

7. Las características, necesidades, gustos y preferencias sensoriales del mexicano, reflejadas en sus manifestaciones culturales.

7.1 Carácter Nacional

El término *Carácter Nacional* es la manifestación cultural que engloba estudios y análisis de las diferencias que distinguen a un grupo nacional de otro, es decir, se trata del estudio de las diferencias culturales tanto evidentes como sutiles que distinguen a los estadounidenses, los suecos, los brasileños, los mexicanos, etc. es decir a los diversos grupos humanos pertenecientes a un determinado país y nacionalidad.

Béjar Navarro lo define así: "El carácter nacional recoge datos sistemáticos sobre sentimientos, emociones, afectos, motivaciones, formas perceptuales, pensamientos, creencias, preferencias y formas de comportamiento social, que dentro de la diversidad del universo individual sean uniformes en el plano colectivo, el carácter nacional es una manera peculiar de ser... se refiere a las características y patrones, de la personalidad relativamente estables que son modales entre los miembros adultos de una sociedad" (1994, 44). Así para la determinación del carácter nacional se consideran las aportaciones de las ciencias: Antropología, psicología y sociología.

Antes de continuar con la descripción del carácter nacional ya específicamente del mexicano, nos parece interesante e importante mencionar y subrayar una importante cuestión:

Según Capello (1994, 22) existe actualmente un desconocimiento del valor o de la utilidad práctica de las investigaciones sistemáticas sobre el carácter nacional, investigaciones que según él pueden sin embargo proporcionar importantes conocimientos en muchos aspectos del desarrollo nacional, aspectos donde la variable clave sea "la mentalidad", "la personalidad", o el "carácter del mexicano" como lo serían según él, problemáticas en el desarrollo y participación de la población urbana, transferencia de tecnología al campo, cambios organizacionales, y muchos más.

Continuando con Capello, menciona que la falta de conocimiento de los valores, actitudes, percepciones, pensamiento y forma de comportamiento básico de la población mexicana, genera y ha generado muchos errores de interpretación del contenido, la forma y las ideas que deben expresarse para que por ejemplo tengan éxito las campañas que busquen movilizar a la población de la naturaleza que sean.

Así este desconocimiento impide en la actualidad conformar planes y estrategias para que no choquen con maneras peculiares de reacción de los distintos sectores que conforman la sociedad mexicana.

Desde esta perspectiva, nosotros agregaríamos a la lista más arriba mencionada de los diferentes aspectos del desarrollo nacional a los que este tipo de investigación proporcionaría importantes conocimientos, una pieza fundamental que en nuestra opinión permitiría el progreso de otros aspectos más relacionados con este desarrollo nacional tan necesario: el nacimiento de una cultura material¹ contemporánea verdaderamente mexicana.

Consideramos que actualmente México se encuentra sumido en una profunda crisis en cuanto a su cultura material (además claro de otras diversas e importantes crisis como la económica por ejemplo que desde nuestro punto de vista genera a la material y viceversa), cultura que hoy en día se encuentra estancada, y que por lo tanto no ha evolucionado desde hace décadas.

Hemos querido subrayar este desconocimiento de la utilidad práctica y valor de estos estudios, por que lo que se pretende en este trabajo es precisamente aplicarlo prácticamente en la creación de productos. Es importante resaltar que desde nuestro punto de vista este estudio acerca del carácter nacional y otras manifestaciones de la cultura, abordado desde una perspectiva sensorial arrojará elementos que constituirán una pieza de gran valor e importancia en la concepción, nacimiento, desarrollo y éxito de esta cultura material contemporánea mexicana actualmente ausente ya que permitirá conocer, e identificar gustos, preferencias, necesidades, símbolos, valores, significados, etc. de los elementos sensoriales que conforman un producto, por las diferentes partes que integran la sociedad mexicana contemporánea que como veremos a continuación es compleja ya que sus diferentes componentes integrantes de la sociedad reflejan una gran diversidad de características entre ellas.

Antes de terminar con este breve apunte de la utilidad e importancia de este estudio, queremos aclarar que estamos conscientes de que el nacimiento de esta nueva cultura material contemporánea mexicana no depende únicamente del conocimiento (por importante que sea) de las preferencias gustos y necesidades sensoriales del mexicano reflejadas en todas sus manifestaciones culturales, sino también (y en especial por la realidad económica e histórica que México está viviendo) de acciones de gobierno tanto políticas como económicas que permitan igualmente el nacimiento, supervivencia y

¹ Con el término cultura material se hace referencia a aquella tipología de objetos nacidos en el seno, u originados dentro de una determinada sociedad y de un sistema económico determinado, es decir de una realidad en particular.

desarrollo de esta cultura material contemporánea, pero es obvio que estos aspectos no forman parte del presente estudio.

Volviendo al tema que nos ocupa que es el carácter nacional del mexicano, podemos decir que existen cuantiosos estudios acerca de esta temática; Temática que ha sido abordada desde, principalmente tres puntos de vista distintos: El psicológico, el filosófico y el literario.

Los estudios filosóficos se inician en el siglo XX con los trabajos de los escritores y filósofos mexicanos como Alfonso Caso y José Vasconcelos, seguidos por los de Samuel Ramos, y Leopoldo Zea entre otros. El punto de vista literario es el que posee mayor cantidad de estudios y mayor diversidad de dimensiones y aspectos abordados en cuanto al carácter nacional y modos de comportamiento del mexicano entre ellos destaca el trabajo de Octavio Paz y el de José E. Iturriaga.

Los estudios psicológicos acerca del mexicano son la mayoría de ellos recientes y contemporáneos, los consideramos de una gran veracidad ya que para llevarlos a cabo en varios de ellos se han aplicado una serie de técnicas y métodos de la psicología y psicoanálisis que han permitido dar a estos estudios a través de este apoyo científico, gran veracidad y han permitido además el explicar, comprobar o bien desmentir o rechazar, la existencia de una serie de rasgos psicológicos que trabajos anteriores a estos como los mencionados de índole filosófica y literaria habían ya mencionado, estos dos últimos enfoques nos parecen de cualquier manera también interesantes y válidos, ya que son de alguna manera una evidencia social y un testimonio sobre las costumbres y comportamientos de los individuos de la sociedad mexicana, sobre todo aquellos desarrollados por literatos o filósofos capaces y hábiles para identificar cuestiones relevantes, sin embargo consideramos que la profundidad literaria o filosófica no substituyen el sistemático análisis científico.

Por lo tanto serán aquellos estudios psicológicos que han determinado y comprobado con bases reales a través de diversos medios de investigación científica el verdadero carácter nacional del mexicano por lo cual éstos serán en los que principalmente nos basaremos para identificar las características, necesidades y gustos sensoriales del mexicano, y en menor medida en los estudios desde las otras dos perspectivas, que se tomarán en cuenta para el presente trabajo en la medida en que señalen, mencionen y analicen los datos identificados por los estudios psicológicos con bases científicas.

7.1.1 Tipos Psicológicos Mexicanos

Queremos comenzar este estudio citando uno de los trabajos que nos parecen más interesantes para el presente estudio, primero por que es un estudio contemporáneo, y en segundo lugar por sus bases científicas que le otorgan gran veracidad al estar basados en estudios de campo con importantes muestras de sujetos mexicanos.

En los últimos veinticinco años, Díaz Guerrero (2001, 15) y un grupo de investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Nacional de Ciencias del

Comportamiento y de la Actitud Pública, a. C. (INCCAPAC), han realizado un nuevo tipo de estudios llamados *estudios transculturales*, que permite conocer qué maneras de ser son típicas del mexicano. Así, comparando con pruebas psicológicas y con entrevistas a sujetos mexicanos con sujetos de otras naciones, se puede decir, con seguridad muchas cosas acerca de los mexicanos.

Según Díaz - Guerrero, la única forma que existe de hacer una auténtica psicología del mexicano consiste en demostrar científicamente la relación que existe entre la cultura mexicana, particularmente la cultura folklórica de México y la personalidad de los mexicanos. De acuerdo con Díaz - Guerrero, todas las características de los mexicanos provienen de la filosofía de vida, propia de su cultura, es decir de las formas de pensar acerca de nosotros y de los demás, que van pasando de generación en generación, por eso se dice que la cultura es un resultado de la historia de cada nación; Expresándolo en forma más sencilla puede decirse que la mayor parte de los dichos, proverbios y moralejas mexicanas, lo mismo que las ideas que se tienen acerca de los deberes que entre sí tienen los padres y las madres, los padres y los hijos, y los hermanos y las hermanas en México nos las heredaron nuestros antepasados.

Uno de los primeros estudios importantes que se llevaron a cabo para relacionar la cultura mexicana con la personalidad del mexicano es muy reciente (la parte inicial de este estudio fue publicado en 1979), los resultados han indicado que cuando menos hay ocho tipos de mexicanos, y además mezclas de estos tipos, lo más importante según Díaz - Guerrero es que estos tipos resultan del grado hasta el cual los mexicanos aceptamos la cultura mexicana, hay unos que aceptan, al parecer, todos o casi todos los dichos, proverbios y formas de pensar de la cultura mexicana así como las reglas tradicionales de la cultura; Hay otros que se rebelan a casi todos los dichos proverbios y formas de pensar de la cultura mexicana, en medio de estos extremos hay muchos otros que en distintos grados, mezclan el hecho de estar de acuerdo con la cultura mexicana pero se rebelan en distintos grados a ella; Esta aceptación o rechazo de estos aspectos culturales se reflejarán de diferentes formas también en los elementos de que se rodeen, ya que plásticamente muchos de sus elementos sensoriales que conforman los objetos están ligados inevitablemente con la cultura tradicional.

Con esta tipología finalmente se ha demostrado científicamente que hay varios tipos diferentes de mexicanos que son sin embargo el resultado de la misma historia sociocultural mexicana.

De los ocho tipos descubiertos hasta ahora por Díaz - Guerrero y colegas, cuatro son según ellos los más frecuentes, a continuación se describen a grandes rasgos tomando aquellas características que serán útiles para los objetivos de este trabajo (2001, 17 - 32):

Tipo	Estrato Social/ Sexo	Características Generales
Pasivo, obediente y afiliativo	Sobre todo en zonas rurales provincias del centro y sur. Los estudios demuestran que en general este tipo de personalidad se da más frecuentemente en el sexo femenino que en el masculino. Normal en niños hasta 12 y 13 años.	El más común en la sociedad mexicana, Gran interés en socialización, Gustan de mantener, sus cosas personales y medio ambiente que les rodea limpios. Gran interés por métodos que permiten mantener cosas ordenadas. Disciplinados, metódicos. Poco espontáneos excitables Adultos: No les interesa independizarse de la familia Buscan protegerse y evitar sufrir. Buscan mucho su seguridad evitan todo peligro. Típicas madres abnegadas
Rebelde activamente auto afirmativo	Tipo muy frecuente en clase media y alta. Más común en ciudadanos, entre estudiantes y maestros que no en trabajadores. Los estudios demuestran que en general este tipo de personalidad se da más frecuentemente en el sexo masculino que en el femenino	Opuesto al anterior se opone a obediencia absoluta, padre madre y maestros. Dominantes y agresivos, irritable y tosco. Más perceptivo que el resto de tipologías ve y define con más claridad muchas cosas. Impulsivo e impetuoso, poco cauteloso, tendencia aislamiento. Da rienda suelta deseos y emociones, impaciente y audaz. Desorganizados, poco les importa su aspecto externo. Sufren con frecuencia problemas emocionales y de ansiedad Alto coeficiente intelectual, más velocidad lectura.
Control interno activo	No existe evidencia que se de con mayor frecuencia en familias ciudadinas o rurales Hombres o mujeres, ni en familias acomodadas ni en pobres ciudadinas sexo masculino: No machistas Tipo de personalidad que suele darse en ambos sexos	Tipo que parece estar más allá de la cultura tradicional; Libertad interna que le permite adoptar lo mejores gajos cultura. Posee los aspectos más positivos cultura mexicana evita exageraciones aspectos negativos menos frecuente que los dos tipos anteriores. Inteligentes, cumplidos, filiativos. Estudios transculturales: Muchachos de Cd. de México más ordenados en su persona y cosas que los muchachos estadounidenses, reflexivos, piensan antes de actuar. No dan fácilmente rienda suelta a sus deseos y emociones no son apresurados ni precipitados en acciones y pensamientos, Optimistas, enfrentan los problemas. Más cautelosos que audaces.
Control externo pasivo	Este tipo se da en todas las clases sociales, no tan frecuente como los tipos a) y b). Tipo de personalidad que suele darse en ambos sexos	Niños de este tipo a los doce años resultan ser las ovejas negras de la cultura mexicana a los doce años son agresivos, impulsivos, rebeldes y pesimistas. Habilidades intelectuales y académicas por debajo de sus coetáneos, vengativos, peleoneros, irritables. Desorganizados respecto a sus efectos personales descuidan su aspecto externo y parecen a veces hippies. Impulsivos, impenetuosos, poco cautelosos, tienden a actuar sin pensar las cosas. Dan rienda suelta a sus deseos y emociones. Tienden a ser veletas controladas por el ambiente

7.1.2 Tendencias Cognitivas del Mexicano

Existen importantes estudios llevados a cabo por Herman Witkin, a partir de los cuales en 1954 junto con sus colegas Lewis, Hertzman, Machover, Meissner y Wapner publican el libro *La personalidad a través de la percepción* (1954).

Estos estudios fueron inicialmente estudios de laboratorio y pruebas psicosométricas, y posteriormente estudios de campo y transculturales realizados en diversas partes del mundo, particularmente en Europa, África y México.

A través de sus estudios, Witkin y sus colegas demostraron la existencia de dos estilos fundamentales de cognición por parte de los sujetos, estilos que definieron de la siguiente manera:

"...maneras consistentes de funcionamiento que los individuos muestran característicamente en sus actividades perceptivas e intelectuales. Estos estilos cognitivos son manifestaciones en la esfera cognoscitiva de dimensiones más amplias de funcionamiento personal, que se manifiestan a través de diversas áreas psicológicas de los individuos" (Witkin 1971, 3).

Las pruebas de laboratorio a las que sometieron fundamentalmente a los individuos fueron: La prueba de la barra y el marco que consistía en que los sujetos en un cuarto totalmente oscuro excepto por que frente a ellos se podía observar una barra luminosa suspendida dentro de un marco también luminoso, tanto la barra como el marco podían ser inclinados independientemente, la prueba se iniciaba cuando tanto el marco como la barra se encontraban inclinados y se pedía que el sujeto dirigiera al experimentador para poner la barra en una posición que el sujeto considerara como la vertical verdadera, algunos sujetos tenían éxito y se les llamó *independientes al entorno*, otros tendían a orientar la barra en relación con el marco luminoso, aún cuando éste estuviese sumamente inclinado, a éstos se les denominaba *sensitivos al entorno*, es decir sus percepciones dependían considerablemente del medio circundante.

Otra prueba más a la que se sometía a los individuos era aquella en que los sujetos eran colocados en una cámara, que como aquellas antiguas casas de la risa, podía ser inclinada fuertemente, en esta cámara había un sillón que también podía ser inclinado independientemente de la inclinación de la cámara, a los sujetos se les pedía en este caso que se sentaran en el sillón que podía estar inclinado hacia un lado mientras que la cámara estaba inclinada hacia el otro, enseguida se les pedía que lo colocaran en posición vertical sin importar la posición de la cámara, algunos lograban ponerse en posición estrictamente vertical independientemente de la inclinación de la cámara, otros indicaban que estaba ya en posición totalmente vertical cuando lograban poner el sillón de tal manera que estuviese en relación con la inclinación de la cámara, a los primeros se les

consideró *independientes al entorno*, y a los segundos *sensitivos al entorno*, Otros sujetos quedaban entre estos dos extremos y eran más o menos sensitivos o independientes al entorno

Otra importante prueba más que Witkin y sus colaboradores descubrieron que estas dos tendencias se podían demostrar fue con una tarea aparentemente sencilla: *La prueba de las figuras ocultas*, descubrieron que los sensitivos al entorno, eran poco capaces de extraer una figura simple que estuviese oculta entre trazos complejos, mientras que los independientes al entorno eran hábiles para desentrañar figuras escondidas en un fondo complejo, a partir de este descubrimiento Witkin desarrolló la prueba psicológica que lleva su nombre: *La prueba de figuras ocultas de Witkin*.

De esta manera Witkin y sus colaboradores descubrieron que existen interesantes diferencias en la manera de percibir el mundo entre los individuos, diferencias dependientes principalmente de factores ambientales. Así identificaron dos estilos cognoscitivos que llamaron, como ya se ha indicado mas arriba, *sensitivos al entorno*, contra *independientes al entorno*, de esta manera a través de sus estudios los mencionados investigadores concluyeron que los independientes al entorno utilizaban las sensaciones de su cuerpo para alcanzar la vertical, mientras que los sensitivos al entorno negaban por completo las sensaciones de su cuerpo y dependían exclusivamente de las claves y estímulos visuales que les daba su ámbito es decir sus percepciones dependían claramente del medio circundante.

Ahora bien, hemos querido exponer ampliamente todo lo anterior por que esta prueba de Witkin se aplicó en un estudio llevado a cabo por Holtzman, Díaz-Guerrero, Swartz y colaboradores (1975), a sujetos mexicanos (y a estadounidenses) de diez y más años de edad, siguiéndolos por un período de seis años, de tal manera que siguieron a niños del primero al séptimo año escolar, a niños del cuarto hasta el décimo, y a niños desde el séptimo hasta el decimotercero es decir hasta el primer año de sus carreras profesionales, encontrando que la prueba de las figuras ocultas era la más estable a través de los años, de toda la extensa batería de tests que utilizaron, algunos estudios indican que más allá de los cuarenta a medida que se entra en las etapas de vejez parece haber una tendencia hacia una mayor dependencia del campo, por otra parte la mujer mexicana resultó ser la más sensitiva de todos los grupos (los individuos estadounidenses resultaron claramente independientes del entorno)

Pero hasta este punto cabría preguntarse: ¿De dónde provienen estas interesantes diferencias en la manera de percibir al mundo? Díaz Guerrero (2001, 311), apunta que si bien todavía no hay manera de eliminar los factores genéticos, la evidencia favorece ciertamente a los factores ambientales, y en todo caso a una interacción de disposiciones genéticas y factores ambientales en la cual los últimos son los más importantes. Fuera de los posibles precursores genéticos, mediante algunos estudios experimentales se ha logrado demostrar que las prácticas, de socialización, educación, y crianza, es decir los

factores culturales y ciertos factores ecológicos, son fundamentales en el desarrollo de los estilos cognoscitivos.

Así los patrones de crianza y socialización, en los cuales se subraya la cooperación, la obediencia y la conformidad de los hijos hacia la autoridad de los padres, así como las necesidades del grupo, tienden a producir individuos más bien dependientes del campo, por el contrario los patrones de crianza y de socialización que promueven la competencia, el valerse por sí mismos, la independencia y las necesidades individuales, producen más bien individuos independientes del campo.

Como las culturas cuya filosofía de vida promueve un grupo de estas creencias sobre el otro, se han hecho multitud de estudios, que vienen demostrando por ejemplo, que los niños mexicanos y México norteamericanos son más bien dependientes del campo, mientras que los norteamericanos son más bien independientes del campo. Por otro lado los factores ecológicos son un determinante muy interesante, pues muestran que los grupos nómadas de cazadores, en donde la autonomía y el valerse por sí mismos son importantes, tienden más a la independencia del campo que otros grupos, cuya civilización es más desarrollada, por ejemplo los grupos de agricultores, en donde la cooperación es fundamental y se atiende mucho más a las necesidades de grupo que a las de los individuos.

Por otra parte en numerosos estudios se han mostrado persistentes diferencias sexuales que dan a los varones, en todas las culturas estudiadas con excepción de las nómadas, una mayor independencia del campo que a las mujeres; Sin embargo estas diferencias parecen no existir en niños y en grupos geriátricos. Ávila, Curiel y Díaz-Guerrero (1977) estudiando una muestra de más de mil sujetos entre los tres y los cinco años de edad en México en tres niveles (niños de medios rurales, urbanos de la clase baja, y urbanos de la clase media) no encontraron diferencias entre los sexos, pero sí claras diferencias entre los medios rurales y urbanos y de clase social. Así entre más alta es la clase social, mayor es la independencia del campo: el grupo total de niños urbanos resultó más independiente del campo que los rurales. En este estudio se demostró claramente también que los niños de mayor edad son más independientes del campo que los de menor edad, dentro de los tres años de edad estudiados.

Por lo tanto, con todos estos estudios se ha venido a confirmar cuán determinante es, para que los niños crezcan sensitivos o independientes del ámbito, el ecosistema en el que nacen y crecen, particularmente lo que los científicos sociales llaman su socialización, es decir, en términos locales, la educación que en cada sociocultura reciben de sus padres, así según Díaz Guerrero (2001, 173) la sociocultura mexicana parece hecha para inducir sensibilidad al medio y la estadounidense como su contraparte para fomentar la independencia; Y continúa que más allá de la especulación sería existe el hecho demostrado, por él mismo y sus colegas, de que mexicanos con altas calificaciones en las escalas psicológicas desarrolladas por este investigador para medir la mexicanidad tradicional, son tanto más sensitivos al entorno en la prueba de Witkin cuanto más

mexicanos tradicionales son y tanto más independientes del medio cuanto más se rebelen contra las premisas socioculturales mexicanas. Mientras más los individuos se conformen, exageren o se rebelen contra los mandamientos de sus socioculturas tenderán hacia una dependencia o independencia de su ámbito, así los sujetos que más se rebelan contra su sociocultura son y serán aquellos que reciben mayor educación formal.

Menciona que se ha descubierto además que si bien cada individuo mantiene en forma persistente sus características de ser independiente o sensitivo al entorno año tras año, hay una definida tendencia evolutiva entre los cinco y los quince años de edad, de tal modo que durante este período se da un incremento en el grado de independencia del medio; Después de los quince años, el nivel alcanzado se mantiene en todos los individuos en forma más o menos igual hasta los cuarenta años, a medida en que se entra en las etapas de vejez, hay una tendencia hacia una mayor sensibilidad al campo. Estudios con grupos geriátricos han demostrado que son muy dependientes del medio, aunque los sujetos de la misma edad que aún trabajan mostraron mayor independencia del ámbito que los que se habían retirado

Por otra parte según Díaz - Guerrero (2001, 170 - 175) se ha demostrado además que el ser sensitivo o independiente del entorno visual tiene un gran número de repercusiones respecto a variadas características, tanto en lo que respecta a procesar información que recibimos del ambiente como respecto de rasgos de personalidad:

Por ejemplo en cuanto al desempeño intelectual, no se han detectado diferencias promedio en inteligencia entre los individuos independientes del ámbito y los sensitivos, sin embargo se ha demostrado por ejemplo que los individuos sensitivos al entorno tienden a tener vocación y capacidad por las humanidades, mientras que los independientes del ámbito muestran inclinación y capacidad para las ciencias y las matemáticas; "He aquí una interesante razón psicológica - dice Díaz - Guerrero - que permite comprender el mayor desarrollo de las humanidades y las artes en México"

En cuanto a las relaciones interpersonales y sociales: Se ha demostrado con claridad que mientras los independientes del ámbito parten de estímulos o de información interna para formar sus opiniones, realizar juicios o alcanzar un acuerdo, los sensitivos al medio son más capaces de aceptar los puntos de vista de los demás en cada una de las actividades referidas, y siempre están más atentos a los posibles estímulos sociales y ambientales. Así siguiendo con Díaz - Guerrero, los adjetivos que por lo tanto describen la personalidad de los sujetos más sensitivos al medio son: amigables, considerados, cálidos, afectuosos, corteses, discretos, y abiertos. En contraste la descripción de los individuos independientes incluye entre otras características la de ser desconsiderados, rudos, exigentes, ambiciosos, interesados en el poder, oportunistas y manipuladores.

Características de los dos Estilos Cognitivos de Witkin	
Independientes al Entorno	Sensitivos al Entorno
Dependen en gran medida de su información o estímulos internos personales para el desarrollo de sus actividades cognitivas.	Dependen en gran medida de las claves y los estímulos sensoriales de los elementos del entorno en el desarrollo de sus actividades cognitivas.
Mayor inclinación y capacidad para las ciencias y las matemáticas.	Mayor inclinación y capacidad para las humanidades.
En general tienden a ser individualistas, poco sociables, cerrados, poco comunicativos.	En general tienden a ser Abiertos, amigables, muy sociables y comunicativos.
Principalmente atentos a la propia información interna.	Principalmente atentos a posibles estímulos ambientales y sociales.

Tabla 16. Descripción de las características de cada uno de los estilos cognitivos definidos por Witkin y colaboradores.

Tendencias Perceptivas de Diferentes Grupos de Mexicanos	
Grupo	Tendencia Perceptiva
Estratos o Clases Sociales	Entre más alta es la clase social existe en los individuos una mayor tendencia a la independencia del entorno.
Clases Urbanas	La mayoría de las clases urbanas muestran una mayor tendencia hacia la independencia del entorno que las rurales.
Grado de aceptación de la cultura tradicional mexicana	Los individuos que han aceptado o que su conducta responde en mayor medida a la cultura tradicional mexicana muestran una mayor tendencia hacia la sensibilidad al entorno.
Grupos de Edad	Individuos de mas de cuarenta años muestran una mayor tendencia que los demás grupos de edad hacia la sensibilidad al entorno. Se ha determinado que entre los 5 y 15 años se da en general una tendencia hacia el incremento de la independencia del entorno.
Sexo de los individuos	La mujer mexicana es el subgrupo que muestra una mayor tendencia general hacia la sensibilidad al entorno que el sexo masculino y demás grupos.

Tabla 17. Descripción de las tendencias perceptivas de diferentes grupos de mexicanos.

7.2 Subculturas

Como se ha mencionado anteriormente, en este apartado se pretende estudiar a los subgrupos existentes dentro de una sociedad nacional (en este caso la mexicana), y de esta manera distinguir sus variantes en cuanto a preferencias sensoriales. Dentro de una sociedad, como se apuntó mas arriba, no todos los segmentos que la integran poseen los mismos patrones culturales ya que por diversas causas que a continuación expondremos tienen sus propias costumbres, valores, educación y formas de comportarse muy distintas entre sí, cada estrato social tendrá así sus propias formas de actuar, que conciernen a la relación del individuo con su propia subcultura; todos estos elementos como lo veremos a continuación, van a determinar grandemente sus gustos estéticos- sensoriales reflejados en los objetos de que se rodean.

Cabe señalar que en México particularmente, esta distinción y diferenciación de subgrupos se encuentra especialmente marcada debido a su estratificación social y económica que se traduce en una gradación de formas de vida con sus propias manifestaciones culturales (Cárdenas 2000), esta heterogeneidad cultural, se manifiesta en los diferentes niveles de urbanización, educación, concentración industrial, y en la existencia de marcadas clases sociales; Clases sociales que van a tener sus propias relaciones interpersonales, pautas de comportamiento, actitudes, búsqueda de estatus, símbolos, gustos, que se van a ver reflejados en la preferencia y elección por un tipo de vivienda, muebles, vestido, etc., es decir productos en general.

México es actualmente una sociedad plural culturalmente heterogénea, donde subsisten grupos humanos colonizados, súper explotados, y subempleados, por lo cual puede decirse que México hoy en día es muchos México no solo en el aspecto económico y geográfico sino también étnica y culturalmente. Béjar (1994, 50) considera a la historia, la política, la estructura social, la personalidad, la economía y las condiciones ecológicas o ambientales como elementos que permiten explicar; las diferentes subculturas entre los diversos grupos nacionales.

Para comprender claramente las causas que han dado origen a esta marcada estratificación de la sociedad es necesario hacer mención de la historia de México, historia que como cualquier proceso social es muy compleja; En México lo es especialmente por que entre otras causas ha sido escenario del intercambio social de diversos pueblos; Con esta breve revisión no se trata de hacer un análisis histórico ni sociológico profundo de esta temática ya que no es el tema que nos ocupa, sino de exponer breve y claramente el por qué existe esta marcada estratificación social y económica y por qué determina y origina para cada subgrupo una particular subcultura que va a marcar grandemente sus gustos estéticos - sensoriales.

Como ya se mencionó, al ser numerosas las causas de esta problemática, sería inexacto mencionar solo alguna de ellas como causa única, por lo cual nos parece muy acertado el que Béjar Navarro (1994, 208-233), al intentar explicar cómo se originó esta desigualdad social las agrupe en cuatro categorías principales de manera que le permite aproximarse al complejo problema de la desigualdad en México, estas causas son: Causas histórico geográficas, causas étnico demográficas, causas socio políticas y causas socio económicas. Tomando en cuenta todas ellas podemos decir a grandes rasgos que:

Los orígenes de la desigualdad social actual se encuentran profundamente arraigados en la historia de México a partir de la conquista española, conquista, que provocó la fragmentación sociocultural de las sociedades prehispánicas inducida violentamente por los peninsulares, este fue el hecho que marcó el primer elemento básico de la desigualdad: El dominio español y la subyugación indígena; Así, el modo de vida y las instituciones que impusieron los conquistadores y que se arraigaron durante la Colonia fueron configurados por la estructura social del pasado inmediato de éstos, es decir una España en donde después de cinco siglos de lucha de reconquista contra los moros, se encontraba en un gran atraso económico, una enorme desigualdad en la distribución de la riqueza entre las clases sociales, un fuerte centralismo de su organización social y un total absolutismo de su régimen, elementos que trasladaron a la que llamaron Nueva España, y que fue entonces administrada para beneficio de la Corona por los conquistadores.

Aunque efectivamente con el movimiento de independencia de 1810 se abolieron las castas, (nacidas de las diversas mezclas étnicas no sólo principalmente entre el español y la indígena sino con grupos de africanos que fueron traídos a América por los conquistadores y con grupos de asiáticos que fluyeron a América después de que España conquistara las Filipinas; Castas entre las que destacaban por su número la de los mestizos y mulatos), la conformación básica de los estratos sociales no se vio alterada, la desigualdad de la población continuó no solo en lo económico sino en relación con los que podían ejercer o comprar el poder político, los grupos indígenas continuaron siendo marginados y los grupos en el poder continuaron perteneciendo a un único grupo, aunque esta vez no ya españoles sino en su mayoría mestizos.

Por otro lado la conocida inestabilidad política del siglo XIX afectó la producción económica, y la distancia socioeconómica de las regiones y de los individuos se amplió, posteriormente las características que asumió México bajo un incipiente capitalismo, establecieron los rasgos esenciales de la desigualdad política. En la actualidad según Béjar Navarro esta enorme brecha se mantiene en buena medida por el sistema político mexicano que controla las demandas populares y medios a través de un corporativismo estatal en que los grupos organizados: Sindicatos, confederaciones, federaciones de empleados, de profesionistas y cualquier sector social significativo están incorporados directa o indirectamente al estado.

Además de los anteriores factores, es necesario agregar, los geográficos con sus correspondientes asentamientos humanos, que acrecientan la diversidad social: la topografía nacional con sus heterogéneas regiones tiene mucho que ver con las diferencias y desigualdades étnicas, ocupacionales y culturales: Aunque desde la conquista hasta la fecha se ha mantenido la ficción de un país extraordinariamente rico, Béjar Navarro menciona que es verdad que el país cuenta con numerosos recursos minerales, y es famoso por su oro y plata desde la Colonia, por sus buenas tierras para el cultivo, ganado, bosques y litorales con marisco y cierta riqueza pesquera, no obstante el país perdió gran parte de sus mejores tierras de cultivo en la guerra del siglo XIX contra Estados Unidos, y hoy la mejor parte de las tierras mexicanas son poco fértiles, por otro lado el clima de México es muy variado por latitud, longitud del territorio y elevación sobre el nivel del mar, por lo cual la precipitación pluvial es insuficiente en algunas zonas y en otras excesiva, sus montañas dificultan la agricultura en gran escala, los transportes y las comunicaciones, cuestiones que impiden además la homogeneidad nacional, puesto que dividen al país en regiones.

Además la existencia de enormes áreas metropolitanas implica una elevada concentración de recursos, servicios y funciones, que necesariamente se toman de otras regiones para cubrir el costo del excesivo crecimiento urbano: Oficialmente se estima que ya en 1990 el 71.3% de la población mexicana, vive en sectores urbanos (INEGI, 1990); Este traslado de recursos incrementa la desigualdad social y conduce a movimientos migratorios que tienden a reforzar la acumulación humana en un mínimo territorio (migración especialmente indígena a las ciudades y que los hace insertarse debido a su marginación aguda como grupo a las mayorías ciudadinas originándose de esta forma las subculturas de los barrios - tradición muy indígena inicialmente conformada por los patrones religiosos; Esto da pie para pensar que la sociedad del barrio orillándose en las ciudades se irá erigiendo como un baluarte que defiende una cultura que por las mismas contradicciones socioeconómicas, se convierte en reservorio de la identidad nacional y del carácter del mexicano).

Por otro lado es interesante mencionar que ni las invasiones europeas ni las guerras internas han logrado desaparecer a las comunidades indígenas que conservan aún su lengua y su cultura. De acuerdo con el INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática - México) en 1995 el conteo de la población mexicana era de 91, 120, 433 habitantes, del total de la población aproximadamente 7% es indígena es decir más de 6 000 000 de personas distribuidas en más de 30 etnias distintas, de los cuales 4, 500, 000 aunque conocen en diferentes grados el castellano hablan principalmente su lengua indígena (Cárdenas 2000, 26 - 28), esta heterogeneidad lingüística conlleva de manera fundamental una gran desigualdad de oportunidades, que se traducen en condiciones de marginalidad y aislamiento de estos grupos de la estructura social del país; A lo anterior hay que agregarle además la educación, que es un factor más de desigualdad en estos grupos, ya que el alfabetismo y la escolaridad ocurren principalmente en entidades con altos índices de urbanización y con funciones económicas fuertemente orientadas a la

industria y los servicios, por lo tanto en aquellas entidades que en general coinciden con ser las de mayor población rural e indígena tienen avances lentos y grandes deficiencias con respecto a las entidades más desarrolladas.

7.2.1 Las clases sociales mexicanas y los productos

Todas esas circunstancias históricas económicas y políticas descritas en el apartado anterior hacen surgir en México configuraciones nacionales diferentes; Según Iturriaga (1987, 40) las clases sociales en su concepto moderno aparecen al sobrevenir la revolución industrial y la declaración de los derechos del hombre, antes de estos dos acontecimientos históricos, la organización social estaba dividida en grupos cerrados, compuestos por elementos homogéneos desde el punto de vista económico, político, racial, y jurídico. Así, según Iturriaga, México no se sustrajo a tales cambios pues su movimiento de independencia destruyó las castas (como se ha mencionado anteriormente), pero no tanto en virtud de la revolución industrial ya que ésta surgió mucho más tarde en México, sino en cuanto incorporó al ideario de sus primeras constituciones la Declaración de los Derechos del Hombre. Desde entonces, la organización social de México viene evolucionando de una rígida división de castas a una dividida en clases.

Actualmente, la población mexicana se estratifica en diversas clases sociales (Cárdenas 2000, 28) determinadas con base en sus funciones, costumbres, situación económica y de poder, estas clases se describen en la siguiente gráfica (figura 14) en la cual se puede observar que son seis y que engloban a un determinado tipo de persona de acuerdo con la ocupación o actividad que desempeña dentro de la sociedad mexicana, sus ingresos económicos, su nivel cultural, y finalmente sus pautas de comportamiento; Estas clases son:

Baja - Baja: Se estima que representa el 35% de la población, y está constituida por trabajadores temporales e inmigrantes, comerciantes informales, desempleados, y gente que vive de la asistencia social.

Baja - Alta: Se estima que sea aproximadamente 25% de la población nacional y esta conformada principalmente por obreros y campesinos (agricultores). Es la fuerza física de la sociedad, ya que realiza arduos trabajos a cambio de un ingreso ligeramente superior al sueldo mínimo.

Media - Baja: Formada por oficinistas, técnicos, supervisores y artesanos calificados. Sus ingresos no son muy sustanciosos pero son estables, se estima que sea el 20% de la población nacional.

Media - Alta: Incluye a la mayoría de hombres de negocios y profesionales que han triunfado y que por lo general constan de buenos y estables ingresos económicos. Se estima que sea aproximadamente 14% de la población nacional.

Alta - Baja: la integran familias que son ricas de pocas generaciones atrás. Sus ingresos económicos son cuantiosos y muy estables. Se estima que sea aproximadamente el 5% de la población nacional.

Alta - Alta: La componen antiguas familias ricas que durante varias generaciones han sido prominentes y cuya fortuna es tan añeja que se ha olvidado cuándo y cómo la obtuvieron. Se estima que sea aproximadamente 1% de la población nacional.

Ahora bien, ¿Qué tiene que ver, o qué relación tiene la clase social con el gusto y/o preferencia por determinadas clases de objetos por los diversos grupos sociales?

Para comenzar a responder a la anterior pregunta citemos primeramente a Thorstein Veblen (1971, 138), él señala que en toda comunidad industrial la reputación y el nivel social de los individuos la establece la fortaleza económica; Los medios para mostrar esa fortaleza económica son los bienes, por lo cual, la variación en cuestión de gusto de una clase social a otra no es tanto una diversidad de la norma con arreglo a la cual opera el sentido ingenuo de la belleza, ni una diferencia constitucional de dotes estéticas, sino una diferencia en el código de reputación y notoriedad social del individuo, reputación que se ve reflejada en la clase de objetos que caben adecuadamente dentro del ámbito del consumo para la clase a la que pertenece el crítico y futuro poseedor del objeto, es decir se trata de una diferencia en las tradiciones convencionales relativas a las clases de cosas que pueden consumirse en calidad de objetos de gusto, sin descrédito para el consumidor.

Lo anterior se explica según Thorstein, por que en la actualidad, los medios de comunicación y la movilidad de la población exponen al individuo a la observación de muchas personas que no tienen otros medios de juzgar su reputación, sino por la exhibición de bienes (y acaso de educación) que pueda hacer aquél mientras está bajo la observación directa de esas personas. De esta manera, la utilidad de los bienes como medio de conseguir reputación y nivel social se manifiesta entonces con mayor plenitud en aquellas partes de la comunidad donde es mayor el contacto humano del individuo y

más amplia la movilidad de la población; Así, entre la población rural y la urbana, esta última empleará una parte relativamente mayor de sus ingresos en el consumo ostensible de bienes de manera que respondan al sistema de convencionalismos sociales que regulan las relaciones interpersonales e intergrupales de la sociedad en la que se desenvuelve.

En este orden de ideas por otro lado, Loudon y Della Bitta (1999, 185) apuntan, que en una sociedad compleja donde la riqueza determina el estatus, las posesiones se convierten en un indicador de valor y riqueza, de ahí que en cada clase social haya miembros que buscan alcanzar un estatus superior en virtud de sus posesiones, (claro que con todo conviene señalar que esta es una generalidad y que sin embargo habrá quienes en ese mismo nivel estén contentos con ahorrar más y gastar su dinero en forma menos extravagante).

Con todo lo anterior se puede decir por lo tanto que el consumidor usuario compra productos no solo por su valor intrínseco sino también por lo que pueden significar, en otras palabras consideran que los productos poseen un significado personal y social, además de su finalidad puramente funcional², de esta manera las cosas que las personas o consumidores adquieren se convierten en símbolos, que indican a los demás quienes son y a qué clase social pertenecen.

Ahora bien, a través de la historia y hasta hoy en día, en México existe en general una importante influencia de estos convencionalismos sociales que determinan en gran medida el gusto de los sujetos por cierto tipo de productos, se puede ver este fenómeno claramente reflejado en la clase de objetos que conforman el ambiente cotidiano de los individuos pertenecientes a determinada clase social, convencionalismos que consideramos al igual que Cárdenas (2000, 169) influyen en mayor medida en las clases medias y en menor en las clases bajas (aunque consideramos que en todas están presentes).

En el apartado que sigue se exponen ampliamente las características generales, las causas y los cánones de gusto que en general rigen la elección de objetos por los individuos de los diferentes subgrupos sociales mexicanos, sin embargo quisiéramos antes hacer un breve apunte, a modo de introducción de lo que expondremos a continuación, a propósito de algunas ideas que expone en su trabajo Jean Baudrillard (1991, 21), en el cual analiza algunos objetos cotidianos, objetos en los que consideramos - sobre todo en alguno de ellos - que se ven claramente reflejados estos convencionalismos sociales y que nos parece interesante mencionar ya que en el

² Un ejemplo claro de esta idea lo señala Baudrillard Jean (1999, 155-156) al mencionar como en el siglo XVIII una mesa "Luis XV" y una mesa campesina no tenían relación alguna: "un abismo separa a las dos órdenes de objetos tal como separa a las dos clases sociales a las que corresponden. Ningún sistema cultural las integra, a pesar de que al nivel del objeto, al nivel de uso, una mesa tiene la misma función primaria a todo lo largo de la escala social..."

ambiente cotidiano y doméstico de muchas familias pertenecientes sobre todo a las clases medias mexicanas se encuentran presentes.

Uno de estos objetos que menciona Baudrillard y a los que se pretende hacer referencia es el espejo o comúnmente llamado "luna", elemento que queremos subrayar se encuentra aún presente con cierta regularidad en las salas o salones de muchos hogares sobre todo de la clase media mexicana (junto con otros objetos que igualmente forman parte de este estilo decorativo que hace uso del dorado y del color rojo en sus acabados) tanto el espejo como los acabados de otros productos que componen el ambiente sala - salón, llama o rememora simbolismos sociales de una época: Todos ellos son elementos tomados de modelos aristocráticos europeos; en este caso el espejo tal y como se ubica en estos ambientes no tiene un valor de uso determinado sino un valor únicamente simbólico, Baudrillard escribe acerca de este elemento:

"...expresa todo un orden social: No es cosa fortuita que el siglo de Luis XIV se resuma en la Galería de los Espejos y que más recientemente la proliferación de las lunas de los apartamentos coincida con la del fariseísmo triunfante de la conciencia burguesa, desde Napoleón III hasta el *modern style*."

Subrayamos en el párrafo anterior la idea de que este elemento decorativo "aún" se encuentra presente en las salas o salones por que a través de lo que apunta Salvador Novo (1932) podemos darnos cuenta que es un elemento que se introdujo en México desde antes de la primera década del siglo XX:

"Durante los años que precedieron a la Guerra Mundial en Europa y a la Revolución de 1910 entre nosotros, ¿No fue la tendencia en todas las casas de contar, sino con un ajuar Luis XV legítimo, al menos con uno austríaco y bustos de Trianon, lunas venecianas, dragones chinos, cristal de Bacarat para las mesas? ¿Alfombras persas y reproducciones en las paredes de la Gioconda?. Todo lo más culto, todo lo más extranjero, remoto y ultramarino posible..."

Eh aquí un claro ejemplo de la inclinación y preferencia de productos cotidianos extranjeros ante lo nacional; preferencia que consideramos tiene su origen desde la introducción de los primeros objetos traídos por los conquistadores y que por diversas razones que más adelante mencionaremos, entre ellas sus mayores adelantos técnicos, causaron gran admiración entre los entonces indígenas mexicanos. Se considera así, que las características de la conformación histórica de la sociedad mexicana han traído consigo una importante influencia estética cultural extranjera (y claro de otras índoles pero en este caso mencionamos la estética por el tema que nos ocupa): Española, francesa, y más recientemente estadounidense: Durante la Conquista y la Colonia española, durante el período que abarca la Reforma y el porfiriato la cultura francesa; y desde la segunda mitad del siglo XX es la cultura estadounidense la que tiene una gran influencia.

Estas influencias estéticas y culturales conformaron desde un principio - a través de los objetos e incluso costumbres cotidianas - el ambiente doméstico sobre todo de los grupos privilegiados- principalmente extranjeros en un principio -, que en México fueron los que al inicio introdujeron estos productos para su propio uso y consumo, imponiendo así ya desde aquella época gustos traídos desde fuera; Con el correr del tiempo todos estos influjos culturales muchos de ellos ya evolucionados de diferentes maneras, han sido adoptados, imitados y absorbidos en diferentes grados y formas por los diversos subgrupos sociales,

- 1- 35% Baja - Baja: Trabajadores temporales, comerciantes informales, desempleados, gente que vive de la asistencia social.
- 2- 25% Baja - Alta: Obreros y campesinos (agricultores) principalmente.
- 3- 20% Media - Baja: Oficinistas, técnicos, supervisores y artesanos calificados.
- 4- 14% Media - Alta: Hombres de negocios y profesionales que han triunfado.
- 5- 5% Alta - Baja: Familias ricas de pocas generaciones atrás.
- 6- 1% Alta - Alta: Antiguas familias ricas.

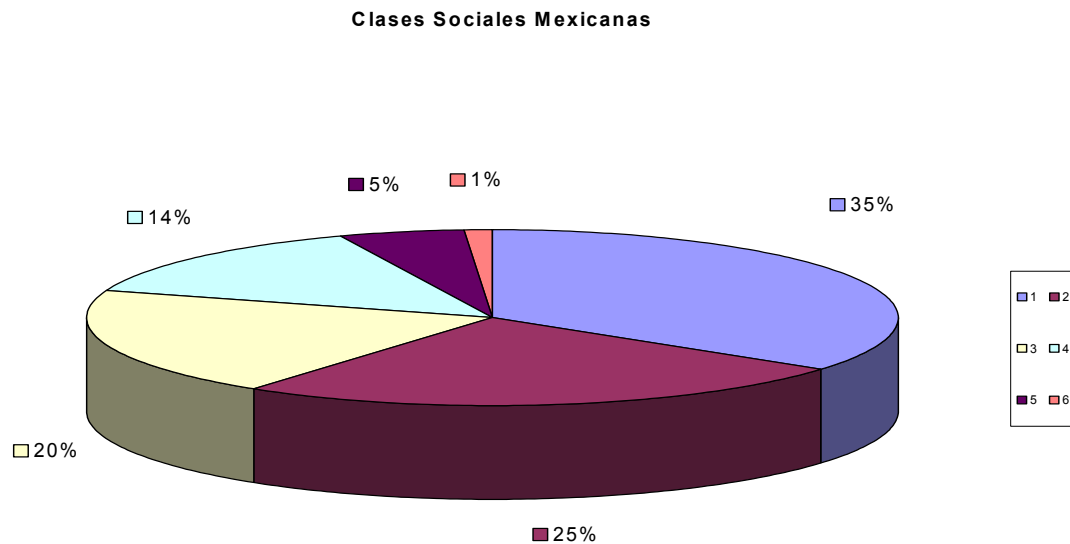


Figura 14. Gráfica que muestra los porcentajes de las clases sociales que componen la sociedad mexicana.

llegando a ser para muchos de ellos elementos que reflejan estatus y cierta posición social al imitar entornos y formas de vida de grupos con un estatus mayor que el propio.

Estas tendencias hoy en día siguen evolucionando principalmente por causas socioculturales sobre todo en aquellos grupos que tienen un mayor acceso y cercanía a estos nuevos modelos que por diversas causas se van imponiendo.

A continuación se analizan aquellos elementos, características generales, y causas que generan los cánones de gusto que determinan las preferencias de cada grupo social por determinada tipología de productos.

7.2.2 Las Clases Altas y los Productos

Basándonos en lo que menciona Iturriaga (1987, 110) esta clase social en México está integrada por: Los grandes comerciantes e industriales, los grandes propietarios de inmuebles en los centros urbanos, banqueros, agricultores ricos que tienen influencia dentro de la esfera social, económica y política, profesionistas de altos ingresos, altos funcionarios del Estado, y algunos miembros del mundo intelectual y cultural. Según él, los banqueros constituyen sin duda el sector más vigoroso de las clases altas urbanas y es el que posee mayor conciencia del lugar que ocupa tanto dentro de las otras clases sociales como de la sociedad tomada en su conjunto.

Un fenómeno ilustrativo de la clara conciencia que tiene de sí propia la clase alta en México, lo constituye el hecho de que en los diarios de mayor circulación de la capital de la República se han consagrado secciones cotidianas especiales para reseñar la vida de tal clase, la necesidad que tiene dicha clase de expresar de algún modo la conciencia de su alta jerarquía económica y social, se nota en "las paginas de sociedad" de los diarios de México.

Este hecho consideramos que refleja claramente que este grupo social, al poseer y controlar los medios de producción y comunicación utiliza diferentes medios como instrumento para imponer sus pautas culturales; Confirmando lo que menciona Veblen Thorstein (1971, 91), acerca de que la clase alta al ocupar la cabeza de la estructura social, marca a través de su manera de vida y reputación unas pautas que, las clases inferiores a ésta en la escala social se ven obligadas a observar, ya que tales pautas funcionan como normas, o puntos de referencia para medir su propia reputación al ser aceptadas por los miembros de cada estrato como ideal de decoro, este esquema general de vida que está en boga en el estrato superior más próximo, y dedican sus energías a vivir con arreglo a ese ideal, por lo tanto tienen que conformarse, al menos en apariencia, con el código aceptado, so pena de perder su buen nombre o reputación.

Lo que ocurre es que cuando un grupo o clase social determinada se apropia del poder social, político y económico, oficializa como cultura única sus muy peculiares pautas o modos de vida, olvidándose de las otras expresiones de cultura pertenecientes a los grupos débiles que, con frecuencia coinciden con los grupos mayoritarios de la sociedad. Como lo veremos mas adelante en México sin embargo, esta influencia no se da en el

mismo grado en todas las clases inferiores a la más alta y privilegiada, ya que obedece a los diferentes anhelos, perspectivas, educación y origen de los miembros de cada clase social.

Uno de los principales elementos que determina los cánones de gusto de esta clase alta es el hecho de que al disponer de grandes recursos económicos, puede en mayor medida que las otras clases acceder a otras formas de vida, a cánones extranjeros que son considerados por estos grupos tanto en México como en otros países como "refinados y de buen gusto"; por esta razón se ha identificado y se identifica con estas pautas de vida de la clase alta a la cultura con mayúscula: Escuchar una sinfonía de Mahler, poseer un cuadro de Chagall, beber *champagne*... es signo de "buen gusto, de sentido artístico". (Sin embargo, coincidimos con Béjar Navarro (1994) en que el verdadero buen gusto existe en todas las formas culturales que ayuden a vivir mejor, y por lo tanto esta clase si bien tiene mayor posibilidad de acceso a formas superiores de la cultura como lo es el arte, no puede ser de ninguna manera la detentora del juicio único sobre la auténtica forma de vivir; Las continuas mofas sobre los nuevos ricos, revelan esa falta de identidad entre el poseer poder económico y la sabiduría de vivir conforme a las pautas culturales adecuadas).

Así la clase alta es aquella que muestra en general una mayor influencia de culturas extranjeras en sus gustos y preferencias; Actualmente la cultura que ejerce una influencia mayor en México, es la estadounidense, ya que como lo mencionamos anteriormente en otro tiempo lo fue la española y posteriormente la francesa, sin embargo en los últimos años como bien lo menciona Iturriaga (1987, 254):

"Una serie de usos y costumbres se han ido permeando insensiblemente entre nosotros con ello se han introducido en el mexicano - de las clases medias y altas sobre todo- prácticas y hábitos que parecían privativos del norteamericano por pertenecer éste a un país cuya estructura económica se haya más desarrollada que la nuestra" aunque según Iturriaga también es resultado directo de la reforma progresiva de la estructura económica mexicana, pues ésta acaba por resonar en la estructura social y cultural, y a ello hay que agregar la tendencia generalizada a la simplificación de las costumbres en todas partes por ejemplo: el auge de la cultura física reflejado en el gusto por los deportes, la creación de nuevas necesidades en el uso de artículos de consumo duradero de importación como automóviles, refrigeradores, lavadoras, radios, etc., o bien infinidad de productos que sacian, inventan, y modifican necesidades, además de la sustitución de algunas costumbres tradicionales mexicanas por las norteamericanas como del típico nacimiento por el árbol de Navidad, la celebración del "día de las madres" (10 de mayo en México), etc.

Sin embargo, continuando con Iturriaga es interesante hacer notar una influencia valiosa en el orden de la cultura que según él hemos recibido de los USA: Reparar en la vocación estética nacional, elemento introducido según él por el viajero norteamericano al

reparar en las excelencias artísticas mexicanas: música, cerámica, juguetería popular, pintura, artesanías, etc., que ha provocado la atención de los propios mexicanos que antes la desestimaban. Y efectivamente como bien lo apunta Monsivàis (1996, 19 - 21), "En los (años) veintes, lo muy mexicano, halla acomodo en los círculos de la burguesía y clases medias ilustradas; En 1921... las gentes de buen gusto arreglan en sus casas un salón, una biblioteca, un "saloncito de fumar al estilo de la exposición", y quien no tiene recursos adorna los divanes con sarapes de Oaxaca o usa tiestos de Guadalajara..."

Este gusto de las clases media y alta sobre todo intelectuales por los productos tradicionales o folklóricos mexicanos nacida en la segunda década del siglo XX, se originó a raíz del surgimiento de un ambiente enfebrecido por el amor al país originado por la atmósfera heredada de la revolución de 1910; Gusto que se vio consolidado por exposiciones de prestigio acerca de estos productos folklóricos o artesanales mexicanos como la del Museum of Modern Art de Nueva York, y la del Palacio de Bellas Artes de México principalmente. Así al volverse estos productos folklóricos o artesanales tema de las expresiones culturales de importantes instituciones como los son el museo de NY y de Bellas Artes de la Cd. de México, es tomado como elemento "de moda" por estos grupos... Hoy en día esta tendencia continúa pero en comparación con aquella surgida en 1921 en mucho menor medida, en la actualidad el gusto por los productos folklóricos o artesanales mexicanos continúa pero principalmente (refiriéndonos exclusivamente a las clases altas) dentro de la elite, sobre todo como elementos destinados al ornamento del ambiente doméstico de este grupo.

Efectivamente este gusto de la elite mexicana por lo folklórico tal y como sucede hoy respondería a lo que Veblen Thorstein menciona acerca de las características actuales de la clase alta - que subrayamos en México se refleja únicamente en la elite - que a diferencia de antaño no tiende a realizar un consumo en el que adquieren cosas para lograr una "confirmación social inmediata", sino que en la actualidad no se subraya de modo tan sistemático la necesidad de hacer ostensivamente una constante demostración de alto nivel social por este particular grupo de elite sino que el aumento de la movilidad de sus miembros, ha aumentado también la facilidad con que puede lograrse su confirmación social dentro de la clase ya que dentro de ella la exención, el privilegio de la economía es algo que se da por hecho, por lo cual aparece, de acuerdo con Thorstein en estos niveles sociales e intelectuales superiores, una predilección por lo rústico y lo "natural", permaneciendo esa necesidad de confirmación social de la ostentación del lujo y poder económico reflejados en todas sus posesiones en los llamados "nuevos ricos" o bien añadiríamos, miembros de la clase alta no intelectuales.

Por lo tanto en base a Veblen (1971), una parte más de la explicación de este fenómeno de aceptación y consumo folklórico en el reducido grupo que integra la elite mexicana sería el que por un lado el trabajo a mano (en este caso de los productos folklóricos o artesanales) es un método de producción más costoso (aunque muchos de ellos no lo reflejan claramente a través de sus elementos plástico sensoriales), y los artículos del consumo diario de las comunidades industriales modernas son productos

hechos a máquina y por lo tanto más "baratos" (aunque en las características de sus elementos plástico sensoriales reflejen perfección y elementos de lujo, sofisticación y modernidad). Este hecho determinaría que las mercancías elaboradas a mano sean útiles para aumentar una buena reputación económica o estatus social para las elites, y las fallas e irregularidades observables en el producto folklórico o artesanal le hagan adquirir un rango superior al objeto correspondiente elaborado a diferencia de aquél a máquina. Además del hecho de que por otro lado la temática que abordan estos productos tanto en su plástica como en lo que en sí mismos representan responde a temáticas abordadas por los grupos culturales e intelectuales del país.

Así, la apreciación de las marcas o pequeñas imperfecciones del trabajo a mano a los ojos de la gente bien educada, de la elite misma, - que es al final ante quienes les interesará más reflejar este estatus - tienen un valor y encanto superiores y se convierte en materia de una distinción minuciosa.

En nuestra opinión en México esto se ejemplifica claramente - y ello sería una prueba que confirmaría totalmente este hecho, como parte de la realidad mexicana actual- con aquellos objetos creados por el selecto grupo llamado "maestros artesanos del arte popular mexicano"³; Los productos artesanales en México son en general, normalmente ofrecidos a precios o muy económicos o ínfimos a pesar de que el trabajo sea de calidad, sin embargo el grupo de artesanos llamados "los maestros" producen una serie de obras - cuya temática aunque nacional - está sugerida y encargada la mayoría de las veces por miembros de la elite mexicana (sobre todo del mundo político e intelectual), trabajos por los que pagan sumas muy elevadas, inalcanzables por otros estratos sociales (que dicho sea de paso algo ayudan al artesano empobrecido a mejorar su situación pero no representa una ayuda continua ni para este pequeño grupo de los considerados "maestros" ni mucho menos para el resto de ellos).

Es interesante mencionar los temas y usos que eligen para estos productos los miembros de la elite mexicana que son obviamente de su interés y gusto, como lo son diversas temáticas del arte académico contemporáneo mexicano (Frida Kahlo, Diego Rivera, etc.) y las funciones que desempeñan son principalmente ornamentales (pequeñas esculturas, figuras varias, etc.) o bien de ocio (juegos ajedrez), hacemos notar tanto los temas y usos que eligen para estos objetos este grupo por que como lo veremos en el apartado de las *clases bajas* normalmente los productos folklórico artesanales de su creación, al ser ideados y fabricados por los artesanos - que son en general miembros de los estratos bajos de la sociedad - (tanto urbana como rural) abordan en sus productos temáticas de su interés y alcance que son muy diferentes obviamente de las de los grupos de clases altas y que han sido calificadas por los estudiosos de *populares*, se trata de

³ Denominados así por el Fondo Cultural Banamex, perteneciente al Banco Nacional de México que a través de concursos a nivel nacional ha ido seleccionando a un número determinado- pequeño en comparación con la totalidad- de artesanos mexicanos con los cuales ha llevado a cabo numerosas exposiciones y trabajos documentales para diferentes museos y otras instituciones a nivel internacional. Un profundo estudio de esta temática se puede encontrar en Gil Tejada Jorge, **El nuevo diseño artesanal**, tesis doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña, facultad de ingeniería, España, 2001.

objetos creados por el pueblo y para el pueblo que hace alusión al conocimiento y a las costumbres del individuo y se trata de elementos no solo ornamentales sino utilitarios pensados para su uso en la vida cotidiana de ellos mismos y en donde se plasma toda la idiosincrasia del artesano, esta temática la trataremos ampliamente en el apartado referente a las clases bajas.

En referencia nuevamente a estas piezas "selectas", el precio elevado de éstas sería entonces uno de los motivos por el cual esta tendencia de la elite mexicana no se verá imitada por los miembros de los estratos inferiores: clases medias sobre todo; otro motivo que influiría más fuertemente según nuestro punto de vista tanto a la clase media como a los demás miembros de la misma clase alta que explicaría el por qué esta tendencia no se ve imitada, se trata de la diferente formación, educación e ideología de estos últimos que a diferencia de aquellos de elite no pertenecen o bien no tienen roce con los círculos y temáticas intelectuales, por lo cual estos productos dentro de la clase alta en la actualidad fuera de la clase de elite no representarían de ninguna manera un elemento que reflejara estatus elevado alguno.

Se ha querido citar esta singular y excepcional tendencia de este pequeño grupo privilegiado mexicano por objetos folklóricos nacionales, por que significa precisamente una excepción interesante dentro del gusto de los grupos de clase alta ya que como lo mencionamos desde el inicio de este apartado y como lo señala Béjar Navarro (1994, 159) también, siempre han sido y siguen siendo los principales consumidores de los últimos productos, música, arte, literatura, etc., que se originan tanto en los USA como en las grandes capitales de los países altamente industrializados: París, Londres, Roma, Bonn, etc.

Esta tendencia del gusto hacia lo folklórico aunque muy limitada por el grupo reducido en el que se encuentra, significa desde nuestro punto de vista dos cosas importantes: Por un lado una importante referencia de algunas tendencias actuales del gusto de este particular grupo (ya que obvio es que no es el único tipo de productos que consumen), y por otro que la temática cultural y tradicional mexicana puede ser integrada sobre todo a otro tipo de productos cotidianos no solamente ornamentales sino ya elementos utilitarios, abordándola, manejándola y aplicándola de forma adecuada para que se adapte a los intereses y tendencias de este grupo de elite e incluso demás integrantes de la clase alta y de esta manera conducir a lo que ya mencionábamos anteriormente al necesario surgimiento y evolución de la cultura material mexicana que en la actualidad se encuentra estancada.

7.2.3 Las Clases Medias y los Productos

Pertenece por regla general a la clase media las personas que poseen una cultura superior a la que comúnmente proporciona la escuela primaria, que en su profesión no

realizan ningún trabajo puramente corporal o mecánico, sino más bien intelectual, que regulan, inspeccionan, o dirigen el trabajo físico o mecánico de los demás, y disponen de una renta medianamente elevada, incluso de un cierto capital. Según Simmel (1939, 196 - 197) la composición de la clase media es heterogénea, su estructura es movедiza: " La clase media recoge en su seno tanto individuos de arriba como de abajo, y a su vez los suministra a ambas clases, gracias a esta fluctuación ininterrumpida, surge en ella una serie de transiciones constantes..."

Por su parte Iturriaga (1987, 196 -197) señala que las clases medias se distinguen frente a las clases populares urbana y rural en que tienen un mayor acceso a la cultura, a los bienes de consumo, ya por que poseen mejores ingresos o por que poseen un nivel educativo mayor que les permite distribuir sus ingresos con mayor provecho para el núcleo familiar, abarca pequeños propietarios, pequeños hombres de negocios, parte importante de la burocracia, trabajadores calificados, miembros de las profesiones. Los grupos sociales que según él durante la Colonia, dieron origen a esta clase media en México fueron: un escaso artesanado, algunos arrieros, la burocracia o empleados de la corona, y sacerdotes del bajo clero, la presencia ya visible de la clase media en México puede situarse en los primeros diez años del siglo XX, al apuntar el ocaso de la administración del general Díaz.

Continuando con Iturriaga podría decirse que desde el punto de vista de la procedencia de sus ingresos la clase media puede ser subdivida en dos: En autónoma y en dependiente (en 1940 la población era 30.09% autónoma y 69.91% dependiente), y desde el punto de vista del volumen de tales ingresos, se dividiría en tres: Acomodada, mediana y pobre: La clase media autónoma está integrada por pequeños industriales, pequeños comerciantes, pequeños agricultores, y parcialmente de profesionales. La clase media dependiente, por empleados mercantiles, por algunos sectores de obreros calificados, por empleados y funcionarios de la gran industria, de la admón., publica y de la banca, y por profesionales y técnicos. Ahora bien tanto en la autónoma como en la dependiente se dan las tres gradaciones: Pobre, mediana y acomodada. En México el porcentaje de la clase media en total en 1940 era del 15.87% según estudios realizados por la Unión Panamericana, y en la actualidad de acuerdo con Cárdenas (2000, 28) representa con sus diversos estratos aproximadamente el 34%.

Desde nuestro punto de vista la situación intermedia en la que se encuentran los integrantes de la clase media origina que éstos tengan un constante interés por ascender, por mejorar su situación. Así las principales motivaciones de los miembros de las clases medias son la respetabilidad y sobre todo el impulso por mejorar; y de esta manera ser considerados por los demás como personas respetables en cuanto a su posición social; De esta manera, de acuerdo con Whetten (1950, 4-5 y 70-71) la clase media acaba por identificar sus propósitos con los de las clases altas imitando y mostrando una tendencia, muy arraigada a mantener las apariencias y a observar las formas sociales y sobre todo, el sector acomodado de la clase media, buscará su ascenso máximo dentro de la

jerarquía social mediante el fenómeno de la capilaridad. Sin embargo según Whetten cuando algunos sectores de la clase media no pueden ascender - por que dichos sectores carezcan del vigor indispensable para hacerlo - suele presentarse un fenómeno de tipo psicológico muy característico en ella desde que apareció en la historia moderna: A costa de grandes sacrificios algunos sectores de la clase media simulan una posición social superior y suelen imitar usos y maneras de las clases altas sobre todo cuando éstas se han estratificado y han logrado elaborar prácticas que revelen refinamiento y alto rango social.

Por este motivo los individuos pertenecientes a estas clases sociales serán aquellos que se encuentran en general más interesados en consumir productos que reflejen estatus y en su mayoría su referencia serán las clases alta - alta y alta - baja; Así, de acuerdo con Loudon y Della Bitta (1999, 196) en general "los miembros de esta clase quieren vivir en casas que reciben un buen mantenimiento y con buenos muebles, situadas en barrios que se encuentren en áreas de buen nivel; el hogar es el centro de su vida y pasan mucho tiempo en él, dedicándole gran parte de sus esfuerzos, sobre todo para mantenerlo limpio y ordenado".

Por todo lo anterior como justamente lo menciona Thorstein (1971, 136) para esta clase todo objeto tiene que cumplir de alguna manera las exigencias de belleza marcadas por características que reflejen un costo elevado, para atraer su sentido de la belleza; De esta manera el canon de lo costoso afecta a sus gustos de tal modo que mezcla inextricablemente las marcas distintivas del costo elevado con las características bellas del objeto, muchas veces inclusive los signos de lo costoso pasan a ser aceptados como características bellas de los artículos caros, son agradables en cuanto signos distintivos de su carácter costoso y honorífico, y el placer que proporcionan por este motivo se funde con el que proporciona la belleza de forma y color del objeto, según él esta mezcla y confusión de los elementos del costo y la belleza es un código que regula la reputación de la persona que lo posea por lo tanto decide qué formas, colores, materiales y efectos generales del adorno humano son aceptables.

7.2.4 Las Clases Bajas o Populares y los Productos

Este grupo es en México el que representa el mayor porcentaje de la población; Ha sido clasificado en dos grandes grupos que juntos representan el 60% de la población aproximadamente. La clase baja - alta está constituida principalmente por obreros y campesinos (agricultores) constituye aproximadamente el 25%; Y la clase baja - baja está representada por trabajadores inmigrantes, trabajadores temporales, comerciantes informales, desempleados y aquellos que viven en mayor o menor medida de la asistencia pública y representa aproximadamente el 35% de la población.

Económicamente las características de estos grupos son en general el trabajar con sus manos, vivir (sobre todo la clase baja - baja) en niveles cercanos a la subsistencia, poseer

poca o ninguna educación (la gran mayoría apenas ha cursado algunos años de enseñanza media), el enfrentarse a la falta de salubridad (sobre todo la clase baja - baja), a las enfermedades y a una alta tasa de mortalidad y pobreza en general.

Lewis (1974) incluye a éstos los siguientes rasgos: Lucha constante por la vida, períodos de desocupación y subocupación, bajos salarios, diversidad de ocupaciones no calificadas, trabajo infantil, ausencia de ahorro, escasez crónica de dinero en efectivo, ausencia de reservas alimenticias en casa, malas condiciones de vivienda, uso de ropas y muebles de segunda mano.

Los individuos pertenecientes a esta clase son aquellos que en general dan poca importancia a los gustos refinados de la elite social, debido a su escasa movilidad social hacia estratos superiores, en esta clase existe una gran aceptación por la cultura tradicional mexicana en todos sentidos (tradiciones, objetos, etc.) (Lewis 1974, 29 - 30).

Son diversas las razones por las que algunos estudiosos del tema han tomado el carácter y actitud de estos grupos de mexicanos como el representativo del mexicano común. Esta idea la refleja claramente José María Luis Mora (1965, 121) "... el carácter de los mexicanos y sus virtudes no deben buscarse como lo han hecho muchos extranjeros en las clases privilegiadas, sino en la masa de los ciudadanos; En aquellos a pesar de los defectos inseparables de su viciosa constitución, no dejan de abundar los hombres de mérito; Pero las virtudes, la literatura, los talentos, la laboriosidad y cuanto puede hacer recomendable a un pueblo, se halla en México en la masa de la nación".

Desde nuestro punto de vista podemos decir que si es en la masa del pueblo (constituida por los estratos que conforman la clase baja), en donde se ha considerado, se halla la idiosincrasia o temperamento propio del mexicano es primeramente por que los estratos mayoritarios son representativos, en cuanto a que son los mayoritarios, y por otra parte por que están constituidos por la masa de mexicanos que teniendo raíces indígenas aún conservan, practican, y vienen arrastrando por su origen y forma de vida muchas costumbres y formas de ser (sobre todo la sensibilidad y creatividad artística) heredadas del mundo prehispánico que han logrado conservar (como puede observarse aún hoy en día principalmente en áreas rurales y en algunas zonas urbanas: La cultura de los barrios con importantes manifestaciones culturales tradicionales aún subsiste en diversas zonas de la ciudad de México, como el barrio de Xochimilco al sur de la Ciudad de México, o el de Iztapalapa por ejemplo).

Según Iturriaga el mexicano de esta clase es sentimental introvertido, desconfiado, habla poco en voz baja y emplea muchos diminutivos, es de naturaleza triste aunque posee un gran sentido del humor. Es rico en contrastes se advierte una acritud y violencia por un lado y su fina delicadeza y capacidad de ternura por otro; Donde este contraste se patentiza es en el arte popular y en el gusto por las flores, lo cual acredita su propia vocación de creador de belleza. Humboldt se desconcertaba ante "lo extraño que era encontrar el gusto por las flores en una nación donde lo sangriento de su culto debió

haber extinguido toda sensibilidad del alma... en el gran mercado de México no vende el natural del país frutos y legumbres y aún pulque sin adornar su tienda de flores, que todos los días renueva" (De Humboldt 1986, t. II, 90-91).

Psicológicamente puede decirse que generalmente, los individuos de estas clases a causa de sus difíciles condiciones de existencia, oponen ciertos mecanismos peculiares de adaptación y defensa que en su conjunto conforman la llamada subcultura de la pobreza, ésta según Charles Valentine (1972, 147), "es en general una versión desorganizada, patológica o incompleta de los aspectos fundamentales de la clase media, pues la identidad personal, el carácter y la concepción del mundo son débiles, desorganizados y limitados, el individuo que perteneciente a esta clase tiene un fuerte sentimiento de marginalidad, de dependencia, una débil estructura *yoica*, impulsos incontrolados, uso frecuente de la violencia física, falta de solidaridad familiar, poca capacidad para diferir las gratificaciones y planear el futuro, resignación y fatalismo, creencia en la superioridad masculina, tolerancia ante la patología psicológica, predisposición al autoritarismo, "complejo de mártir" en la mujer, orientación provinciana y localista, escaso sentido histórico...

Este tipo de mexicano es según Iturriaga (1987, 273) en lenguaje habitual de la psicología *esquizotímico*, es decir de carácter discontinuo y pendular que lo hace estar alternativamente en una actitud como en otra, tan pronto enaltecido como deprimido, tan pronto arriba como abajo de las cosas por eso va fácilmente del optimismo al pesimismo más ciego. Es dispendioso gasta más de lo que gana, y está permanentemente endeudado, carece del hábito del ahorro; Es fatalista y supersticioso, es micrómano, es decir tiene predilección por lo pequeño (al revés de los norteamericanos, quienes por oposición serían macrómanos). Por lo cual el mexicano tiene singular afición por las miniaturas y el abuso de los diminutivos en el idioma (atribuida a la delicadeza expresada en cortesía que a veces refleja sentimiento de inferioridad según Iturriaga).

Debe subrayarse sin embargo que existen marcados contrastes entre los mexicanos de otras regiones del país: El costeño veracruzano no es tímido ni introvertido, el del altiplano habla alto de gran franqueza y hospitalidad el hombre de los estados del norte es franco y enérgico, su débil religiosidad se explica por su influencia incipiente que dejó la Iglesia católica en esa porción de nuestro territorio, por lo tanto estas características van a pertenecer de acuerdo a Iturriaga al mexicano del centro de la república.

Sin embargo a pesar de lo anterior según Lewis y Mora, la subcultura de la pobreza no incluye solamente rasgos patógenos, sino también aspectos sanos y positivos, elementos creativos que en muchas ocasiones proporcionan un adecuado plan de vida, o por lo menos normalmente adaptativo: "Vivir en el presente puede desarrollar una capacidad de espontaneidad, de goce sensual, de aceptación de los impulsos, que frecuentemente está recortado en nuestro hombre de clase media orientado hacia el futuro... el uso frecuente de la violencia significa una salida fácil para la hostilidad de modo que los que viven en la

cultura de la pobreza sufren menos autorrepresión que la clase media" (Lewis 1974, XIX) Así el mexicano de estos estratos va a poseer una viveza y una riqueza de imaginación que explica una virtud y por ende una portentosa capacidad creadora en el terreno del arte.

Por lo anterior es en los estratos más bajos de la sociedad donde se encuentra y percibe una importante expresión de la cultura mexicana producto de estos estratos: La llamada cultura popular (frente a la llamada cultura nacional producida según Béjar (1994, 186) por las minorías privilegiadas y que por lo tanto se encuentran con mayores posibilidades para producir arte, estudiar las ciencias, utilizar la mayor cantidad y más alta tecnología, y por consiguiente estructurar las formas más altas y refinadas de la cultura. Al grado que estas pautas culturales así producidas, por su prestigio estético, científico, o tecnológico, llegan a ostentar el calificativo de nacionales) que representará por lo tanto los valores espirituales y culturales mayoritarios que nutren y expresan la sensibilidad, los ideales, y valores del hombre común mexicano, que va a estar caracterizada por sus propios rasgos distintivos y autovaloración estética, que incluye antecedentes étnicos y culturales prehispánicos y que coexisten con la cultura nacional en términos de subcultura relegada.

La cultura popular va a ser así la expresión de un conjunto organizado de valores sensibles, estéticos e intelectuales que le dan significado e identidad al mexicano apreciaciones estéticas que han sido aprendidas y referidas a sus propias comprensiones y experiencias, y que por lo tanto con el tiempo pasaron a formar parte de sus formas personales de expresión que no sólo tiene sentido para ellos, sino que son significativas para otros miembros que fueron socializados de manera semejante.

La cultura nacional será entonces la expresión de la clase hegemónica, mientras que la cultura popular la expresión de la clase sojuzgada la expresión del pueblo por lo tanto mayoritaria.

Es interesante ampliar y hacer una clara descripción y diferenciación de esta cultura popular por que difiere en todos sentidos (maneras de actuar, pensar y sentir, estilos de vida, practicas sociales, valores, normas, y expresiones y apreciaciones culturales y estéticas) de la llamada cultura nacional ya descrita; y refleja claramente las diferencias de personalidad e inclinaciones que determinan el gusto que se va a ver reflejado en los objetos producto de su creación o bien de su preferencia, que conformarán sus ambientes cotidianos. Hemos querido mencionar esta expresión de estas clases por que lo buscamos es definir y analizar estos rasgos culturales distintivos dentro de cada grupo subcultural, rasgo que reflejará claramente sus inclinaciones sensoriales reflejadas plásticamente en los atributos y tipología de productos.

En nuestra opinión es paradójico pensar que a pesar de ser esta cultura popular la mayoritaria en México, los objetos tanto ornamentales como utilitarios producto de ella, tienen en general una escasa representación en la gran mayoría de los hogares o

ambientes cotidianos también en estas clases bajas, sobre todo en aquellos que son urbanos; Su presencia puede observarse escasamente en algunos elementos utilitarios principalmente relacionados con la preparación y consumo de los alimentos o bien algunos elementos meramente ornamentales. Este hecho podría explicarse primeramente - en cuestión de gusto - principalmente por el hecho de que en general las clases altas y medias (salvo como ya lo hemos descrito aquellos grupos intelectuales) han ubicado al producto folklórico mexicano como ya se ha explicado detalladamente en los apartados anteriores, como un elemento que no refleja reputación social alguna.

Las culturas populares han sido consideradas desde el punto de vista de la clase media urbana (ilustrada) como "poco refinada", ya que se ha mencionado que los sectores populares al expresarse " muestran una inequívoca conducta producto de su socialización infantil y adolescente, la forma verbal de expresión revela el escaso estímulo auditivo idiomático y su poco lenguaje estructurado, que forma de hecho un dialecto en ocasiones poco comprensible, por la ausencia de frases completas y un mínimo manejo de conceptos lógicamente estructurados. Las canciones y formas musicales que acepta y asimila y con las cuales se identifica, se ubican desde esta perspectiva, vinculadas a emociones inmediatas y simples, las más de las veces contaminadas por factores externos al medio, que desde la ubicación de un análisis estético manifiestan su mal gusto y su escaso valor artístico... la capacidad de este grupo en apreciación teatral, cinematográfica, pictórica, arquitectónica, urbanística, de expresión corporal, rítmica y en general lo que cabe dentro de la concepción general de mundo culto, queda definitivamente en un ámbito socioeconómico degradado e inferior" (Béjar, 1994).

La profunda diferenciación en clases sociales que prevalece en México conlleva a una inadecuada comprensión mutua.

Sin embargo refiriéndose Béjar a este juicio de la clase media urbana anterior menciona que ubicar jerárquicamente así a la cultura popular pudiera resultar particularmente peligrosa, en cuanto a que las habilidades, estímulos orales, visuales, audibles y sensoriales de los individuos de este sector, aunque distintos, son expresiones que demandan especial cuidado al diagnosticarlas ya que están compenetradas en una subcultura que, para conocerse, requiere de estrategias diseñadas ex profeso, estas manifestaciones culturales propias pueden visualizarse por lo tanto como productos que intrínsecamente incluyen valores distintos; Un campo específico de investigación científica será mostrar que la subcultura popular aunque diferente en su historia, desarrollo y posición de clase, provee al mexicano marginado de una perspectiva sobre la vida, que probablemente sea peculiar y no apreciada por otros grupos

Así, desde esta perspectiva, lo que desde ciertos puntos de vista oficiales, se observa como indicadores de carencias culturales o privaciones sociales, puede ser contemplado ahora como un producto de interacción entre grupos culturalmente diferentes, y esta diferenciación es propiciada en el caso mexicano por el agudo desequilibrio económico, la

dispersión de la población, los intereses opuestos y en suma la violencia estructural que en un alto índice tiene el país.

Lo anterior explicaría el por qué, publicaciones, programas de televisión, proyectos de instituciones educativas y de difusión, que intentan o han intentado difundir masivamente obras de calidad (según la elite culta) a menudo encuentran que sus objetivos no son cumplidos por la no aceptación de los destinatarios del mensaje. El fracaso de estas políticas pudiera ser el desconocimiento de la formación socio - histórica de las subculturas nacionales que se gestan en medios esencialmente distintos, terminando en un conflicto cultural (Béjar 1994, 190); Igualmente en referencia al mundo material podemos decir que eh aquí también la explicación de por qué gustos en productos con características tan distintas estéticamente, son aceptados por los diversos grupos.

7.3 Valores, Actividades Rituales, y Símbolos

Ya en apartados anteriores se han expuesto a través del análisis tanto del carácter nacional como de las subculturas, de alguna manera, muchos de los valores y comportamientos de los diferentes sectores que componen la sociedad mexicana; Sin embargo, en este apartado buscaremos ampliar y puntualizar algunos de ellos, ya que significarán desde nuestro punto de vista importantes pautas en la creación y concepción del producto contemporáneo mexicano.

Tanto los valores, como los ritos, y los símbolos son aspectos generados directamente por la cultura humana, por lo que consideramos que van a determinar el tipo de elementos y la manera en que los individuos van a satisfacer sus necesidades biológicas, y emocionales y, paralelamente otro tipo de requerimientos particulares creados dentro de su propia cultura; Por lo anterior el conocimiento de estos aspectos va a ser esencial en la creación de productos dirigidos a una determinada cultura (en este caso la mexicana) ya que los individuos busquen que los productos con que interactúen cotidianamente satisfagan sus particulares exigencias a través de ellos.

Han sido concentrados en este apartado estos tres elementos por que consideramos que son aspectos que van estrechamente ligados, por lo cual es casi imposible ignorar para el estudio de alguno de ellos los restantes.

Los valores nacen de la cultura y dependen de ella, se aprenden de la interacción social entre los sujetos que constituyen la sociedad e influyen profundamente en la conducta, los valores van a ser por lo tanto la serie de creencias arraigadas y duraderas que conforman los juicios del individuo, que lo predisponen a reaccionar, que producen inclinaciones a responder ante los estímulos; y que cumplen la función de criterios que indican cómo obrar, qué hemos de querer, y juzgarnos y compararnos, Según Flores (1998) los valores son representaciones cognitivas y afectivas, socialmente compartidas de las necesidades personales y sociales y de los medios para satisfacerlas, por lo cual

constituyen un sistema de criterios conceptuales afectivos hacia un comportamiento preferido para enfrentar el mundo y para la constitución de la sociedad. Por lo anterior podemos decir y de acuerdo con Loudon y Della Bitta (1999, 94) que la cultura durante la interacción diaria, al ser un elemento tan profundamente arraigado en el individuo, va a producir satisfacción y va a ser persistente a través de los hábitos, costumbres y forma de vida que está tan profundamente aceptada y asimilada por el individuo.

Teniendo lo anterior como base, los ritos o actividades rituales van a ser aquellos comportamientos expresivos y simbólicos que perteneciendo al ámbito doméstico, al laboral, al tiempo libre, y/o a las actividades que marcan determinados eventos de transición en el ciclo vital humano (graduación, matrimonio, muerte, etc.) tenderán a repetirse a lo largo del tiempo entre los individuos como miembros de su sociedad, pasando de generación en generación, expresando y reflejando conceptos e ideas aceptados cultural y socialmente. En cuanto a los símbolos queremos referirnos en este caso a los medios en los que se refleja y de alguna manera se materializa todo este mundo inmaterial (de conceptos, ideas y conductas o ritos), por lo tanto van a acompañar, representar y por lo tanto a permitir el reflejo y expresión de todos estos aspectos culturales.

En la actualidad podemos decir que existe ya evidencia de la importancia de los valores culturales en relación al consumo de productos, algunos estudios recientes han revelado que los valores culturales comunes moldean las decisiones concernientes al consumo, por ejemplo un estudio examinó la propiedad de las categorías genéricas de automóviles (de tamaño grande, tamaño intermedio, automóviles compactos y subcompactos) y se llegó a la conclusión de que la cultura es un factor determinante en el modelo que se adquiere (Walter 1976).

Ahora bien, ¿Cuáles son los valores existentes en la cultura mexicana contemporánea que se van a ver de alguna manera reflejados en los productos? Antes de comenzar a exponerlos debemos decir que se está subrayando cultura contemporánea por que consideramos que ninguna cultura y sociedad es estática a lo largo del tiempo sino que como perfectamente lo menciona Béjar es un elemento transicional, dinámico y cambiante de acuerdo a las vicisitudes que viven los individuos pertenecientes a los diversos subgrupos que componen una cultura y nación (Béjar 1994).

Y efectivamente volviendo con Flores (1998, 229) las transformaciones ocurridas en México a partir de la década de los sesenta en diversos ámbitos: Demográfico, educativo, salud, tecnológico, económico, etc., apuntan hacia procesos que han sido calificados como de cambio cultural; Por lo anterior hoy es posible identificar entre los valores y tendencias culturales actuales algunas nuevas y algunas otras que no lo son, ya que han permanecido casi inmutables, conjugando la modernidad con la tradición; Valores que teniendo en cuenta y no olvidando la heterogeneidad de la sociedad mexicana (económica, de identidad, étnica, regional) debemos subrayar que en algunos grupos se

verán más acentuados que en otros, pero que sin embargo son todos aspectos de alguna manera dominantes; A continuación se mencionarán aquellas que pueden verse reflejadas de alguna manera en los productos y que principalmente den cuenta de los cambios que se han suscitado en el diario vivir del mexicano.

Dado que los valores es un tema muy amplio del que se ha escrito mucho y desde diversas perspectivas, se buscará enfocarlo de manera que sea útil para la presente investigación y que nos permita al mismo tiempo completar lo hasta ahora expuesto gracias al conocimiento de otras necesidades e inclinaciones de los mexicanos.

7.3.1 Transculturación

La transculturación es una tendencia, un valor que continúa presente en la sociedad mexicana. Como ya se ha mencionado en apartados anteriores, muchos mexicanos, a lo largo de la historia se han dejado deslumbrar fácilmente por todo lo extranjero, durante la conquista y la Colonia los deslumbró lo español, durante el periodo que abarca la Reforma y el Porfiriato todo lo que perteneciera a la cultura francesa, y desde la segunda mitad del siglo XX es la cultura estadounidense la que constituye el modelo a imitar.

A pesar de que se han mencionado algunas tendencias hacia lo "muy mexicano" como la de la primera mitad del siglo XX, (sobre todo entre la burguesía y las clases medias, cánón establecido y consolidado por exposiciones de prestigio acerca del arte popular, en México mismo pero sobre todo, en Nueva York), y la minoritaria y actual tendencia hacia lo folklórico de las elites intelectuales y políticas mexicanas, además de cierta tendencia de las clases bajas hacia lo mexicano tradicional (que repetimos todas ellas demuestran la posibilidad de introducir mas ampliamente el elemento mexicano plástica o estéticamente y en cuanto a tipologías o utilitariamente a través del producto), sin embargo puede decirse que generalizadamente, y sobre todo en las zonas urbanas, prolifera una admiración y preferencia por productos extranjeros, (aunque se puede hablar también de esta tendencia en otros ámbitos: Poco a poco se ha comenzado a adoptar elementos de la cultura estadounidense; Un aspecto muy común y notorio es su influencia en el lenguaje ya que se han tomado expresiones del inglés como *okay* o *bye*, la celebración del halloween, etc., por ejemplo).

Así, efectivamente, Cárdenas Vidaurri habla de la generalizada tendencia, sobre todo de la clase media y alta, hacia la compra contemporánea de productos que ostenten etiquetas en inglés y que sean de fabricación extranjera. Monsiváis (1996, 22) menciona que ya desde la década de los 50 los niños influidos por el cine y la televisión eligen en substitución de sus juguetes tradicionales (el cantinflas de juguete, las flautas de carrizo, las canicas, los títeres, el balero, el trompo, el yoyo, etc.) los productos en serie

producidos en Estados Unidos: Artefactos bélicos, tanques, ametralladoras, etc., y habla también de las que denomina migraciones culturales es decir, transformaciones que inventan o legitiman estilos de consumo, universo de imágenes y productos comerciales, apariencias urbanas, es decir metamorfosis y desplazamientos de hábitos, costumbres y creencias que menciona, es uno de los pasajes destacados de nuestro tiempo (Monsiváis 2000, 155-156).

Por su parte, Flores habla de los cambios que la actual sociedad postindustrial ha traído consigo a México, adicionalmente a las cuestiones socioeconómicas (entre las más negativas la acentuación de las desigualdades), un consumo masivo de bienes materiales sobre todo extranjeros en los diversos estratos, que no sólo alteran la cultura material, sino que pueden alterar las representaciones colectivas, pues disemina otro tipo de objetos que son poderosas herramientas creadoras de cultura (Flores 1998, 233).

La anterior, es una problemática que nos parece francamente compleja pues no puede decirse que sea una única la causa por la que siga subsistiendo, e incluso en muchos aspectos acentuándose este fenómeno en México (y en muchos otros países del mundo sobre todo aquellos denominados "en vías de desarrollo" o del "tercer mundo" aunque en todos aún en los desarrollados podría hablarse de cierto grado de influencia extranjera sobre todo en lo que se refiere a productos).

Una de las cuestiones que innegablemente es ya conocido que está llevando a esta situación es la tan nombrada globalización mundial y de la que se ha dicho que uno de sus efectos negativos es que al producirse un mercado único, la cultura y por extensión la estética, la moda y las costumbres, tienden a fusionarse con una tendencia que solo viaja en una dirección: De países ricos a países pobres, pero raramente (o más exactamente casi nunca) a la inversa, por lo que se favorece el colonialismo irrespetuoso.

Esta cuestión en México se ve acentuada además, por cuestiones históricas que ya se han mencionado ampliamente anteriormente, y por graves cuestiones económicas, como lo es el poco apoyo estatal al desarrollo y subsistencia de la empresa mexicana sobre todo de la micro, pequeña y mediana, y que por lo tanto muchas veces tienen que buscar adaptarse de diversas maneras para conseguir sobrevivir, entre ellas encontramos el abaratamiento de costos en sacrificio de la calidad, o la imitación de productos extranjeros para asegurar de alguna manera su aceptación y venta.

Una causa más de la casi ausencia y poca aceptación del producto tradicional en la vida cotidiana del mexicano, es el estancamiento de la cultura material, la falta de evolución tanto estéticamente como en cuanto a tipologías de productos, es decir la inadaptación y la escasa o nula respuesta a las necesidades y realidad contemporánea de México, ya que como hemos dicho muchos de los productos nacionales que se producen industrialmente son en general meras imitaciones de productos venidos del extranjero y aquellos objetos que conservan elementos característicos de la cultura mexicana - como

aquellos artesanales - no han evolucionado a través del tiempo en ningún sentido: Ni en su aspecto utilitario ni en el sensorial comunicativo, de manera que -conservando su identidad y elementos tradicionalmente mexicanos- satisficieran y se adecuara a las diversas necesidades reales y contemporáneas de los diferentes subgrupos que con sus diversas subculturas (derivadas de los diferentes orígenes, nivel educativo, nivel económico, forma de vida, etc.), componen el México de hoy.

El replanteamiento y sobre todo evolución del producto desde una perspectiva cultural conduciría a que el producto tradicional a la vez que progresara y se desarrollara, sin embargo no perdiera su identidad cultural, sino que experimentara un cambio, de manera que respondiera a las tendencias, necesidades y forma de vida del mexicano actual; Muy oportuno es mencionar a la Profa. Clara Porset (Destacada ex-catedrática de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México): "La mejor manera de luchar por una cultura es pelear por ella en todos los frentes imaginados además de comprenderla y tener el valor de sacarla del estancamiento repetitivo para desarrollarla y llevarla hasta la vanguardia sin perder su esencia".

Acerca de este aspecto señala Monsiváis (1996) que en México, en la concepción y la creación de productos hay quienes simple y llanamente se centran en la calidad formal y no se detienen a examinar contextos tradicionales, y toda la riqueza del arte popular mexicano que en la actualidad se está perdiendo; Sin embargo desde nuestro punto de vista, si bien es verdad la gran importancia y relevancia del rescate cultural, no es posible actualmente centrarse únicamente en el estudio de aspectos tradicionales desde el ámbito de pérdida y rescate de tradiciones, sino paralelamente, desde un aspecto que indague e identifique requerimientos y tendencias humanas contemporáneas culturales, lo que desde nuestro punto de vista al mismo tiempo que estaría permitiendo un rescate y conservación de la cultura tradicional, al permitírsele nuevos planteamientos, aplicaciones y tipologías, se le está conduciendo a insertarse verdaderamente y de manera real en la cotidianidad del mexicano actual como lo fue alguna vez.

De alguna manera es posible corroborar esta idea en lo expuesto por Nestor García Canclini: "La mayoría de los libros sobre artesanías... y música tradicionales enumeran y exaltan los productos populares sin ubicarlos en la lógica presente de las relaciones sociales..." Menciona además que existe una oposición entre lo culto y lo popular, entre lo moderno y lo tradicional (García Canclini, 1989) oposición que obtendría cierta reconciliación con nuevos y contemporáneos replanteamientos que permitan evolucionar al producto mexicano.

7.3.2 Religión

Uno de los valores que han permanecido a lo largo de la historia de México es la fe religiosa. Ya desde las civilizaciones prehispánicas se caracterizaron por poseer un vigoroso sentimiento religioso que quedó plasmado tanto en la literatura como en el arte.

Actualmente el pueblo mexicano es en general intensamente religioso; Aunque se observen diferencias en el modo en el que se refleja en los diversos estratos sociales, tiene y ha tenido una gran influencia en el mexicano no sólo por que signifique una esperanza y creencia en un porvenir mejor, sino por ser la expresión de una fe profunda.

Por lo anterior en la actualidad a través de la iglesia católica se celebran generalmente las diversas actividades rituales de transición vital; Rituales que podemos decir que en la actualidad en México son principalmente: Los bautizos después del nacimiento del individuo, la celebración de los denominados "XV años" especialmente para el sexo femenino, las bodas, y misas para los funerales, e incluso en muchas ocasiones en graduaciones de diversos ciclos escolares, actividades que se ven acompañadas por, y reflejadas en, diversidad de productos que responden con determinados atributos plástico sensoriales a las necesidades la sociedad.

El símbolo religioso mexicano por excelencia es y ha sido la virgen de Guadalupe que mencionamos con especial relevancia por ser un símbolo que ha estado presente en los movimientos sociales y políticos más importantes dentro de la vida nacional; De acuerdo con Díaz Guerrero (2001, 232), los mexicanos (principalmente de las clases bajas) están entrañablemente ligados no solo a la virgen sino a personas y símbolos, que en su afecto o en su fe, son milagrosamente buenos y poderosos: Dios, los santos, las iglesias; La mayor parte de la actividad del mexicano de las clases populares, se dirige a la ceremonia, la comunión, la identificación con todos estos grandes símbolos, instituciones, personas y personajes que le proveen de una seguridad emotiva superior; Esta religiosidad del mexicano es según Cárdenas producto del sincretismo del politeísmo indígena y del monoteísmo cristiano lo que explica también la causa de la advocación guadalupana que ve en ella un símbolo de la raza indígena por cuanto su imagen se asemeja físicamente a la raza indígena: La virgen morena.

Otro aspecto importante en México en relación con este ámbito lo integran algunas tradiciones como lo son: Las peregrinaciones, las posadas y las piñatas, las pastorelas, la Semana Santa y las fiestas patronales.

7.3.3 La Familia

En la sociedad mexicana la familia ha sido y lo es aún un elemento esencial; Tanto es así que se ha mencionado que en México la familia tiene mas importancia que el individuo, característica generada por la filosofía de vida propia de la cultura, es decir, de las formas de pensar acerca de nosotros y de los demás, acerca de cómo vivir mejor la vida etc., que va pasando de generación en generación; Y esto a pesar de que en la actualidad como bien lo señala Flores (1998) la familia como lo era tradicionalmente, está cambiando debido a numerosas causas entre ellas la mayor incorporación de la mujer al mercado laboral o el incipiente surgimiento de familias no tradicionales como lo pueden ser aquellas en las que se encuentran al frente el padre o madre solteros, parejas en libre

convivencia o unión libre, o inclusive (aunque de menor incidencia) la convivencia de homosexuales.

El valor dado al núcleo familiar como institución, como núcleo esencial sigue vigente; De manera que en general en México se valora grandemente la convivencia familiar y las reuniones sociales como parte integrante de su vida. Uno de los momentos que fomentan el fortalecimiento de los lazos familiares es el de la comida; Antiguamente los miembros de la familia acostumbraban comer todos a la misma hora, esta costumbre hoy en día se conserva raramente en las ciudades y más frecuentemente en las zonas rurales o ciudades muy pequeñas ya que en las grandes ciudades la diversidad de horarios escolares y laborales y la dificultad para trasladarse de un lado a otro lo hacen más difícil; Sin embargo aún en estos casos la familia procura cenar reunida o congregarse los fines de semana.

Igualmente en la práctica, sigue siendo la mujer (que hoy más que nunca espera y en algunos casos cuenta ya con la participación masculina en las tareas domésticas), el principal responsable de la familia en el ámbito doméstico en la práctica (Wondelberg 2000); Ya que aunque en algunos aspectos descansa en el padre, funcionalmente descansa totalmente en la madre.

Entre los valores familiares que destacan aún hoy en día en México es el respeto que debe tenerse a las personas mayores o ancianas; Es muy normal y común que los miembros de la familia se reúnan en torno a los abuelos otorgándoles a ellos lugares de honor, escuchando sus anécdotas y dándoles muestras de afecto.

7.3.4 Entretenimiento

En México actualmente existe una importante tendencia hacia la búsqueda de entretenimiento, distracción y diversión; Tendencia que puede explicarse desde diversos puntos de vista: La influencia cultural estadounidense con su creciente tendencia al hedonismo o búsqueda del placer, La influencia de los medios de comunicación (TV) que según Monsiváis comunica e identifica a las "actitudes modernas" con la diversión y el confort (por medio de series norteamericanas entre otras cosas).

Desde otro punto de vista de acuerdo con Díaz Guerrero (2001, 70) divertirse y distraerse son muy importantes para el trabajador mexicano por que obedece entre otras cosas a una necesidad de distracción de la realidad externa en que vive, además de la sensación de bienestar que alcanza todo ser humano a través de la diversión. Sin embargo podemos extender actualmente esta gran necesidad no solo al trabajador de las fábricas al que en este caso se refiere Díaz Guerrero sino a todos los mexicanos en general, sobre todo en la actualidad teniendo en cuenta la difícil situación principalmente económica del país; (Wondelberg (2000) realiza una interesante exposición acerca de cómo las crisis económicas trastocan los valores de los mexicanos cambiando algunos

hábitos de consumo y generando sentimientos negativos, entre ellos la desconfianza y la desvalorización; Este análisis abarca desde 1982 que marca la primera gran crisis mexicana con sus devaluaciones, 1987 con la caída de la bolsa de valores, 1994 con sus problemáticas políticas como los son el surgimiento del EZLN y el asesinato de Luis Donaldo Colosio, etc., hasta las problemáticas actuales).

Adicionalmente a esto, en México los horarios laborales son extensos, existen pocos días festivos en los que se suspendan las labores, e incluso es de resaltar que a diferencia de muchos países de Europa los comercios no descansan jamás los domingos ni cierran durante las comidas, es decir se trata de jornadas de trabajo continuas en días y horarios para la mayoría de la población; Por todo esto es que hoy más que nunca es un importante requerimiento de los mexicanos.

Entre las actividades en que se refleja esta actividad en México comúnmente es la celebración y predilección por las fiestas (que en clases bajas adquieren dimensiones de asamblea de todo un barrio y que son celebradas por los más inverosímiles motivos), gran afición al cine (largas colas para entrar en los cines y proliferación de videoclubes), multiplicidad de deportes que atraen al público (fútbol soccer y americano), y gusto por la T.V.

Si bien efectivamente son las anteriores las actividades que permiten al individuo satisfacer esta necesidad, no va a ser la única para satisfacer de alguna manera este requerimiento; Así, en este sentido, desde el punto de vista de los productos, y considerándolos como elementos esenciales que integran nuestros espacios y que interaccionan con nosotros diariamente de manera tanto perceptiva como utilitariamente, va a ser posible comunicar y conducir al individuo a experimentar un sentido lúdico y divertido a través del producto, especialmente en aquellos que integran esos entornos que por las actividades que se desarrollan en él se hace mas necesario: Los laborales.

Como se verá más adelante a través de los atributos sensoriales, va a ser posible dotar de esta característica y/o resaltarla en los productos, equilibrando las prestaciones del objeto y los requerimientos lúdicos en todas sus dimensiones: La forma y la función, los factores tecnológicos y decorativos, el equilibrio y la armonía de sensaciones, y de esta forma satisfacer también de otra manera esta importante necesidad contemporánea.

Desde nuestro punto de vista, en México el desarrollo del producto desde una perspectiva lúdica puede ser especialmente aceptado y además, como temática proyectual va a permitir hacer saltar la "chispa", el motivo o causa, para la creatividad por parte del proyectista en el producto; Ya que en general el mexicano se caracteriza especialmente por tener un gran sentido del humor, elementos que se ven reflejados en expresiones culturales como lo son:

Las expresiones o dichos populares, las canciones, los chistes (que dicho sea de paso en México son creados a partir de todo tipo de acontecimientos y personajes de la vida

política y social continuamente), e incluso plásticamente en muchos objetos producto del arte popular, en los que se exhibe en diversas formas esta tendencia mexicana, entre ellas están las expresiones o dichos escritos sobre algunos productos (sobre platos, tarros y otros elementos utilitarios), juguetes y elementos decorativos que caricaturizan algún aspecto de la vida o elemento figurativo; Así, temáticas inclusive como la de la muerte se refleja de manera jocosa en los objetos producto de la cultura popular a través de infinidad de medios plásticos: Figuras de barro o de cartón con extremidades móviles, títeres, judas, etc⁴.

7.3.5 Lenguaje No Verbal

Como se ha mencionado anteriormente, el lenguaje no verbal es una dimensión oculta de la comunicación humana que abarca diversos aspectos: Gestos o expresiones faciales, movimientos corporales, señales vocales que acompañan a las palabras habladas, conducta visual (interacción visual humana interpersonal), conducta táctil (interacción táctil humana), e incluso la conducta olfativa. Aunque estos estudios no analizan efectivamente este tipo de relaciones específicamente con elementos materiales del entorno (productos y otros elementos) consideramos que de alguna manera tiene importancia, relevancia y extensión en este ámbito.

Sin embargo debemos decir que es relativamente poco (comparado con otras disciplinas) los trabajos que se han hecho en este ámbito, siéndolo aún más en referencia a una determinada cultura como lo es la mexicana, motivo por el cual debemos decir que, como se verá más adelante, el estudio de los atributos sensoriales aportará y permitirá profundizar un poco más en este aspecto especialmente.

Por lo tanto en este apartado en referencia a elementos conceptuales de este ámbito, puede decirse que se han llevado a cabo investigaciones acerca de las conexiones entre la capacidad olfativa de un individuo y la cultura a la que pertenece.

Vroon sostiene que efectivamente puede haber diferencias culturales que afecten a las percepciones olfativas, dado que cada sociedad tiene sus propias sustancias con efectos nocivos o beneficiosos sobre el olfato. Sin embargo, continúa Vroon, las investigaciones no apoyan mucho esta idea. No se han observado diferencias esenciales en la capacidad olfativa entre personas de diferentes culturas (Doty, 1991). Todas las personas muestran

⁴ La mexicana es de las pocas culturas en las que la muerte es considerada de una forma muy peculiar, de modo que se convierte incluso en una temática jocosa de la expresión popular; De acuerdo con Cárdenas Vidaurri (2000, 220 - 221), la causa de que esto sea así se debe al legado indígena; Los indígenas estaban en contacto permanente con la muerte debido a su actividad guerrera y a la celebración de sacrificios humanos; Estas prácticas fueron minando poco a poco el miedo a la muerte al mismo tiempo que esta indiferencia se consideraba signo de virilidad. Para los aztecas la muerte tenía un significado especial ya que la contemplaban como el inicio de una vida trascendente y no meramente como la conclusión definitiva de la vida terrena; Así todo este legado contribuyó a configurar la celebración de los muertos tal y como hoy se conoce, los indígenas acostumbraban visitar los lugares donde habían sido enterrados sus parientes, sobre todo los más honorables, y ahí colocaban altares con velas, sahumerios con hierbas de olor, comida y bebida en abundancia. Actualmente sobre todo en el centro del país, la celebración de la muerte ha adoptado algunas características peculiares, como llevar mariachis (conjuntos musicales tradicionales) a las tumbas, hacer y repartir "pan de muerto", y elaborar las "calaveras", que son rimas jocosas dedicadas a algún familiar o a algún personaje de la vida pública.

mas o menos la misma preferencia por los olores de plantas, especias, frutas y agua fresca y casi todos detestaron el olor que produce la descomposición de cualquier materia y el de las heces (exceptuando muchos niños pequeños). En cualquier parte del mundo la gente prefiere el olor corporal de la pareja, hijos, familia y amigos al de las personas extrañas. Para Vroon la explicación de esto se debe a motivos psicológicos y biológicos: el ser humano busca un biotipo favorable, lo que explica su preferencia a ciertas plantas y alimentos, así como su aversión a lo putrefacto y a las heces, contacto que evita previniendo infecciones (Vroon 1999, 124).

Según Vroon sí existen, sin embargo, algunas diferencias interculturales de tipo marginal o secundario. Entre ciertas tribus africanas la colonia y jabón de tocador provocan horror y disgusto. Por otra parte olores que nosotros consideramos como muy desagradables se han usado en otros tiempos y lugares como perfumes. En las islas Andam se puede identificar una sucesión de olores característicos a lo largo del año a medida que las diferentes plantas llegan a su floración, los olores también desempeñan una parte importante en la magia de los habitantes de estas islas. No es sorprendente por tanto encontrar que estas gentes hayan adoptado un método original de señalar los distintos períodos del año mediante el aroma de las flores que se abren en cada época. Su calendario es un calendario de perfumes. Por otro lado se sabe que a los franceses les gusta más el ajo que a los holandeses; Los japoneses no sienten la misma predilección por el olor del jabón y del perfume que los alemanes y, a diferencia de estos últimos asocian menos los olores con emociones y más con la higiene personal. Además los japoneses suelen tener juicios más explícitos acerca de los olores que tienen que ver con el ambiente de trabajo, y en cambio dan menos importancia a los olores relacionados con el ocio.

Existen grandes diferencias en la conducta táctil en las diferentes culturas, Estados Unidos ha sido considerada tradicionalmente la cultura de no contacto, De acuerdo con Shuter (en Knapp 1980) a medida que nos desplazamos hacia el sur desde América Central la cantidad de conducta táctil y conducta de asimiento decrecen; No es mucho lo que se conoce acerca de diferencias específicas y culturales en la conducta táctil y lo es aún menos acerca de una determinada cultura, sin embargo, menciona Díaz Guerrero (2001) citando a T. Hall que en Latinoamérica la distancia de interacción es mucho menor que la que se usa en Estados Unidos, añade que esto es cierto para los mexicanos y la evidencia es tan clara como que el abrazo se considera algo de inusitado valor positivo, en él se pierden los espacios personales y se forma un espacio para ambas personas.

