales, y por lo tanto, susceptibles de transformación.

También se ha visto cómo ambas representaciones son inventos, mitificaciones, forman roles y estereotipos, que a su vez influyen en la constitución subjetiva de las colectividades y de los sujetos sociales, sus identidades nacionales y genéricas.

Pero además, y en el caso mexicano aquí expuesto, ambos están estrechamente unidos e interrelacionados, fruto de un proceso trenzado, interconectado y aparentemente muy bien organizado.

BIBLIOGRAFÍA

BADINTER, Elizabeth

1993 *XY, la identidad masculina*. Santa Fe de Bogotá: Norma.

BARTRA, Roger

1987 *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*. México: Grijalbo.

BASAVE FERNÁNDEZ DEL VALLE, Agustín

1990 *Vocación y estilo de México. Fundamentos de la Mexicanidad*. México: Noriega-Limusa.

BÉJAR NAVARRO, Raúl

1988 *El mexicano. Aspectos culturales y psicosociales*. México: UNAM.

BOURDIEU, Pierre

1996 "La dominación masculina". *La Ventana* 6.

CASTELLANOS, Pablo

1969 *El nacionalismo musical en México*. México: Libros de México.

FRANCO, Jean

1994 *Las conspiradoras. La representación de la mujer en México*. México: FCE-COLMEX.

GILMORE, Havid D.

1993 *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la masculinidad*. Barcelona: Paidós.

GUTMANN, Matthew C.

1993 "Los hombres cambiantes, los machos impenitentes y las relaciones de género en México en los noventa". *Estudios Sociológicos* 33.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

1993 "La comunicación en las transformaciones del campo cultural". *Alteridades* 5.

MONSIVÁIS, Carlos

1981 "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México" *Cuadernos Políticos* 30.

1994a *Amor perdido*. México: Era.

1994b "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX". En Varios Autores *Historia General de México*. México: COLMEX, vol. II.

PAZ, Octavio

1992 *El laberinto de la soledad*. México: FCE.

PÉREZ MONTFORT, Ricardo

1994 *Estampas del nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*. México: CIESAS.

RAMÍREZ, Santiago

1994 *El mexicano, psicología de sus motivaciones*. México: Grijalbo.

RAMOS, Samuel

1980 *El perfil del hombre y la cultura en México*. México: Espasa Calpe.

RIDING, Alan

1993 *Vecinos distantes. Un retrato de los mexicanos*. México: Joaquín Mortiz-Planeta.

SAU, Victoria

1986 *Ser mujer, el fin de una imagen tradicional*. Barcelona: Icària.

URANGA, Emilio

1952 *Análisis del Ser del Mexicano*. México: Robredo.

