

Gabriel Gutiérrez Javán
ggjavan@yahoo.com
Universidad Nacional Autónoma de México
www.unam.mx

Gutiérrez Javán Gabriel
24th Annual ILASSA Conference on Latin American

EL APARTHEID ESTÉTICO Y SOCIAL EN MÉXICO: LA DURA REALIDAD DEL JOVEN MEXICANO FRENTE A LA MODA

La belleza es una presentación mucho mejor que cualquier carta de recomendación
Sócrates

**I. Implicaciones de la moda y la belleza en los jóvenes
(Introducción)**

El proyecto que a continuación presentamos es el resultado de una investigación “aparentemente” concluida en nuestros estudios de maestría. Decimos aparentemente porque a lo largo de estos últimos cinco años nos hemos dado cuenta que el tema de la moda constituye una enorme y rica veta de cuestiones sociales y culturales, que lejos de permitir la presentación de conclusiones definitivas, surgen cada vez más interrogantes en torno a ella.

En nuestra tesis de maestría realizamos un análisis de contenido de una de las principales publicaciones de la moda en nuestro país, nos referimos a la revista *Eres*. Dicha publicación otorga a la belleza un papel fundamental para lograr una aceptación social de éxito que se manifiesta en distintos campos: familiar, laboral, académico y, desde luego, erótico.¹

El poder y la influencia que ejerce la belleza ha sido un fenómeno abordado desde hace siglos por grandes pensadores como Michel de Montaigne, quien afirmaba:

Nunca repetiré suficientes veces lo mucho que valoro la belleza como cualidad que otorga poder y ventajas... Ocupa el lugar preferente

¹ Para quien esté interesado en ésta u otras referencias futuras en torno a esta investigación proporcionamos la ficha completa:

Gabriel Gutiérrez Javán, “Las funciones estética y seductora de la moda. Usos e implicaciones en los jóvenes: el caso de la revista *Eres*” (tesis de maestría en comunicación; México, D.F.: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, 2002).

*en las relaciones humanas; aparece en primer plano, seduce y predispone nuestros juicios, ejerce gran autoridad e impresiona de forma maravillosa.*²

Actualmente esta afirmación de Montaigne no únicamente es aceptada, sino respaldada ampliamente por diversos estudios científicos que ponen de relieve la importancia que tiene la belleza como un elemento útil y funcional en las relaciones sociales³.

Ser guapo ayuda a triunfar en la vida. La industria de la moda no desconoce en absoluto esta situación, al contrario, la alienta, difunde y utiliza como estandarte para poder acercarse a la gente y sacar de ella un jugoso beneficio económico.

Observar este fenómeno nos llevó de manera ineludible a preguntarnos dos cuestiones:

- ¿Cuáles son los cánones estéticos que la moda observa con beneplácito?
- Y ¿qué implicaciones tiene seguirlos?

Nuestro estudio de la revista *Eres* tuvo una duración de un año (24 ejemplares), lapso en el cual nos dedicamos a revisar y clasificar las principales características físicas como el color de tez y complejión de las personas que aparecían tanto en portada, como en el interior de sus páginas. Posteriormente, cuantificamos en términos porcentuales obteniendo los siguientes resultados:

² Michel de Montaigne es citado por Nancy Etcoff, *La supervivencia de lo más guapos*, Debate, Madrid, 2000, p.38.

³ En el número 1237 de la revista española *Cambio 16*, perteneciente a Agosto de 1995, se publicó un reportaje titulado “El triunfo por guapos” donde se exponen diversas investigaciones realizadas en las universidades de Austin y Saarbrücken, las cuales dan a conocer algunas de las ventajas sociales que la belleza otorga:

- ❖ Un físico atractivo influye para dictar penas menos estrictas en los tribunales de justicia.
- ❖ La belleza se asocia siempre con cualidades positivas.
- ❖ La gente atractiva tiene más parejas y disfruta más de la vida marital.
- ❖ El electorado da importancia a la belleza física de un candidato al momento de emitir su voto.
- ❖ Las personas guapas ascienden más rápido en su trabajo y ganan más dinero.

Tipo de tez de las personas que aparecen en <i>Eres</i>
Blanca (81%)
Morena (16%)
Negra (3%)

Complexión de las personas que aparecen en <i>Eres</i>
Delgada (84%)
Media (16%)
Obesa (0%)

La mayor parte de las personas a las que esta revista califica como bellas y de grata presencia se caracterizan por ser en su mayoría blancas y delgadas, aunado a otros rasgos físicos que también observamos como son: rasgos faciales finos, dentadura bien formada, cabello claro y abundante. *Eres* asegura a sus jóvenes lectores que el seguir estos patrones de belleza asegura un éxito en la aceptación social, principalmente aquella que tiene que ver con fines eróticos.

Esta revista difunde a lo largo de todas sus páginas un *modus vivendi*, donde no el cuidado de la apariencia externa no es lo único, sino también existen otras cuestiones enfocadas a la diversión y el consumo.

Estas cuestiones, al parecer intrascendentes y frívolas de la moda, crean un estilo de vida que los jóvenes en busca de esta (pseudo)aceptación se ven obligados a seguir y cuyas consecuencias, según demostramos en nuestra investigación no se hacen esperar. La moda es una dictadura.⁴ Seguir su glamour provoca graves desórdenes alimenticios, que pueden desembocar en enfermedades como anorexia, bulimia, vigorexia y ortorexia nervosa. Así como una vida guiada por valores narcisistas y hedonistas que conducen en muchos casos a un vacío intelectual y moral.

⁴ Para reconocidos investigadores del tema como la española Margarita Rivière la moda constituye una dictadura que *ya no dicta tan sólo el largo o ancho de una falda, la altura de los tacones o si la corbata debe olvidarse. La moda determina el color y el estilo de la temporada, orienta sobre lo que, con mucha seguridad, se llevará más allá del vestido: en la mente, en el talante, en la emoción, en los sentidos, en las conductas. La moda ya es todo eso. La moda ya es identidad.* (Margarita Rivière. *Lo cursi y el poder de la moda*, Madrid, España, Espasa Calpe, 1998, p.15.)

El estereotipo de belleza que la moda da a conocer en medios audiovisuales e impresos es sólo la punta del iceberg de un fenómeno más rico y complejo. Pensamos se requieren plantear y analizar otras cuestiones sociales y culturales que la moda, como cualquier otra dictadura, promueve y difunde como son la discriminación y el prejuicio.

II. El apartheid estético y social en México: la dura realidad joven mexicano frente a la moda. (Planteamiento)

El racismo es [...] una reacción injustificable pero explicable, inaceptable si uno suscribe la idea de tolerancia, pero perceptible en todos lados, condenable pero “normal” por el hecho de su recurrencia.

Chebel d' Appollonia

En México se oculta que exista prejuicio y discriminación, sin embargo, un mexicano inmediatamente después de nacer es clasificado por sus familiares si es “feo” o “bonito” basándose únicamente por su color de piel. Desde esta postura –bastante extendida en los hogares - es común escuchar frases como la siguiente:

- “El bebé de fulanita está muy bonito...¡es güerito!”

Si un bebé no posee una tonalidad clara en su tez recibe otros halagos pero no siempre (ni con la misma emoción) se afirma que es hermoso. Lo paradójico del caso es que la por las venas de la familia que juzga a un neonato muchas veces no corre una carga genética del tipo ario o nórdico que anhela ver reflejadas en él. La población de nuestro país posee un carácter eminentemente mestizo, perceptible en las características físicas de su población. Al respecto, Guillermo Bonfil Batalla afirma:

Desde el punto de vista somático, el mestizaje se advierte, en efecto, en amplios sectores de la población, aunque la intensidad sea variable y predomine en muchos grupos la presencia de rasgos indígenas.

Esto puede atribuirse, en primera instancia, a la magnitud inicial de la población india, muy superior a los contingentes europeos, africanos y de otras procedencias que han tomado parte en el mestizaje. Cabe recordar que se ha estimado una población de 25 millones en el

*territorio de México en el momento de la invasión europea; y aunque esa cifra descendió brutalmente durante las primeras décadas del régimen colonial [...] es evidente que el aporte genético indio constituye el elemento fundamental en la conformación somática de la población mexicana.*⁵

El juicio estético que se hace en nuestro país a una persona recién nacida donde la beldad y hermosura se asocian a un tono de tez claro es quizá la primera de muchas manifestaciones de prejuicio y discriminación que gran parte de la población mexicana realiza contra sí misma.

¿Pero qué entendemos por prejuicio y discriminación? Para comprender mejor estos conceptos nos apoyaremos en las definiciones que hace el sociólogo inglés, Anthony Giddens. Para este autor *el prejuicio alude a las opiniones o actitudes que tienen los miembros de un grupo respecto a otro. Las ideas preconcebidas de una persona prejuiciosa suelen basarse en rumores más que pruebas directas y tienden a ser reacias al cambio, aunque se acceda a más información. Las personas pueden tener ciertos prejuicios favorables a ciertos grupos con los que se identifican y prejuicios negativos contra otros. Alguien que tiene prejuicios contra un determinado grupo se negará a escucharle de forma imparcial.*

*La discriminación es la conducta real que se tiene con un grupo ajeno y puede apreciarse en actividades que le privan de las oportunidades que otros disfrutan [...].*⁶

No es difícil rastrear en la historia de nuestro país la génesis de ambos fenómenos con todas, y cada una, de las características que Giddens da en sus definiciones. Basta con remontarnos a la época de la conquista donde el español impone su cultura, su religión, su estilo de vida y su juicio estético de lo qué es bello. A través de varios siglos de dominación lo indígena se va a ir asociando a prejuicios negativos como miseria, atraso, mugre, inferioridad, flojera y fealdad. Lo que redundará en una discriminación que tenderá a minimizar cualquier vínculo prehispánico en el mestizaje.⁷

⁵ Guillermo Bonfil Batalla. *México profundo. Una civilización negada*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2001, p. 40.

⁶ Anthony Giddens. *Sociología*, Madrid, España, Alianza Editorial, 2001, p. 281.

⁷ Al respecto investigadores destacados en el tema como, Santiago Ramírez, afirman que el mexicano se encuentra en permanente estado de reivindicación con su origen:

En parte de su persona se sabe indio y reniega de ello, reivindica contra lo indígena cuando lo insulta y dice: “indio cuatro orejas” o “indio desgraciado” [...].

Quizá donde trate de ocultarse más este vínculo indígena es donde más se manifiesta a la vista de todos: el aspecto estético.

En la actualidad el prejuicio y discriminación hacia las características físicas del indígena lejos de erradicarse, se han visto reforzadas. Una de las causas ha sido la difusión de un estereotipo de belleza que la moda difunde y que es un modelo totalmente ajeno a las características somáticas del mexicano. Los cánones de belleza que hoy la moda aprueba e invita a seguir tienen que ver con seres humanos de tez blanca, altos, delgados, de extremidades firmes y rasgos faciales finos.

José Manuel Pérez Tornero expone que los modelos de belleza que la moda y la publicidad utilizan no hacen una distinción genética en el público receptor a la hora de promocionar un producto:

La estética, los modelos culturales y los comportamientos que transmiten anuncios tales como los de las bebidas, los de productos de belleza, o los de limpieza, por ejemplo, no respetan los valores, ni los rasgos identificativos de las culturas autóctonas. Por ejemplo, en Rabat, la chica que anuncia en la televisión un jabón que deja la piel muy blanca es la misma rubia despampanante con ojos azules que lo anuncia en París, mientras que la piel de la audiencia es, lógicamente, bien distinta.

Esta contradicción tan espectacular entre la realidad de un país y las imposibles aspiraciones que plantea la publicidad provoca grandes desequilibrios psíquicos y emocionales, sobre todo entre los jóvenes.⁸

*Esa actitud antiindígena del mexicano tiene algunos paralelos con la actitud antisemita. Ackerman ha observado que frecuentemente la actitud antisemita protege de depresiones severas; se ataca afuera para evitar atacarse adentro. Es más, pareciera como si rasgos de furibundo antisemitismo fueran defensas contra la depresión y al romperse éstas las fuerzas destructivas se dirigiesen contra el yo, produciéndose el cuadro depresivo. Nos importa esta interpretación en la psicología del mexicano. Efectivamente hemos observado que en pacientes con intensa actitud antimexicana el ataque de las estereotipadas cualidades negativas del mexicano: su desnutrición, su mugre, su miseria, su lentitud, su masoquismo, es una manera de librarse de la contemplación de iguales características presentes en el interior del que critica. Es decir, hablando en lenguaje psicoanalítico: se ataca un objeto externo, proyectado para no atacar un objeto interno. El mexicano, dividido por dentro tiene que colocar sus objetos malos en el exterior para no sentirse destruido; a veces es antimexicano y a veces nacionalista; a través de ambas actitudes propositivamente se estructura (Santiago Ramírez. *El mexicano, psicología de sus motivaciones*, México, Grijalbo, 2003, pp. 65-66).*

⁸ José Manuel Pérez Tornero y otros. *La seducción de la opulencia . Publicidad, moda y consumo* , España, Paidós, 1992, p. 113.

De esta definición de Pérez Tornero se desprenden dos cuestiones de completa importancia:

La primera donde identifica que moda y publicidad hacen referencia no sólo a cuestiones estéticas, sino a modelos culturales y de comportamiento. En efecto, en el mundo de la moda para ser considerado “gente bonita” además de cumplir con estas características físicas se debe también seguir un estilo de vida muy específico con conductas, gustos y valores de carácter hedonista que encuentran su razón de ser en el consumo.⁹

La segunda observación que nos interesa destacar son los grandes desequilibrios psíquicos y emocionales que una persona puede experimentar al no sentirse lo suficientemente hermosa con relación a los estereotipos de belleza que la moda acepta.

Aún no se ha inventado la máquina que mide la belleza [...], pero la existencia de ese mercado general de la buena presencia es reconocida por psicólogos, sociólogos, jefes de personal de las empresas, agentes de imagen de los políticos, estrellas de cine y televisión [...]. Lo reconocen los guapos y lo lamentan los feos: la belleza ayuda a triunfar en la vida [...].

La cruz de esta glamorosa historia de caras guapas y cuerpos soberbios, la protagonizan aquellas personas cuya presencia física no resulta ni siquiera mediocrementemente pasable; en un mundo dominado por el bombardeo de los medios de comunicación, el imperio de la belleza y la fundamentalista religión del culto al cuerpo, el feo sufre el rechazo y la marginación. Y, lo que es peor, reconoce ese rechazo y lo siente.¹⁰

En nuestro país esta marginación y rechazo el rechazo como vimos puede darse desde momento mismo de nacer y por parte de la propia familia. Sin embargo, el apartheid de la moda se manifiesta de múltiples formas en todas a cualquier edad y en todas partes.

⁹ El objetivo principal de la industria de la moda es el beneficio económico para lo cual *se manipula, según su expresión, el gusto de la población occidental, gracias a lo cual se estimula el consumo de una moda verdaderamente dictatorial. Los conspiradores, de acuerdo con esta visión, serían personajes ligados a las grandes multinacionales perfumeras, textiles y de comunicación. Esta identificación de los que mandan en la moda es certera: tras las grandes marcas están actualmente las grandes finanzas y las multinacionales de productos de lujo y de belleza [...]. No perdamos de vista que la moda es, sobre todo, un negocio [...]. En el mundo de la moda, pues, unos pocos deciden y los demás acatan, en un papanatismo sin precedentes, la forma de vestir de vestir que aquellos han dispuesto en función de su propio beneficio e interés (Ibid., pp.29-30).*

¹⁰ Juan Fernández. “El triunfo por guapos” en Revista *Cambio* 16, No. 1237, Agosto de 1995, pp. 18-

La socióloga Esther Kravzov Appel, especialista del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM no se equivoca al afirmar que: *En México se practica un racismo soterrado, no reconocido, que se esconde y no tiene nombre, porque oficialmente no existe.*

[...]Sin embargo, hemos desarrollado como sociedad una diversidad de formas de exclusión a las que no llamamos racismo: se excluye por ser viejo, joven, rico, pobre, moreno, güerito, por poseer determinada cultura o por profesar equis religión. Ya no sólo es la raza. Cuando alguien trata de imponerse a otro, debe encontrar distintas formas para hacerlo sentir inferior y despreciar lo que es.¹¹

Estamos de acuerdo con la afirmación de Kravzov, sin embargo, desde la perspectiva estética que impone la moda encontramos que unos elementos que ella menciona causan más discriminación que otros, como ser moreno, viejo y pobre.

A continuación, enumeramos unos cuantos ejemplos de frases y acciones concretas que ilustran lo anterior.

1. Son muy comunes los lugares de diversión nocturna donde se impide la entrada a jóvenes simplemente por ser morenos.
2. Palabras como “prieto”, “gordo” e “indio” adquieren el rango de adjetivos ofensivos.
3. En algunos consorcios comerciales los empleados de mostrador son contratados con base a una complexión alta y delgada; un tono claro de piel; y deben ser bien parecidos.

Parece imposible exigir algo así en un país donde el 80% de la población no cubre estos parámetros de belleza que la moda acepta. Los rostros bellos y cuerpos atractivos no abundan en nuestro entorno como en el mundo del espectáculo y la publicidad donde aparecen de principio a fin. Si nos dejamos guiar por estos cánones de belleza que la moda maneja podemos afirmar que la mayoría de los jóvenes mexicanos no son bellos, y lo que es peor, nunca podrán serlo, ya que lo llevan en los genes, como a continuación veremos.

1. Características antropométricas del mexicano

La belleza es sólo superficial, pero la fealdad llega hasta los huesos

¹¹ Esta información fue publicada en el diario *La Jornada* el martes 12 de noviembre de 2002.

En épocas recientes el Instituto de Investigaciones Antropológicas (IIA) de la UNAM ha llevado a cabo diversos estudios acerca de las características físicas del mexicano. Cuestiones como peso, estatura, color de ojos, tipo de cabello, forma de nariz y del rostro son obtenidos para estudiarse y determinar las características corporales y faciales que tiene la población de nuestro país.

Encabezado por el antropólogo Arturo Romano, el IIA, junto con la Procuraduría General de Justicia del Distrito federal,¹² realizaron el proyecto titulado *La cara del mexicano*. Esta investigación se dio a la tarea de recabar por las fotografías de 2,890 personas con el fin de cubrir la gama de variaciones faciales de la población mexicana.

El rastreo de los rasgos faciales promedio de los mexicanos se dio en distintas entidades federativas de la república Mexicana, orientado por el conocimiento de la gran variabilidad de la población, que combina una raíz indígena con grupos que mantienen ese perfil, grupos con rasgos europeos predominantes y una población mestiza que además de los caracteres ya mencionados, posee elementos africanos.

De acuerdo con esa información y con la experiencia antropológica física de México, se seleccionaron las regiones del país que proporcionarían las imágenes características representativas de la diversidad actual de la población.

Algunas de las zonas estudiadas fueron regiones de Yucatán, para obtener una muestra de las características indígenas mayas; de Jalisco, para obtener algunos rasgos europeos; de Sonora, con cierto mestizaje

¹² Cabe decir, que este proyecto tiene un uso bastante útil y funcional en la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal ya que se utiliza en la identificación de personas. Este sistema de retrato hablado es muy novedoso tanto en el sustento de su investigación, como a nivel tecnológico, ya que está asistido totalmente por computadora.

La cara del mexicano se realizó con base en una investigación antropofísica; es decir, de medición de los rasgos físicos de los individuos, de manera que las características registradas fueran representativas de nuestra población. A diferencia de éste, los mecanismos criminalísticos usados en Europa y en Estados Unidos se basan sólo en los archivos policíacos de fotografías de los delincuentes; mismos que no necesariamente reflejan la diversidad de la población.

Otra ventaja de La cara del mexicano es que se realizó con programas de cómputo comerciales- a diferencia de otros sistemas que emplean programas diseñados exclusivamente para ese trabajo- , lo cual lo hace más económico, flexible y fácil de actualizar. (Sonia López. “El nuevo rostro del retrato hablado” , en ¿Cómo ves? Revista de divulgación de la ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México, Año 1, No 3, Febrero de 1999, p. 8)

*en el que predominan rasgos europeos, así como de Colima y del Estado de México.*¹³

La población de nuestro país es mestiza casi en su totalidad, es decir, producto de la unión de indígenas, europeos y africanos. En algunas regiones de nuestro territorio pueden predominar los rasgos de una raza sobre las otras, pero al fin y al cabo la población total del país es resultado de esta mezcla.

Los estereotipos de belleza que la moda presenta como ideales a seguir contrastan con el tipo de mexicano presentado por el IIA. Esto es aún más evidente en la complexión y talla que tenemos los mexicanos ya que distan mucho de los cuerpos altos y delgados que exalta el canon actual de belleza.

2. Talla y peso del mexicano

En nuestro país entre el 35 y 40% de la población adulta (18.5 millones de personas) padecen obesidad, según las encuestas nacionales de nutrición de los años 1998 y 1999. Estos resultados fueron expuestos por Jorge González Barranco, jefe de la Clínica de Obesidad del Departamento de Endocrinología y Metabolismo del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.¹⁴

Estas encuestas dan a conocer los siguientes resultados:

- Cada vez aumenta más la tendencia a la obesidad en las personas adultas; tan sólo en las mujeres de 12 a 49 años, la tendencia aumentó 17.4% de un año a otro, pasando de 35.1 a 52.5%
- El panorama de la población infantil es aún más sombrío, pues de acuerdo a información preliminar de un estudio piloto aplicado en algunas primarias capitalinas de cada 100 alumnos de entre 6 a 12 años, entre el 45 y 47 sufre de obesidad.
- México se encuentra hoy entre los tres primeros lugares de obesidad a nivel global, con índice parecidos a los de Estados Unidos, Perú y Turquía.
- Se tienen indicios de que la causa de que los mexicanos sean propensos a la obesidad sea de origen genético. Se habla de

¹³ *Ibid*, p.9.

¹⁴ Esta información fue publicada en el diario *La Jornada* el martes 17 de julio de 2001, p.43

un “gen ahorrador”. *Esto quiere decir que los cromosomas de los mexicanos existe un gen que propicia que “con poco alimento se pueda vivir adecuadamente”, por lo que cualquier exceso en la comida inexorablemente quedará en el cuerpo en forma de grasa. [...] Las indagaciones apuntan a que este “gen ahorrador” se heredó de nuestros ancestros indígenas, pero en otras épocas no se expresaba en toda su magnitud porque la actividad física era más intensa.*¹⁵

- Por último, este problema de salud que existe entre nuestra población se agrava por dos razones: la acumulación de la grasa del abdomen hacia arriba y la prevaecía de una raza de talla corta.

La relación entre talla y peso, concretamente de los jóvenes mexicanos, fue abordada también por el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM. En el estudio antes mencionado se observó que sin tomar en cuenta la edad, para una misma talla el peso de las mujeres es superior a la de los hombres.

A continuación, reproducimos las gráficas de las que se deriva la información anterior y que pertenecen a la investigación titulada *Terminando de crecer en México*, la cual se llevó a cabo entre 1990 y 1999, en el marco de la exposición “Ciencia y Deporte” en el Museo Universitario de Ciencias Y Artes de la UNAM. Se estudiaron 1190 hombres y 110 mujeres, entre los 14.5 y 18.5 años de edad.

Para cada una de los cuadros que presentamos de este estudio corresponden los siguientes parámetros:

- Número de individuos observados (n)
- Desviación estándar (s)

FIG 23 Y FIG 24

¹⁵ *Ibid*

HOMBRES					MUJERES										
Estatura (cm)	n	Media Peso (Kg)	s desv. estd.	Peso estimado (Kg)	Estatura (cm)	n	Media Peso (Kg)	s desv. estd.	Peso estimado (Kg)						
148	2	47.12	7.88	45.89	167	96	58.66	7.52	59.84						
149	1	41.85	---	46.62	168	84	60.15	7.67	60.57						
150	6	49.46	3.15	48.09	169	62	61.63	7.54	61.31						
151	2	51.15	2.88	48.83	170	76	63.62	7.27	62.04						
152	6	46.31	13.25	49.56	171	64	62.14	8.32	62.78						
153	2	52.20	8.05	50.29	172	44	63.31	8.46	63.51						
154	4	50.51	8.57	51.09	173	51	64.99	9.03	64.24						
155	12	50.07	6.89	51.76	174	31	66.30	7.63	64.98						
156	17	51.04	4.35	52.50	175	157	74	66.35	55.88	7.48	65.71	55.38			
157	18	49.49	6.50	53.23	176	158	27	62	65.96	55.68	12	5.96	66.45	56.06	
158	23	53.59	7.25	53.97	177	159	25	53	70.47	57.32	49	8.23	67.18	56.73	
159	14	52.16	6.57	54.70	178	160	22	46	68.32	56.00	93	5.94	67.91	57.41	
160	15	53.24	6.57	55.43	179	161	21	47	70.29	56.95	58	7.57	68.65	58.09	
161	14	54.54	6.51	56.17	180	161	9	38	72.10	57.80	77	8.35	69.38	58.76	
162	15	56.20	7.25	56.90	181	162	14	38	73.87	57.80	90	7.35	70.12	59.44	
163	18	58.49	7.11	57.64	182	163	5	33	73.67	61.90	2.85	7.35	70.85	59.44	
164	18	57.60	7.31	58.37	183	164	5	28	67.61	57.45	53	7.39	71.59	60.12	
165	15	58.08	7.31	59.10	184	165	4	29	66.31	58.37	20	7.85	72.32	60.79	
166	15	57.78	5.70	51.52	166	11	60.63	9.88	61.47	152	57	51.63	6.02	52.00	62.14
152	57	51.63	6.02	52.00	167	7	65.88	14.08	62.82	153	50	52.85	5.80	52.68	62.82
153	50	52.85	5.80	53.35	168	13	61.97	9.08	63.50	154	72	53.79	6.24	53.35	63.50
154	72	53.79	6.24	54.03	169	10	65.62	8.70	64.17	155	77	53.42	7.27	54.03	64.17
155	77	53.42	7.27	54.71	170	2	66.40	13.65		156	63	51.20	5.92	54.71	

Como hemos podido observar las características físicas de los mexicanos son muy diferentes a los modelos de belleza que la industria de la moda y la belleza utilizan: tez blanca, altos y delgados. La población mexicana posee fuertes elementos indígenas en su constitución física, elementos que no tienen cabida dentro de este apartheid estético que la moda impone (cualquier vestigio indígena tiende a ocultarse y destarrarse). Para comentar al respecto nuevamente cedemos la palabra a Bonfil Batalla:

“¿Qué es lo indio para las élites del país?, ¿de qué manera está presente entre la gente linda? En general, nadie, en esos medios, reclama alguna ascendencia indígena. Lo contrario es lo usual: la ostentación de un linaje que tiene origen europeo y se ha mantenido sin mezcla en el transcurso de las generaciones.[...] Si no se proclama la aristocracia de sangre, se reclama un origen modesto, una fortuna y una posición ganada con esfuerzo y talento, prendas que de alguna manera, aunque no se diga brutalmente, quedan siempre asociadas como características naturales que provienen de no haber sido indios quienes las poseyeron ni indios sus descendientes.

[...] En un número de antología, la revista norteamericana <<Town&Country>> presento a los Mighty Mexicans: un desfile de fotos y reportajes breves sobre los personajes más poderosos del país, presentados en su entorno cotidiano [...]. Sintomáticamente, un grupo de damas jóvenes de la alta sociedad aparecen retratadas con sus mejores

joyas y atavíos; en cada foto hay un elemento decorativo que indica sin lugar a dudas la condición mexicana de la modelo: junto a ella aparece siempre una india vestida con algún huipil auténtico, baja de estatura, rechoncha, la piel morena, el rostro sonriente y la mirada agradecida. Cualquiera de estas fotografías podría ser la síntesis extrema de la esquizofrenia colonial en que vivimos.

Las capas medias de la sociedad urbana, acrecentadas rápidamente en las cinco o seis décadas últimas, viven esa esquizofrenia cotidianamente.¹⁶

Esta esquizofrenia a la que alude el autor provocada por negar cualquier vínculo indígena para vivir de acuerdo a los estándares estéticos y sociales de la moda traen consigo múltiples consecuencias, tanto en el aspecto individual como social.

Son célebres los estudios y ensayos de varios pensadores que han analizado al mexicano y su cultura como Octavio Paz, Samuel Ramos, Santiago Ramírez o Jorge Portilla, quienes hacen patente los complejos de inseguridad e inferioridad que acompañan al mexicano y que muchas veces desembocan en negarse a sí mismo, al igual que de su cultura y origen indígena.

El racismo y la discriminación que han existido desde la conquista contra todo lo indígena, actualmente se ha visto reforzado por los estereotipos de belleza que la moda aprueba.

En este racismo hay mucho más que una preferencia por rasgos y tonalidades. La discriminación de lo indio, su negación como parte principal de “nosotros”, tiene que ver más con el rechazo de la cultura india que con el rechazo de la piel bronceada. Se pretende ocultar e ignorar el rostro indio de México, porque no se admite una vinculación real con la civilización mesoamericana. La presencia rotunda e inevitable de nuestra ascendencia india es un espejo en el que no queremos mirarnos.¹⁷

¹⁶ Guillermo Bonfil Batalla, *Op.*, cit, pp. 92-93

¹⁷ *Ibíd.*, p. 43

