La invención del carácter mexicano y la construcción social de los sexos en la canción popular[1]

Anna M.Fernández Poncela

El ser mexicano

Cómo se construyó el denominado "carácter mexicano"?. Consideramos aquí que se trata de una invención histórica que aparece en la canción popular de manera firme y reiterada, así como en otros medios, por supuesto.

El carácter nacional mexicano "...es una construcción imaginaria que ellos mismos han elaborado con la ayuda decisiva de la literatura, el arte y la música...se trata de un manojo de estereotipos codificados por la intelectualidad, pero cuyas huellas se reproducen en la sociedad provocando el espejismo de una cultura popular de masas" (Bartra 1987:17). Desde este punto de vista no son imágenes que reflejan la cultura y la conciencia popular sino mitos producidos por la cultura hegemónica -en sentido gramsciano-, una especie de metadiscurso, a modo de "entelequia artificial", que sólo tiene existencia en la literatura y en la mitología. Sin embargo, más allá de su invención tiene repercusiones importantes, el mexicano típico como sujeto único en la historia, es una poderosa ilusión cohesionadora de la sociedad. La élite revolucionaria produjo mitos y símbolos capaces de transformar a la sociedad, y para identificar "la mexicanidad de los mexicanos" (Pérez Montfort 1994:115). "En el siglo XIX, ¿a qué "identidad" colectiva podían aspirar artesanos, sirvientes, soldados, mendigos, prostitutas, niños abandonados o amas de casa sin casa alguna a la disposición? Para adaptarse, recurrieron a trucos y artimañas, para avenirse con su destino económico se dejaron apaciguar por sus creencias. La "identidad" fue lo conseguido gracias a la imitación y el contagio, las reglas de juego de la convivencia forzada y de la reproducción idolátrica de las costumbres atribuidas a los amos." (Monsiváis 1981:38)

Pero además, está el adjudicado complejo de inferioridad establecido por las reflexiones y análisis filosóficos y psicológicos de Samuel Ramos y Santiago Ramírez, que conduce a las personas a huir de la realidad y se refugian en la ficción, o en la soledad, ocultándose tras las máscaras como dijeran Samuel Ramos y Octavio Paz, conduciendo al pesimismo y a la desconfianza en sí mismas. Es una explicación insuficiente y burda, una imagen que se ha formado la intelectualidad del pueblo. Esta imagen ha sido construida desde la dinámica política y cultural dominante, y por la función de los arquetipos en los mecanismos de legitimación, no por una rigurosa investigación científica de la realidad.

Según el mito del carácter mexicano, los hombres machistas "salvajes" -niño, indio, campesino- o "pelados" -pachuco, lumpenproletariado-, son violentos y peligrosos -susceptibles, desconfiados y agresivos según Ramos- para ocultar el complejo de inferioridad, la irritación que le produce la impotencia al sufrir el sentimiento de minusvalúa. Así el machismo se explicaría como producto de la inseguridad de la propia masculinidad y de la exagerada preocupación de los individuos para afirmar su personalidad, de ahí que siempre en las prendas de vestir o en el uso del lenguaje, el mexicano tenga que reiterar constantemente que es muy macho, además de cierto individualismo y una ambición desmedida del poder en general.

Se ha creado como una metáfora del mexicano moderno: despechado y resentido, que se siente traicionado por el mundo que le rodea -desarrollo del capitalismo salvaje- y esta tensión estalla y se revela en las relaciones amorosas pasionales y en los vínculos de amistad, sumergiéndose en el melodrama. El mexicano traicionado desconfía de todo y de todos, de las mujeres y de los amigos, justifica así los actos pasionales e "irracionales", como una aparente liberación de las tensiones en que vive debatiéndose. De ahí que se excuse o legitime socialmente la borrachera, la bravuconería y el asesinato de la mujer infiel y traidora; metáfora ésta de la sociedad que le rodea a la vez que es el eslabón inferior y más débil sobre el cual se puede descargar, sin mayores consecuencias, todos los complejos, frustraciones y prejuicios.

La mascarada patética del machismo sentimental es la forma en que aparece el mito en las canciones que hablan de "lo mexicano". Y hay una especie de gusto o admiración socialmente aceptados por quien vive sufriendo a causa de sus sentimientos.

Finalmente, los medios masivos de comunicación reciclan los

estereotipos populares fabricados por la cultura hegemónica y ejercen una gran influencia en el modo de vida de las clases populares. Estas se vinculan a la nación y a la modernidad confiando en la radio, el cine, el teatro, la canción, como si los tentáculos y autopistas de la comunicación reemplazaran al Estado en su papel de formación y comprensión cotidiana de la "nación Mexicana". Hacia la miseria, desposesión e indefensión de amplios sectores urbanos se lanzan "comedias rancheras, cine de cabaret, telenovelas, noticieros para creyentes en la desinformación, pornocomics, fotonovelas, corridos mariguaneros, canciones de la desolación autocompasiva, shows de costa a costa, concurso de chachachá con patrocinio oficial. Hay refuncionalización: la pastura para hambrientos sexuales se traduce en ingenio erótico, una canción de José Alfredo Jiménez se presenta como elegía inducida a la borrachera y al cabo de unos años resulta expresión lírica de los vencidos. En la indefensión, todo se vale. Las clases subalternas asumen, porque no les queda de otra, una industria vulgar y pedestre y, ciertamente, la transforman en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa" (Monsiváis 1981:43). "Los medios masivos desplazan o arrinconan otras versiones de la vida social, uniforman el sentimentalismo y, al tipificarlo, asimilan los impulsos populares" (Monsiváis 1981:42). Lo "nacional" se traslada de algún modo o de alguna manera a la industria cultural, en donde se mantiene deformado y cosificado, pero al alcance de todo mundo.

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

Pero debe tenerse en cuenta que "la nación enseñada a los hombres ha sido muy distinta a la mostrada e impuesta a las mujeres. Esto explica la invisibilidad social y esto fundamenta la hegemonía del clero sobre un sector, el femenino, para quien la práctica de México consistió en adherir sus Virtudes Públicas y Privadas (abnegación, entrega, sacrificio, resignación, pasividad, lealtad extrema) a las exigencias de sus hombres o sus "padres espirituales" (Monsiváis 1981:38). La noción de nación o de ciudadanía se crea diferente para hombres y para mujeres. Las mujeres no sólo han de adaptarse a los cambios sociales generales -industrialización, urbanización, tecnologización- sino a las actividades masculinas que se desarrollan ante dichas transformaciones -desorientación, frustración-.

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

El ser hombre y el ser mujer

Si estamos de acuerdo con la invención del mito del ser nacional mexicano ¿por qué no pensar que para el caso de la imagen del hombre y de la mujer, y de las relaciones intergenéricas, no ha

Rotmi Enciso

sucedido algo similar?, ¿por qué no ver la inferioridad y maldad femenina también como una creación del modelo cultural hegemónico de la sociedad por parte de la intelectualidad masculina con el fin de legitimar y reproducir la discriminación?, ¿no serán las mujeres una metáfora de la sociedad que se supone oprime al mexicano y maltratándolas creen vengarse, y matándolas, liberarse?, ¿serán las mujeres tan bravías e independientes que han necesitado un manojo de mensajes sutiles a veces, directos otras, terribles la mayoría de las veces, para remediar su afán de libertad y enderezar su comportamiento descarriado e inmoral?, ¿hasta qué punto hay consenso en esta mitificación entre la población masculina y la femenina?

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

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

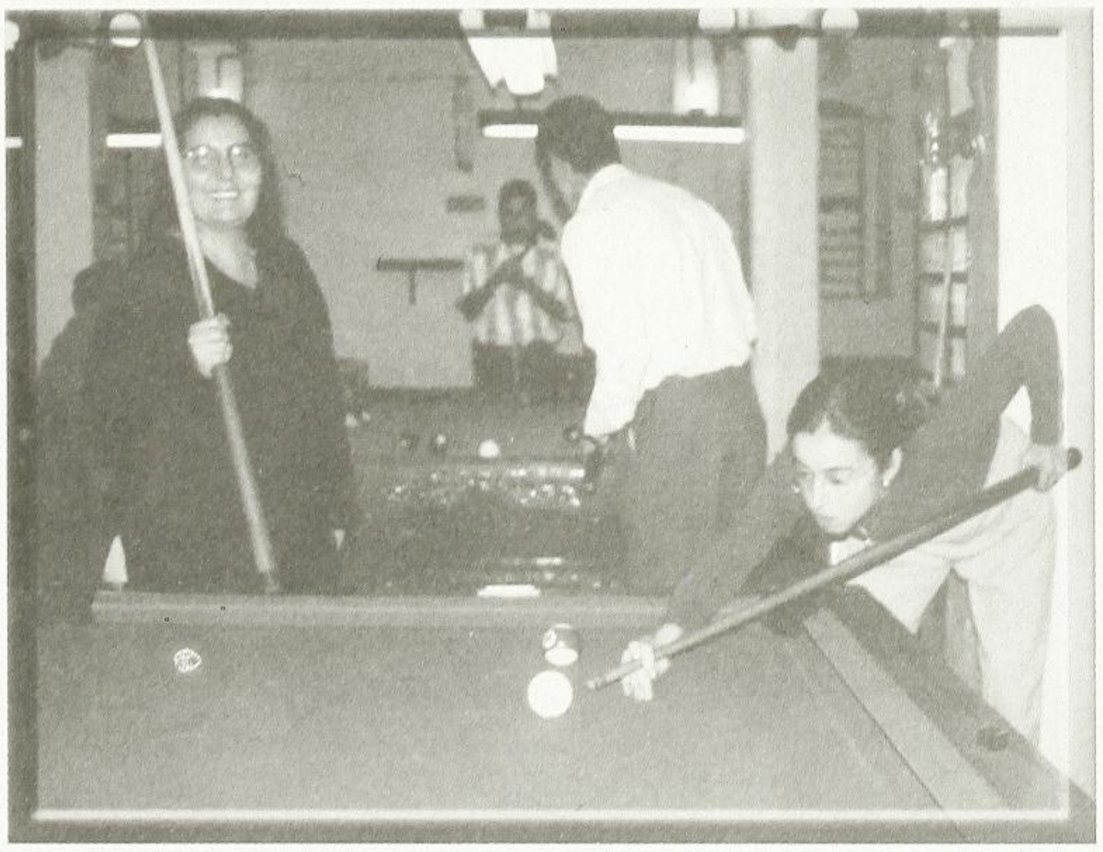
Una interpretación más profunda, rigurosa y actual, señala que "si la mujer ejerciese más plenamente su poder como individuo, no necesitaría entrar en el juego nefasto que logra el dominio a través de la entrega: el poder sobre los hijos y la dependencia de estos se nutre de su constante carácter de surtidora" (Coll 1992:88). Esto es, la contraparte de la "madrecita santa" mitificada e idolatrada, como mujer abnegada y sacrificada y su omnipresencia en la sociedad y sobre los hijos -especialmente los hombres-, es una mujer, que no teniendo poder como individuo ni participación en el mundo público, ni desarrollo personal satisfactorio -por diversas razones-, busca gratificación en la descendencia y a través de su poder sobre ella y la dependencia de estos para con ella. Los hijos parecen llenar el hueco que ella no completó ni social ni afectivamente, señala Marta Lamas en un texto sobre el tema.

En las letras de las canciones populares mexicanas se pueden observar huellas de esta dualidad: veneración total a la mujer amada con un trato cordial y amoroso -cuando novia-, mezclada con ardor y rencor por causa de la hembra traicionera -cuando ya es esposa y madre, le hace recordar el desplazamiento del paraíso que sufrió de pequeño-. La mujer sabedora de este comportamiento lo que hace la mayoría de las veces es adaptarse a la situación, pasando del silencio y sosiego de novia a la sumisión mansa, abnegada, sufriente y masoquista de esposa, según la óptica de Ramírez.

Rotmi Enciso

En la canción popular, la mujer abandona al hombre, lo contrario de la vida real en que el esposo es el que usual y aparentemente deja a la esposa, según se dice. Sin embargo, dicho abandono tomado como irreal es la expresión genuina de lo acontecido en la infancia, se llora en el fondo por aquel abandono. Se culpa en el contenido manifiesto a otro hombre que llena el corazón de la ingrata, mientras en el contenido latente es el hermano menor quien lo desplaza del calor y la seguridad infantil. La ausencia o vacío a veces es narrado como lamento, otras con rabia, y otras más, con un deseo de autodestrucción. El llanto y la súplica a la mujer amada van de la mano con su desvalorización y rechazo. Así ante la tristeza, soledad, dolor, melancolía, lamento, sólo queda un escape para mitigar la ansiedad: el alcohol, que frecuentemente va acompañado del canto y la música, y con el deseo de venganza -hacia el ser amado traicionero- y autodestrucción -hacia uno mismo-. "Ocasionalmente, la reacción ante el dolor y el abandono, promueve un fuerte deseo de venganza, se quiere hacer que el objeto amado sufra lo que con anterioridad sufrió el amante; es decir, se trata de transformar y hacer activamente lo que se sufrió pasivamente" (Ramírez 1994:107). Se desea que la esposa traidora -la madre abandonadora- sufra lo que el esposo -el hijo abandonado- ha sufrido, incluso puede deseársele la muerte, y la muerte también del amante de la esposa -esto es, el marido de la madre que es su propio padre-. Dentro de esa explicación considerada por algunos autores como Ramírez, bien pudieran entrar los mensajes de algunas de las canciones más populares.

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



Rotmi Enciso

Rotmi Enciso

Una parte esencial del ser mexicano, hombre, es el machismo en el peor y más duro sentido de la palabra: Los machos no sólo intentan negar y someter a la mujer, anhelan -y esto también es internacional- hallar la técnica de su inferioridad social, económica y cultural. No únicamente desean ser vencedores, buscan una personalidad que les haga olvidar, que amortigüe o desdiga su diaria condición de explotados en la vida.

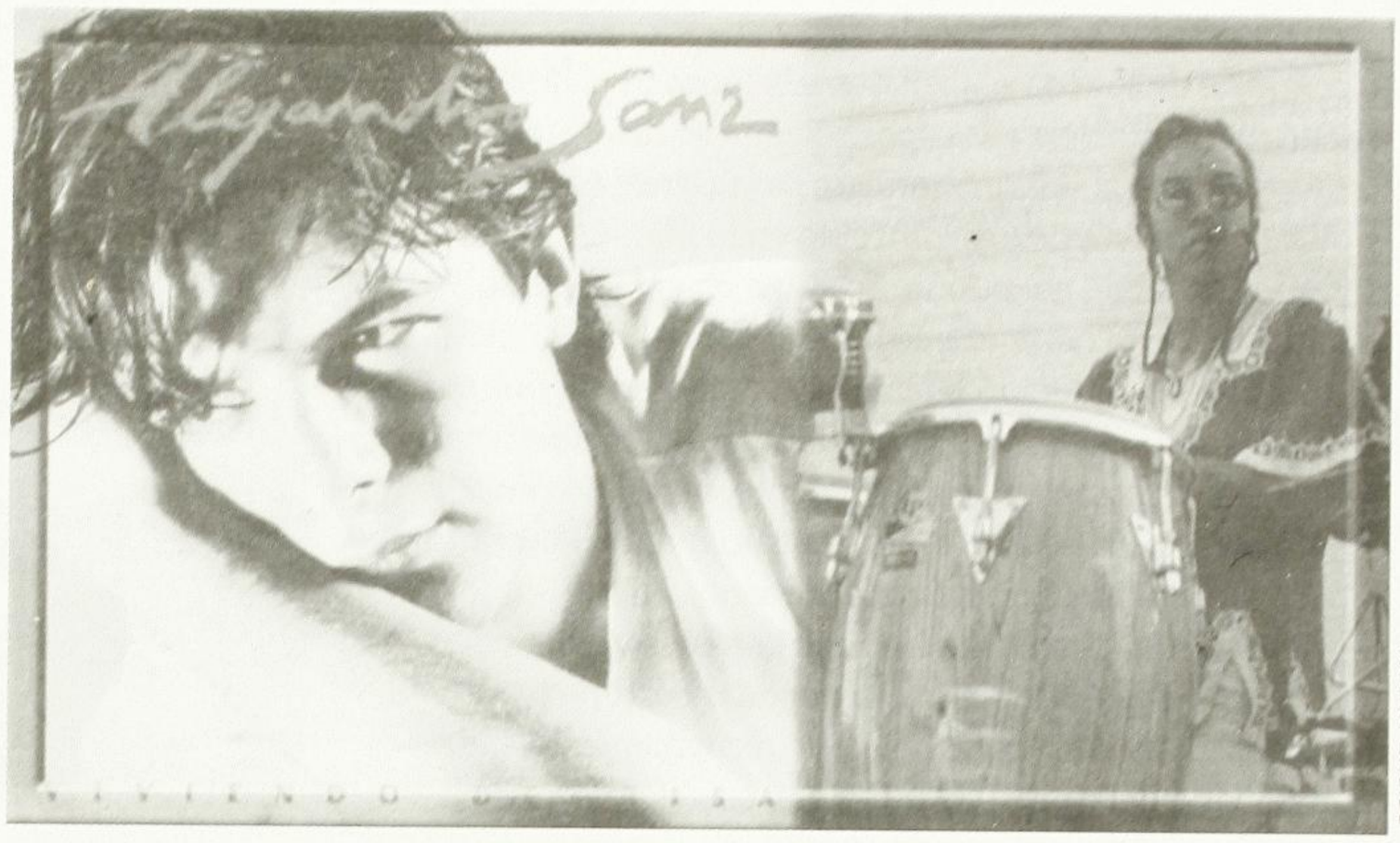
El machismo es, desde otro punto de vista, una quejosa petición de reconocimiento: "créanme, si no fuese nadie, no exhibiría tan angustiosamente mi necesidad de ser, no negaría la humanidad de mi compañera, no arriesgaría tan estúpidamente mi vida". (Monsiváis 1994:32). Como en el origen del melodrama, el machismo también busca el reconocimiento, partiendo de un ser, una nacionalidad que al parecer los niega, de ahí que sea necesario buscarse y reconocerse.

El macho y el machismo son también un mito de moderna creación en el siglo XX, una elaboración contemporánea que se proyecta hacia atrás en la historia, y quien sabe si hacia el porvenir. Se trata, según algunos, de la representación cinematográfica para el consumo popular, o incluso, lo declaran en extinción y objeto de burlas, cuestión esta que abre cierta polémica en torno al tema. En todo caso y ciertamente, la sociedad está en perpetuo cambio, y los roles y estereotipos, las realidades y las percepciones, como la tierra, se mueven.

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

perdiendo audiencia y parece en auge el look norteño y la onda grupera, pero sin embargo, todavía su figura está presente en los medios de comunicación y en el sentimiento de mucha gente.

Igual que hay que desechar del mito nacionalista que confunde las identidades y oprime las conciencias, como algunos autores han dejado claro -Bartra, Pérez Montfort, Monsiváis-, habrá que deshacerse también de la imaginería que subordina a las mujeres, reproduce su discriminación y fortalece la dominación masculina hegemónica. Y también de las representaciones de ésta, porque requiere esfuerzo y dolor mostrar y demostrarse constantemente, y no es nada fácil ser hombre como otros autores señalan -Gilmore, Badinter-. Repensar, cambiar o borrar la configuración y reproducción de las imágenes y papeles sociales, tradicionales y típicos, y melodramatizados a veces, del ser hombre y ser mujer en esta vida. Y entre los instrumentos utilizados y a utilizar se encuentran los mensajes culturales, uno de cuyos medios más potentes es la canción popular. El machismo conforma así parte del ser nacional mexicano y su identidad, toda vez que es parte esencial de la construcción diferencial e inequitativa, culturalmente hablando, de los sexos,



Rotmi Enciso

de esta forma se entrelazan dos niveles nodales de la cultura popular y la canción: nacionalismo y sexismo.

Pero hay que verlo todo, no únicamente desde la manipulación de los medios -cine, radio y televisión- de imponer modelos como el charro y la china, que sí lo hicieron y sí pasó; sin embargo, la cosa no es tan perversa, mecanicista y unilateral como algunas posturas sugieren. También, por ahí están entretejidos los gustos y los sentimientos populares y unas gentes educadas y necesitadas o ansias de reconocerse en algo, de pertenecer a algo, de identificarse con algo. En este trasiego de negociación y pactos, de aceptación y consenso es donde está la clave del asunto. Las personas tienen su corazoncito y la instrucción nacional y de género ha calado hondo.

Rotmi Enciso

REFERENCIAS

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

Coll, Rosa
1993 "Dejar de ser madre" *debate feminista*, vol.6, México DF.

Monsiváis, Carlos
1981 "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México" *Cuadernos Políticos*, no30, México.
1994 *Amor perdido.* México:Era.

Pérez Montfort, Ricardo
1994 *Estampas del nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo.* México: CIESAS.

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

1 Varias de las ideas vertidas en este texto forman parte del libro: Fernández Poncela, Anna M.
2002 *"Pero vas a estar muy triste y así te vas a quedar". Construcciones de género en la canción popular mexicana.* México: INAH.