

El proceso de construcción de la identidad colectiva

Asael Mercado Maldonado / asaellmm@hotmail.com

Alejandrina V. Hernández Oliva / oliv_her68@hotmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México

Abstract: One of the social effects of modernization is, without a doubt, the transformation of the process through which peers are linked with the group they belong to. Indeed, the collective identity that supposed the imposition and transmission of cultural features of a group; in the current social context, where subjects are attached to diverse groups, the construction of the sense of belonging is hindered, as the individuals through their multiple daily interactions, select the cultural repertoires that respond to their interests and personal aspirations, as well as to the social demands; in such a way that the collective identity, becomes a subjective and changing construction.

Key words: collective identity, cultural repertoires, social context, process, construction.

Resumen: Uno de los efectos sociales de la modernización es, sin duda, la transformación del proceso a través del cual los sujetos se vinculan con el grupo al que pertenecen. En efecto, la identidad colectiva que suponía la imposición y transmisión de los rasgos culturales de un grupo. En el contexto social actual, en donde los sujetos están adscritos a diversos grupos, la construcción del sentido de pertenencia se dificulta, ya que los sujetos a través de sus múltiples interacciones cotidianas van seleccionando los repertorios culturales que responden a sus intereses y aspiraciones personales, así como a las exigencias sociales; de tal manera que la identidad colectiva se convierte en una construcción subjetiva y cambiante.

Palabras clave: identidad colectiva, repertorios culturales, contexto social, proceso, construcción.

Presentación

En el contexto social actual, caracterizado por las múltiples implicaciones de la globalización, el término identidad se ha convertido en uno de los vocablos empleados con mayor frecuencia, no sólo en el lenguaje de los científicos sociales, sino también en el discurso político, en el arte, en el cine. Los trabajos de investigación y los foros de discusión en los que se aborda la cuestión identitaria se han incrementado, y frente a ellos escuchamos que los políticos y, en general, los dirigentes de diversas organizaciones hacen referencia constantemente a la necesidad de fortalecer la identidad; sin embargo, no siempre se precisa lo que se entiende por identidad, lo cual impide la comprensión de este fenómeno en su justa dimensión.

El proceso de globalización ha generado, por un lado, nuevas identidades como resultado de la apertura de fronteras y por otro, la reivindicación de lo propio, por parte de ciertos grupos que se resisten a abandonar su cultura. Los Estados-nación enfrentan un gran desafío: la búsqueda de mecanismos a través de los cuales puedan convivir con esquemas simbólico-culturales diferentes y hasta contradictorios.

La implementación de acciones estatales respecto a las nuevas identidades, su fragmentación o revitalización tendrán mayor impacto si se diseñan sobre bases firmes; es decir, a partir del conocimiento preciso de lo que supone que los individuos se perciben a sí mismos como miembros de un determinado grupo. Por ello, este artículo tiene como objetivo la revisión de diversas categorías analíticas que permitan comprender a qué nos referimos cuando hablamos de identidad en general y de identidad colectiva en particular, y sobre todo, el análisis del proceso mediante el cual los sujetos construyen el sentido de pertenencia grupal.

Retomamos el concepto de identidad de Erickson y Henry Tajfel como creadores de la teoría de la identidad social. Posteriormente se revisan los planteamientos sociológicos y antropológicos sobre la identidad colectiva o cultural, poniendo especial atención en la tesis de Jürgen Habermas, sobre los factores decisivos en la construcción de la identidad colectiva en la sociedad moderna; también nos basamos en la propuesta metodológica de Fredrik Barth de sustituir el concepto de etnia por el de etnicidad, que implica estudiar la identidad desde la perspectiva de los miembros del grupo, de tal manera que lo que identifica a un grupo no son los elementos culturales objetivos del mismo, sino aquellos que los sujetos consideran significativos. En esta cuestión coinciden Manuel Castells, Gilberto Giménez y Andrés Pique-

ras, al considerar que la identidad colectiva es, ante todo, una construcción subjetiva, resultado de las interacciones cotidianas, a través de las cuales los sujetos delimitan lo propio frente a lo ajeno.

El concepto de identidad en las ciencias sociales

El término identidad se incorporó al campo de las ciencias sociales a partir de las obras del psicoanalista austriaco Erick Erickson, quien a mediados del siglo XX empleó el término ego-identidad en sus estudios sobre los problemas que enfrentan los adolescentes y las formas en que pueden superar las crisis propias de su edad. Erickson concibe a la identidad, como “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal (Erickson, 1977: 586); lo que se traduce en la percepción que tiene el individuo de sí mismo y que surge cuando se pregunta ¿quién soy?

La identidad supone un ejercicio de autorreflexión, a través del cual el individuo pondera sus capacidades y potencialidades, tiene conciencia de lo que es como persona; sin embargo, como el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos. Por ello, el concepto de identidad aparece relacionado con el individuo, siendo las perspectivas filosófica y psicológica las que predominan en los primeros trabajos sobre identidad social.

En sociología y antropología se aborda la dimensión colectiva de la identidad, que en las últimas décadas del siglo XX se asocia a la emergencia de los movimientos sociales, las ONG, las reivindicaciones regionales y las migraciones; por ello, se concibe en relación directa con el discurso de los sujetos y la interacción social, ubicándola en la esfera subjetiva de los actores sociales.

En sociología, la identidad colectiva se concibe como el componente que articula y da consistencia a los movimientos sociales en los trabajos de Alain Touraine y Alberto Melucci; como un elemento de la acción comunicativa en Jürgen Habermas, y como un atributo de los actores sociales en Gilberto Giménez. En antropología, la identidad colectiva ha sido uno de los ejes centrales de investigación, primero bajo el enfoque esencialista, según el cual la identidad es un conjunto de propiedades y atributos característicos de un grupo en los trabajos de Judith Friedlander y George De Vos. Después, desde una perspectiva dinámica, la identidad colectiva se construye en un contexto histórico particular, a lo largo de un proceso de interacción, donde los sujetos

reelaboran los elementos culturales del grupo en: Fredrik Barth, Alicia Barabas, Joseph Cucó, Gilberto Giménez, José Manuel Valenzuela (Portal, 1991: 3-5; Giménez, 2000: 45-78).

De la identidad social a la identidad colectiva

La reflexión teórica sobre la identidad colectiva tiene como antecedente los planteamientos que se hacen sobre la identidad social. Desde la perspectiva de la psicología social, Henry Tajfel desarrolla una teoría de la identidad social, concibiéndola como el vínculo psicológico que permite la unión de la persona con su grupo; considera que para lograr ese vínculo, la persona debe reunir tres características:

- Percibir que pertenece al grupo.
- Ser consciente de que por pertenecer a ese grupo, se le asigna un calificativo positivo o negativo.
- Sentir cierto afecto derivado de la conciencia de pertenecer a un grupo (Chihu, 2002: 5-6).

Como podemos observar, para Henry Tajfel la pertenencia al grupo es el ingrediente esencial de la identidad social, porque al mismo tiempo que se siente parte de un grupo, el individuo se diferencia de los miembros de otros grupos a los que no pertenece; por ello se dice que la fuente de identificación del individuo es el propio grupo, pero los otros juegan también un papel importante, ya que cuando experimenta que es diferente a los otros se reafirma la pertenencia al grupo.

El núcleo de la Teoría de la Identidad Social se origina en la idea de que “por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales” (Tajfel, 1981: 255). Por ello, Tajfel propuso que parte del autoconcepto de un individuo estaría conformado por su identidad social, esto es, “el conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia” (1981: 255). En las formulaciones iniciales, Tajfel (1974, 1978) postuló que el comportamiento social de un individuo variaba a lo largo de un continuo unidimensional demarcado por dos extremos: el intergrupalo, en el cual la conducta estaría determinada por la pertenencia a diferentes grupos o categorías sociales; y el interpersonal, en el que la conducta estaría determinada por las relaciones personales con otros individuos y por las características personales idiosincráticas (Scandroglio, 2005: 59).

Sin embargo, el hecho de que los individuos experimenten que son diferentes a los otros no implica necesariamente que se identifiquen plenamente con el grupo al que pertenecen; pues, como plantean los psicólogos sociales Perrault y Bourhis, es preciso hacer la distinción entre grado y calidad de la identificación. El grado se refiere a la fuerza con que se experimenta la diferencia con otros grupos; en cambio, la calidad de la identificación equivale a la atracción que siente el individuo hacia el propio grupo (Morales, 1999: 82).

Los individuos experimentan la pertenencia al grupo cuando se relacionan con los miembros de grupos diferentes al suyo; por ejemplo, hay mexicanos que dicen que se sienten orgullosos de serlo cuando están en el extranjero, pero no ocurre lo mismo cuando conviven con los de su propio grupo.

La pertenencia a un grupo se da como resultado de un proceso de categorización en el que los individuos van ordenando su entorno a través de categorías o estereotipos que son creencias compartidas por un grupo, respecto a otro; “aluden a rasgos de personalidad como simpáticos, huraños, sinceros, características físicas —altos, fuertes, rechonchos—, conducta social como; trabajadores, vagos, responsables, al género; los hombres, las mujeres y sobre todo, a los grupos étnicos; gitanos, judíos, polacos y a los grupos nacionales; alemanes, franceses, italianos” (Aguirre, 1999: 65).

Evidentemente, los estereotipos son categorías (simplistas), porque no siempre contienen los rasgos reales de los grupos, porque además no sólo son creencias, sino también actitudes con una carga emotiva importante, y más todavía en muchas ocasiones, el hecho de clasificar a los grupos implica cierta discriminación; sin embargo, así aprenden los sujetos a referirse a los grupos a los que pertenecen en relación con los otros.

Por ello se dice que la identidad social es producto del binomio pertenencia-comparación que implica dos distinciones, aquella en la cual el grupo se autodefine a partir de las características que los hacen comunes y la que resulta de sus diferencias con los otros:

La primera distinción es realizada por los propios actores que forman el grupo y que se vuelven conscientes de la característica en común que poseen y los define como miembros de ese grupo; y la segunda distinción es la identidad de un grupo social desde fuera; es decir, la identidad de ese grupo es sostenida únicamente por quien la enuncia y consiste en la identificación de una característica en común que comparten los actores que forman ese grupo (Chihu, 2002: 8).

La pertenencia social consiste en la inclusión de los individuos en un grupo, la cual puede ser “mediante la sunción de algún rol dentro de la colectividad o mediante la apropiación e interiorización, al menos parcial del

complejo simbólico-cultural que funge como emblema de la colectividad en cuestión” (Giménez, 2000: 52). Esto implica que hay dos niveles de identidad, el que tiene que ver con la mera adscripción o membresía de grupo y el que supone conocer y compartir los contenidos socialmente aceptados por el grupo; es decir, estar conscientes de los rasgos que los hacen comunes y forman el “nosotros”.

Resulta más complicado que los sujetos logren el segundo nivel de identidad, ya que para compartir algo, se necesita conocer ese algo y todavía más, es preciso asumirlo como propio; por ejemplo, para que los sujetos que se afilian a un partido político puedan compartir los principios ideológicos se requiere que los conozcan y, sobre todo, que coincidan con ellos, o por lo menos con la mayor parte de éstos; de tal manera que les sirvan como marcos de percepción y de interpretación de la realidad, y también como guías de sus comportamientos y prácticas. Pero esto no es observable, sólo lo pueden “sentir”, experimentar, los sujetos mismos en las relaciones e interacciones que mantienen entre sí —al interior del partido— y con los miembros de otro partido político.

El hecho de que los sujetos se adscriban a un grupo no implica que se identifiquen con él, pues “[...] nada hay más alejado de un proceso mecánico que la identificación. No es suficiente etiquetar a una persona con un rótulo. Tan es así que muchas personas que pertenecen a grupos étnicos minoritarios en la sociedad estadounidense no muestran ningún grado apreciable de identificación étnica” (Morales, 1999: 88).

De lo anterior, Henry Tajfel concluye que la identidad social se integra de tres componentes: cognitivos, evaluativos y afectivos. Los cognitivos son los conocimientos que tienen los sujetos sobre el grupo al que se adscriben, los evaluativos se refieren a los juicios que los individuos emiten sobre el grupo, y los afectivos tienen que ver con los sentimientos que les provoca pertenecer a determinado grupo.

Hasta aquí podemos decir que la identidad social se genera a través de un proceso social en el cual el individuo se define a sí mismo, a través de su inclusión en una categoría —lo que implica al mismo tiempo su exclusión de otras—, y dependiendo de la forma en que se incluya al grupo, la identidad es adscriptiva o por conciencia. Además, como el individuo no está solo, su pertenencia al grupo va más allá de lo que piensa acerca de sí mismo, requiere del reconocimiento de los otros individuos con los que se relaciona; por ello se dice que la identidad “emerge y se reafirma en la medida en que se confronta con otras identidades, en el proceso de interacción social” (Giménez, 1996: 11).

Ahora bien, cuando los individuos en su conjunto se ven así mismos como similares y generan una definición colectiva interna estamos frente a la dimensión colectiva de la identidad.

La identidad colectiva en el contexto de la modernidad

Las perspectivas sociológica y antropológica sobre la identidad centran su atención en el punto de vista de los actores sociales sobre sí mismos; de ahí que conciben a la identidad como una construcción subjetiva, determinada por el contexto social; por ello consideran que los mecanismos a través de los cuales se construye la identidad no son siempre los mismos.

En efecto, se plantea que mientras en la sociedad tradicional, caracterizada por la homogeneidad social, es posible que los sujetos internalicen la estructura de significados presupuestos y compartidos colectivamente, y que dan sentido a las interacciones de la vida cotidiana, bajo un solo referente como la religión; en las sociedades modernas esto cambia, debido a que los sujetos pertenecen a una diversidad de grupos, son miembros de una familia, de un grupo escolar, de un club, de un grupo religioso, de un partido político. Esta pluralidad de pertenencias sociales complica la construcción de la identidad colectiva, no sólo por la creciente complejidad de las relaciones sociales, sino que los sujetos tienen frente a sí un abanico de repertorios culturales; algunos de los cuales coinciden, otros se contradicen. Los agentes a través de los cuales se transmiten esos repertorios son también múltiples, por lo que el proceso de internalización se complica aún más (Cruz, 1998; Giménez, 1996; Arteaga, 2000).

A lo largo de su vida los individuos van aprendiendo el bagaje cultural que requieren para vivir en sociedad, que incluye roles, actitudes, comportamientos proporcionados por los diferentes agentes de socialización, teniendo en los primeros años de vida a la familia —aunque hoy sea en forma parcial—, como el primer grupo de referencia; posteriormente van apareciendo otros agentes —que actualmente han cobrado mayor importancia que la propia familia— como son la escuela, los medios de comunicación, en particular la televisión, los grupos de amigos, la religión, los clubes deportivos, etcétera. Así, a través de todos estos agentes, los individuos van adquiriendo un cúmulo de conocimientos necesarios para convivir con los integrantes de su grupo y con los otros.

Es necesario referir a Berger y Luckman, miembros de la escuela de la fenomenología, quienes plantean que el proceso de socialización no sólo

comprende el aprendizaje cognoscitivo, sino también el consentimiento de los sujetos. Por ello, dependiendo de la etapa de vida de los individuos, la aceptación del bagaje cultural se lleva a cabo de manera diferente. Durante la niñez y los primeros años de la adolescencia, la socialización se realiza por lo general al interior de grupos afectivos, culturalmente homogéneos, como la familia, la iglesia, los amigos.

La socialización primaria comporta algo más que un aprendizaje puramente cognoscitivo. Se efectúa en condiciones de enorme carga emocional. Existen, ciertamente, buenos motivos para creer que sin esa adhesión emocional a otros significantes, el proceso de aprendizaje sería difícil, cuando no imposible. El niño se identifica con los otros significantes en una variedad de formas emocionales; pero sean éstas cuales fueren, la internalización se produce sólo cuando se produce la identificación. El niño acepta los roles y actitudes de los otros significantes, o sea, los internaliza y se apropia de ellos. Y por esta identificación con los otros significantes, el niño se vuelve capaz de identificarse él mismo, de adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible (Berger, 2001: 167).

Sin embargo, cuando los jóvenes, en razón de las necesidades e intereses propios de su edad, empiezan a integrarse a una variedad de grupos, la socialización implica el aprendizaje de formas culturales y sociales heterogéneas, y además la aceptación de éstas más que emocional es racional. Los sujetos pueden cambiar de un grupo a otro sin tanta dificultad, por ejemplo, de un partido político a otro, de un club deportivo a otro o de una escuela a otra, porque se trata de elegir aquello que les conviene; pero no ocurre lo mismo cuando hablamos de cambiar actitudes o comportamientos que se aprendieron en el seno familiar.

La socialización secundaria es un proceso posterior, que induce al individuo socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad, es la internalización de submundos institucionalizados. Esta socialización lleva a cabo la adquisición del conocimiento específico de “roles”, los que están directa o indirectamente arraigados a la división del trabajo (Berger, 2001: 175).

Por lo tanto, la construcción de la identidad colectiva está relacionada con el proceso de socialización primaria y, especialmente, con la secundaria, que se desarrolla en función del contexto social.

En este sentido, Habermas (1987) distingue dos fases de integración de la identidad: la simbólica en la que la homogeneidad del grupo hace posible el predominio de la identidad colectiva sobre la individual. Aquí los individuos se encuentran unidos por valores, imágenes, mitos que constituyen el marco normativo del grupo y, por ende, el elemento cohesionador. La se-

gunda fase es la integración comunicativa, que corresponde a las sociedades modernas, en donde la marcada especialización trae consigo una diversidad de espacios sociales y culturales y una ruptura de creencias; la identidad colectiva se presenta en forma cada vez más abstracta y universal, de tal manera que las normas, imágenes y valores ya no pueden ser adquiridas por medio de la tradición, sino por medio de la interacción comunicativa. En este sentido, es necesario un papel activo de parte de los individuos, de eso depende que se identifiquen con su grupo. La identidad colectiva hoy sólo es posible en forma reflexiva, de modo tal que esté fundamentada en la conciencia de oportunidades generales e iguales de participación en aquellos procesos de comunicación, en los cuales tiene lugar la formación de identidad en cuanto proceso continuado de aprendizaje (Habermas, 1987: 77).

Bajo estas premisas, la identidad colectiva en la sociedad moderna ya no resulta de una imposición, sino de una elección por parte de los sujetos; por eso es indispensable revisar cómo se da el proceso de elección, qué hace que los sujetos se identifiquen más con un grupo que con otro.

La elección tiene que ver —como lo dice la fenomenología social— con las aspiraciones y metas de los sujetos o —en palabras de Habermas— con las oportunidades iguales de participación. Esto nos conduce a plantear que el contexto social general, en donde están inmersos los diferentes grupos, juega un papel relevante en la construcción de la identidad, ya que éste es el que determina la posición de los grupos y la representación que los sujetos tienen de éstos; es el contexto social el que influye en los sujetos para que decidan a qué grupo les conviene pertenecer. Por ello, hoy en día, según Habermas, la “[...] cantidad de tiempo que se le dedica, dinero que produce, satisfacción y goce que proporciona, conforman la secuencia de prioridades en la jerarquización de la pertenencia a grupos” (Cruz, 1998: 62). Y la jerarquización cambia en la medida en que cambia el contexto social general.

Por ello, teniendo como antecedente a Durkheim, Habermas plantea que la creciente tendencia a la secularización, el marcado individualismo y el ambiente de incertidumbre, que caracteriza a las sociedades modernas, complica aún más el difícil proceso de construcción de la identidad; porque la ruptura de la unidad entre sujetos y grupo, que resulta de la crisis de creencias y de la multiplicidad de grupos en los cuales ahora participan los sujetos, ha provocado que la tradición pierda fuerza, como medio de transmisión mecánica de los repertorios culturales y sea sustituido, en palabras de Habermas, por las estructuras comunicativas de la sociedad. Por ello, “el individuo, en cierta medida, permanece en el grupo si sus ideas encuentran respuesta por

otros actos similares, porque la conformación de la identidad del yo colectivo se da en el movimiento” (Habermas, 1987: 78).

En el contexto social moderno, los sujetos se identifican con los diversos grupos a los que están adscritos, en la medida que encuentren en ellos formas de participación, donde reafirman continuamente su pertenencia y diferencias con los otros. Pero no en todos los grupos los sujetos encuentran satisfacción a sus expectativas, sus aspiraciones, ni asumen en su totalidad el complejo simbólico cultural de un grupo. En realidad, una vez que lo aceptan, lo resignifican nuevamente y continuamente de acuerdo con las condiciones sociales imperantes.

Por ejemplo, un sujeto que pertenece a una familia y profesa una religión, es miembro de un club deportivo y de un partido político y labora en una escuela asumirá preferentemente el repertorio cultural del grupo que más satisfaga sus intereses; es decir, si desea dedicarse a la política, buscará involucrarse en las actividades que realicen al interior del partido al que está afiliado, y sin embargo, no necesariamente conocerá y comulgará con los principios ideológicos de éste. En realidad sólo atenderá a aquello que le es útil para conseguir su meta, como pueden ser algunos datos históricos que dieron singularidad al partido: las razones por las que surgió el partido, el nombre de quién ganó una candidatura, el lema del partido y tal vez algunos de los principios ideológicos; pero la interpretación que haga de esto, especialmente de los dos últimos elementos mencionados, será de acuerdo al contexto en donde está inmerso; es decir, no los interpretará igual en un momento de auge que en uno de crisis de los partidos políticos; o bien en una sociedad con un elevado grado de apatía, que en una sociedad altamente politizada.

Pero no necesariamente ese sujeto se preocupará por conocer y menos asumir lo que implica ser un académico competente, ya sea porque no le interesa destacar en esa actividad o porque en ese espacio no encuentra oportunidades para destacar como él lo desea. Y todavía más, puede ser que tenga escaso o nulo contacto con la organización religiosa a la que está adscrito. Sin embargo, si un día lograra una candidatura administrativa seguramente la tomará como emblema y hablará de la importancia de ésta.

La identidad no es más que la representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición (distintiva) en el espacio social y de su relación con otros agentes, individuos o grupos que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio. Por eso, el conjunto de representaciones que, a través de las relaciones de pertenencia, definen la identidad de un determinado agente nunca desborda o trasgrede los límites

de compatibilidad definidos por el lugar que ocupa en el espacio social (Giménez, 2000: 70).

La representación que construyen los sujetos de su posición en el contexto social tiene un ingrediente más, el valor positivo o negativo (mejor o peor, inferior o superior), que le atribuyen al hecho de pertenecer a un grupo y no a otro. Esta situación de “valorización de sí mismo” respecto a los demás es lo que despierta en los sujetos el muy referido sentimiento de pertenencia, el orgullo de ser parte de ese grupo que goza de una imagen altamente valorada.

De ahí que se formulen eslóganes como: “Orgullosamente mexiquense”, “Orgullosamente hidalguense”, “Orgullosamente UNAM”; constituyen una cuestión publicitaria, un mensaje a través del cual se trata de promover la identidad, desde arriba, ya que

cuando la identidad no puede construirse en la base, a través de la participación popular, se construye en la cúpula, a base de la imposición de mitos, héroes y líderes. La característica de estas identidades vagas y frágiles es la adscripción del individuo al grupo por medio de la mimesis, la repetición (el eslogan), los ritos, el líder que da su nombre a la multitud anónima convertida en masa (Paris, 1990: 81).

La forma en que se valora a los distintos grupos es un elemento importante y, en muchos casos, determinante en la construcción de la identidad, porque la identidad es la representación que tienen de las posiciones de los grupos y las diferencias de posiciones en la sociedad, la cual se manifiesta en los procesos de interacción social, con un carácter selectivo. Por ello, también

[...] se puede tener una representación negativa de la propia identidad, sea porque ésta ha dejado de proporcionar el mínimo de ventajas y gratificaciones requerido para que pueda expresarse con éxito moderado en un determinado espacio social, sea porque el actor social ha introyectado los estereotipos y estigmas que le atribuyen —en el curso de las “luchas simbólicas” por las clasificaciones sociales— los actores (individuos o grupos) que ocupan la posición dominante (Paris, 1990: 67).

En este sentido, Erving Goffman planteaba en su obra *Estigma: la identidad deteriorada* (en 1967), que “el estigma no tiene que ver con los atributos sino con las relaciones, porque un atributo ni es digno de crédito, ni no lo es, como una cosa en sí misma”. Las personas estigmatizadas aprendan a manejar esta situación cultivando categorías de “el otro simpatizante”, en cuya presencia pueden estar seguros de ser aceptados. Así, el ser aceptado por la sociedad depende de que el individuo estigmatizado aprenda a alojar su condición con los estereotipos de la sociedad.

Las cuestiones que hemos revisado hasta aquí están integradas fundamentalmente en dos conceptos de identidad colectiva:

1. Para Catalina Arteaga la identidad colectiva es “la autopercepción de un nosotros relativamente homogéneo en contraposición con los ‘otros’, con base en atributos o rasgos distintivos, subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la ‘mismidad identitaria’” (Arteaga, 2000: 54).
2. Andrés Piqueras concibe a la identidad colectiva como:

La definición que los actores sociales hacen de sí mismos en cuanto que grupo, etnia, nación, en términos de un conjunto de rasgos que supuestamente comparten todos sus miembros y que se presentan por tanto, objetivados, debido a que uno de los procesos de formación y perpetuación de la identidad colectiva radica precisamente en que se expresa en contraposición a otro u otros, con respecto a los cuales se marcan las diferencias (Piqueras, 1996: 274-275).

Comparando los dos conceptos anteriores encontramos que hay cuatro aspectos fundamentales de la identidad colectiva:

Primero: es una construcción subjetiva de los propios sujetos.

Segundo: se expresa en términos de un nosotros en contraposición con los otros.

Tercero: el punto de partida son los rasgos o elementos culturales seleccionados por la propia colectividad.

Cuarto: estos últimos constituyen su cultura, de ahí que algunos autores, especialmente del campo de la antropología prefieran hablar de identidad cultural (Aguirre, 1999; Giménez, 1992).

La identidad colectiva como identidad cultural

Partimos de la premisa fundamental de que no hay sociedad sin cultura, ya que la formación de una sociedad conlleva la formación de su cultura; ésta surge en el proceso mismo de constitución del grupo; después la suma de las experiencias grupales va conformando la cultura del grupo.

Pero ¿qué es la cultura? Esta interrogante ha tenido infinidad de respuestas. En el terreno de la antropología, las posturas varían, desde la definición de Edward Tylor (1871), quien concibe a la cultura como el conjunto de conocimientos, normas, hábitos, costumbres, valores y aptitudes que el hombre adquiere en la sociedad; otros la reducen a las instituciones que mantienen una relación funcional con la constitución psicológica de los individuos (Benedict, 1934; Linton, 1936); o a las ideas a fenómenos puramente mentales;

es decir, a los significados y valores que están más allá de los sentidos (White, 1959; Barfield, 2000: 139-142); para la corriente antropológica materialismo cultural, la cultura comprende todos los aspectos de la vida, socialmente aprendidos, tanto la forma de pensar como la de actuar (Marvin Harris, 1966). Autores como Clifford Geertz (1991) señalan que la cultura es una red de significados con arreglo al cual los individuos interpretan su experiencia y guían sus acciones (Harris, 1999: 17-18).

Consideraremos a la cultura como un sistema de creencias, valores, normas, símbolos y prácticas colectivas aprendidas y compartidas por los miembros de una colectividad, que constituyen el marco de sus relaciones sociales. Decir que la cultura es un sistema de creencias, valores y normas implica que los miembros de cada sociedad generan un conjunto de máximas, a partir de las cuales dan sentido a sus acciones e interpretan los acontecimientos de la vida diaria; de ahí que se diga que la cultura es “[...] el medio en el cual los individuos se forman y del cual extraen las claves y contenidos explicativos así como el instrumental descodificador, interpretativo y valorativo que les permite interactuar con el resto de las personas que integran o comparten tal cultura” (Piqueras, 1996: 108).

Pero esos repertorios “ideacionales” no son permanentes y estables, ciertamente durante el proceso de socialización los sujetos van adquiriendo, a través de las instituciones, los repertorios de ideas mediante los cuales guían su comportamiento; pero no se trata de la programación automática de seres humanos idénticos, por el contrario, estamos hablando de sujetos con diferentes intenciones, aspiraciones y capacidades. Esto implica que en las prácticas colectivas con las cuales interactúan entre sí, aprenden nuevos comportamientos que pueden modificar sus ideas.

La proposición que complementa el concepto de cultura es que tanto las ideas como los comportamientos se aprenden y se transmiten en determinados contextos sociales. Esto significa que para que los nuevos miembros puedan integrarse a la sociedad e interactuar con los demás es necesario que aprendan los repertorios, y ello requiere de ciertos mecanismos de transmisión, los cuales también dependen del contexto social en donde se encuentren. Esto es, de las condiciones imperantes, del momento histórico-temporal.

Por lo tanto, la formación de la cultura es un proceso dialéctico, en la medida en que a través de la interacción se generan repertorios de ideas, que los individuos materializan en sus comportamientos, y éstos, a su vez, conllevan cambios en las normas, valores, creencias e ideales aprendidos y transmitidos por ciertos mecanismos. Esos repertorios de ideas y prácticas colectivas específicas son los rasgos que caracterizan a los miembros de una colectividad.

Del concepto de etnia al concepto de etnicidad

Desde la perspectiva antropológica, el grueso de los trabajos sobre identidad están relacionados con la identidad étnica, de ahí que sea necesario hacer una breve revisión sobre el significado de este término para contrastarlo con el de etnicidad, el cual constituye, dentro de la antropología, un cambio de dirección en la forma de abordar el tema de la identidad.

El término etnia ha tenido variaciones en su significado; en Grecia encontramos que el término *etnos* era empleado para referir una multitud de personas (o de animales) que representaban una amenaza de invasión, por ello “[...] se denomina étnicos a las turbas y hordas amenazadoras, como los persas y sobre todo a los bárbaros” (Aguirre, 1999: 18). Sin embargo, a partir de la ocupación otomana, los griegos son considerados esclavos y denominados los étnicos; por eso cambia el significado de la palabra *etnos*, para referir ya no a los amenazadores, sino a los amenazados. Así, el término étnico pasa a significar “los propios” de un lugar.

A partir del XIX se estudia la identidad relacionada con los tres componentes de la etnia: raza, lenguaje y cultura. El término étnico se empleaba en el discurso antropológico para referirse a una comunidad que

en gran medida se autoperpetúa biológicamente, comparte valores culturales fundamentales, realizados con unidad manifiesta en formas culturales, integra un campo de comunicación e interacción, cuenta con unos miembros que se identifican a sí mismos y son identificados por otros y que constituyen una categoría distinguible en otras categorías del mismo orden (Barth, 1978: 11).

El trabajo antropológico centró su atención en la elaboración de etnografías de comunidades, especialmente indígenas, en las que se buscaba describir todos los aspectos de la comunidad: geográfico, histórico, político, económico y, por supuesto, el cultural; es decir, la religión, lengua, tradiciones, costumbres, mitos, leyendas y fiestas propias de cada lugar.

Posteriormente, Fredrik Barth en su obra *Los grupos indígenas y sus fronteras* sustituye el concepto de etnia por el de etnicidad, lo cual significó un cambio radical no sólo en la forma de hacer trabajo antropológico, sino también en la concepción de la identidad. La etnicidad implica, entonces, dos cuestiones: por un lado, que dentro de un mismo territorio podemos encontrar diversas comunidades, y, por lo tanto, el aspecto geográfico deja de ser un referente básico de la comunidad. Se trata, en palabras de Gilberto Giménez, de una disociación entre cultura y territorio. La etnicidad es una categoría que implica abordar a las comunidades, ya no desde el punto de vista externo

del observador, sino a partir del punto de vista interno, o sea desde la perspectiva de sus miembros.

En este sentido, cambia la concepción de la identidad, porque cuando se hablaba de etnia, se hacía referencia al conjunto de rasgos culturales que el investigador registraba como propios de una comunidad; en cambio, bajo la idea de la etnicidad, lo que identifica a una comunidad son los elementos culturales enunciados por los sujetos; “no son la suma de diferencias objetivas, sino solamente aquellas que los actores mismos consideran significativas. Algunos rasgos culturales son utilizados por los actores como señales y emblemas de diferencia; otros son pasados por alto y en algunas relaciones, diferencias radicales son desdeñadas y negadas” (Barth, 1978: 15).

La identidad étnica hace alusión a los rasgos culturales de un grupo, mientras que la identidad entendida como etnicidad se refiere a los rasgos culturales con los que se autodefinen los sujetos pertenecientes a distintos grupos. Por ello se dice que “la etnia es una cualidad de identificación cultural cuasi-física; en cambio la etnicidad es una cualidad de identificación cultural-psico-sociológica, de autoadscripción-heteroadscripción, hasta el punto de que al pertenecer un individuo a varios grupos tiene varias culturas, eso sí, asimétricas y mutantes” (Aguirre, 1999: 52). Por lo tanto, la etnicidad implica que la identidad se construye por la autoadscripción de los miembros al grupo y por la heteroadscripción de los miembros cuando reconocen al grupo desde fuera.

Gilberto Giménez define a la identidad cultural como “el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás en una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado” (Giménez, 2000: 54).

Por su parte, Ángel Aguirre Baztán plantea que la identidad cultural es “la nuclearidad cultural que nos cohesiona y diferencia como grupo, y que nos otorga eficacia en la consecución de los objetivos (legitimantes) del grupo al que pertenecemos, esta identidad cultural es abierta, necesita del otro y debe desarrollar comunicación, encuentro y participación con el otro” (Aguirre, 1999: 74).

En esas definiciones se enfatiza el conjunto de elementos culturales a partir de los cuales se vinculan los sujetos, no con un grupo sino con varios, tantos como ellos lo decidan; pero no se trata de los elementos culturales objetivos, sino de los subjetivos; es decir, de aquellos que los sujetos selec-

cionan para autodefinirse y, a la vez, diferenciarse de los otros. De ahí que la identidad cultural sea una construcción compleja basada en dos procesos: la autoadscripción y la heteroadscripción de los sujetos; o sea, la pertenencia a la colectividad desde dentro y desde fuera de ésta.

En este sentido, los rasgos culturales de una comunidad no constituyen en sí mismos la identidad cultural, sino los referentes identitarios a partir de los cuales los sujetos construyen la identidad cultural.

Referentes identitarios

Entendemos por referentes identitarios a los elementos culturales propios de un grupo, entre los que se encuentran: etnohistoria, creencias, valores y normas, lengua, productos materiales y prácticas colectivas.

La etnohistoria es definida como el conjunto de “hechos significativos que clarifican la identidad biográfica del grupo”; es decir, aquellos acontecimientos que han sido interiorizados por los miembros de un grupo, no la suma de datos históricos que constituyen la historia del grupo, sino las fechas de ciertos momentos y los símbolos generados en ellos, los nombres, los lugares, aquello que los sujetos consideran relevante, porque les permite entenderse y a la vez, los guía en la configuración de su futuro. Por ello se dice que las identidades se construyen sobre el pasado del grupo, particularmente sobre momentos “preferentes” de su historia” (Paris, 1990: 86).

Las creencias son sistemas de ideas sobre Dios, el mundo y el hombre, que tiene una comunidad, y desde las que interpreta la realidad; por eso se incluyen como creencias, la religión, los mitos, las tradiciones, las costumbres, la filosofía y la ideología; es la cosmovisión de una comunidad. En este sentido, las creencias o convicciones formadoras de conciencia son elementos importantes para la construcción de la identidad; no sólo porque a partir de ellas lo sujetos entienden su realidad, sino porque dan sentido a la vida y formas de comportamiento de los sujetos y aceptación de los roles sociales y normativos, que propiamente integran su identidad, sustentada en valores.

Los valores sociales son esquemas a partir de los cuales se conduce el comportamiento de los sujetos; de ahí que cada comunidad establece lo que se debe hacer y lo que se prohíbe, y al mismo tiempo son provistas las sanciones para quienes falten a lo pactado socialmente. Se trata de “reglas de acción” enunciadas como valores morales y normas, sin las cuales el comportamiento humano no tiene rumbo o destino y derivaría en una “dejadez en la acción grupal para conseguir las metas” (Aguirre, 1999: 70).

La comunicación entre los miembros de una comunidad se realiza fundamentalmente a través del lenguaje, por ello en los trabajos que abordan la identidad étnica, la cuestión lingüística es considerada como un referente identitario esencial, como “una expresión del denso entramado de relaciones sociales que constituye la comunidad” (Medina, 1992: 19). Para interactuar al interior y hacia fuera cada comunidad genera sus propios lenguajes: escritos, hablados y gestuales, que los miembros de la comunidad van integrando a su forma de ser.

Además de los lenguajes objetivos, las comunidades van creando a lo largo de su historia, símbolos y rituales, que en su conjunto forman entramados simbólicos, con enorme densidad semántica, por medio de los cuales comunican a los demás su forma de pensar y de ser.

Parte importante del lenguaje escrito lo constituyen las expresiones como la narración, la poesía, la música, entre otras, ya que

el lenguaje exhibe por sí mismo un aura de primordialidad o una connotación ancestral, que lo enlaza con el mito de los orígenes, con la vida y la muerte. En algunas de sus expresiones como la poesía y el canto, actualiza en forma a la vez sensible y extremadamente emotiva, la comunión entre los miembros del grupo. También es considerado como herencia de los antepasados, de la comunidad y, por lo tanto, está estrechamente ligado con la tradición (Giménez, 1992: 62).

Los rituales entendidos como “actos pautados, repetitivos, que cohesionan y vertebran al grupo, de cuya ejecución se derivan actos de eficacia simbólica” (Aguirre, 1999: 73), juegan un papel esencial en “la comunicabilidad” de los lenguajes y en la apropiación de éstos por parte de los sujetos. Entre los rituales encontramos los usos, costumbres y tradiciones que se observan en las fiestas, ceremonias, peregrinaciones y otras expresiones de la vida comunitaria, que comprenden sus roles sociales y el derecho consuetudinario. Los rituales también son conocidos como prácticas colectivas.

Todas las comunidades producen una serie de objetos materiales, entre los que se hallan herramientas, monumentos, edificios, artesanías, tecnología, música, que se convierten en productos culturales; cuando los sujetos les atribuyen un valor simbólico los utilizan para mostrar su pertenencia a la comunidad y así promover su identidad.

Conclusiones

Tomando como referencia los planteamientos anteriores, señalaremos algunas conclusiones fundamentales en torno a la identidad colectiva:

- La identidad colectiva es una construcción sociocultural. La construcción del sentido de pertenencia está estrechamente relacionada con las interacciones sociales, la cultura y el contexto social macro y micro.
- La identidad se genera en las interacciones sociales cotidianas que mantienen los sujetos entre sí, a través de las cuales van delimitando lo propio contra lo ajeno. Esto significa que la identidad no es una esencia, no existe por sí misma; por el contrario, la identidad es un proceso social complejo, que “sólo cobra existencia y se verifica a través de la interacción: es en el ámbito relacional, en el del inter-reconocimiento, donde las distintas identidades personales que vienen delineadas por una determinada estructura social se consensúan—se reconocen mutuamente, terminándose de conformar—, y se enfrentan a su aceptación o rechazo” (Piqueras, 1996: 271).
- La relación entre cultura e identidad había sido planteada desde los primeros trabajos que abordaron la identidad. La categoría de etnicidad nos permite entender que lo que identifica a una comunidad no son los rasgos culturales objetivos, sino los que cada miembro selecciona, a través de la percepción subjetiva que hace de éstos; por eso no basta con pertenecer a cierto grupo para identificarse con él, “la mera existencia objetiva de una determinada configuración cultural no genera automáticamente una identidad” (Giménez, 1996: 55).
- Cultura e identidad van de la mano pero no son lo mismo, la identidad es un efecto de la cultura “la identidad son las raíces que dan un sustento y sentido de pertenencia, pero ello debe existir en una tierra, donde se fijen esas raíces y una sustancia que la nutra, y eso es la cultura” (Tappan, 1992: 88). Esto implica que la identidad no surge en forma espontánea, por el contrario, se trata de una construcción que los miembros de la comunidad realizan, a partir de la cultura que poseen, en un contexto social determinado.
- La identidad no sólo es efecto de la cultura, también es condición necesaria para que exista, precisamente a partir de las representaciones culturales, normas, valores, creencias y símbolos que los individuos van interiorizando a lo largo de su vida; es posible la reproducción y transformación de la cultura.
- La identidad colectiva se conforma a través de la pertenencia grupal, entendida ésta como la inclusión de los sujetos al grupo (autoadscripción). Hay dos niveles de pertenencia: el de adscripción y el de identificación. En el primero los sujetos se incluyen en forma simple y llana, solamente

conocen los estereotipos generados por el propio grupo (identidad adscriptiva), y en el segundo nivel los sujetos conocen los repertorios culturales del grupo (patrones de conducta, normas, valores, símbolos, prácticas colectivas), se apropian al menos de una parte de éstos y desde ahí construyen su sentido de pertenencia (identidad por conciencia).

- La identidad implica no sólo que los sujetos se sientan distintos a los demás, sino además que así sean reconocidos por los otros (heteroadscripción), pues la identidad colectiva implica semejanza hacia el interior y diferencia hacia el exterior, y esa diferencia requiere la sanción del reconocimiento social para que exista social y públicamente, ya que

las personas son construcciones sociales en la medida en que dependen de la interpretación que de sus rasgos característicos hagan las otras personas, con quienes interactúan significativamente. Lo que las personas son es una cuestión de interpretación y no simplemente algo que se descubre; lo que son depende del contexto social, de las prácticas, de los recursos conceptuales y de las interpretaciones de acuerdo a las cuales se ven así mismas como personas y son vistas por otros como personas (Olivé, 1999: 186).

- La identidad colectiva resulta de un proceso de socialización, a través del cual los sujetos conocen los repertorios culturales del grupo al que se adscriben. En la sociedad moderna es una socialización de carácter cognitivo racional, más que emocional; y por consiguiente, los mecanismos de transmisión de las normas, valores, creencias, pautas de comportamiento ya no son los mismos. Actualmente ya no es la tradición, sino la interacción comunicativa, es decir la participación en los procesos de comunicación lo que permite a los sujetos irse integrando al yo colectivo.
- En la sociedad moderna, los sujetos se adscriben a una diversidad de grupos, por ello se habla de identidad étnica, religiosa, política, laboral, de género, entre otras. Conforman grupos juveniles que desarrollan valores y símbolos propios y en algunos casos presentan fragmentación identitaria.
- La pertenencia a varios grupos provoca que los sujetos lleven a cabo un proceso de selección; esto es, del conjunto de rasgos culturales que caracterizan a los grupos, los sujetos van seleccionando los valores, creencias, informaciones, opiniones, actitudes, prácticas y símbolos, con los cuales se definen a sí mismos, explican la realidad y guían sus acciones. De ahí que la identidad implica un “proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido” (Castells, 1999: 28).

- La selección que llevan a cabo los sujetos sobre los atributos culturales está influida por factores como: el conocimiento que tienen sobre su cultura, cómo se transmite la cultura, quién y para qué se transmite, el estatus y el rol que desempeñan los sujetos en el grupo al que pertenecen, sus necesidades, intereses y aspiraciones, la diversidad de grupos de los que forman parte y el contexto social en el cual se inscriben estos grupos.
- Por ser una construcción social, la identidad no es estática sino dinámica, cambia con el tiempo, y en la medida en que los sujetos van formando parte de distintos grupos. Por ello se dice que “las identidades sufren transformaciones en el tiempo y en el espacio. No son permanencias ónticas inamovibles, sino procesos cambiantes, aún cuando los diferentes componentes de la identidad presentan ritmos de cambio disímiles. por tanto, no se encuentran dadas de una vez y para siempre” (Valenzuela, 2000: 28).
- El proceso de construcción de la identidad está influido por el contexto social en donde se desarrolla el grupo; por eso el nivel de identificación no es el mismo en las diferentes coyunturas históricas.
- La identidad colectiva es la percepción subjetiva que construyen los miembros de la colectividad sobre los elementos culturales que constituyen la especificidad del grupo, a esos rasgos se les denomina referentes identitarios.
- El proceso de construcción de la identidad es más complicado de lo que parece; no basta que los sujetos se adscriban a un grupo para que se identifiquen con él, ni es suficiente que conozcan el complejo simbólico cultural que define al grupo. Es necesario que lo aprehendan, que lo asuman, es decir, que lo internalicen, y esa acción guarda una relación directa con el contexto social que constituye el entorno de la diversidad grupal, pues el sustento de la identidad, en las sociedades modernas, pasa de ser una imposición a convertirse en una opción para los sujetos sociales, y en ese sentido, comporta un proceso de categorización, a través del cual los sujetos asignan un valor a los grupos y los clasifican de acuerdo con los rasgos que consideran relevantes, para justificar su elección por ciertos grupos y, a su vez, para diferenciarse de los demás.
- El proceso de categorización social se encuentra influido, además, por las experiencias personales, los aspectos de carácter más objetivo, como la posición socioeconómica, la edad, el sexo, y por los discursos y los valores que difunden las instituciones encargadas de la socialización de los sujetos. “La construcción de la identidad requiere de mecanismos socia-

les que permitan la permanencia y reproducción de un grupo, así como los procesos colectivos que repiten la distinción y las prácticas culturales que posibilitan la identificación” (Aguado, 1991: 31).

- La identificación con un grupo requiere de una red de relaciones sociales, a través de las cuales los sujetos van apropiándose del sistema simbólico cultural en donde se establecen los requisitos para formar parte del grupo, los criterios para reconocerse y ser reconocidos como miembros, y esto supone tiempo. “El yo colectivo es resultado de una construcción lenta; cada individuo debe ir encontrando su lugar en él y su pertenencia, al identificarse con ciertas prácticas sociales o culturales” (Paris, 1990: 81).
- La adscripción a un grupo no es suficiente para que los sujetos se identifiquen con el mismo, porque la construcción de la identidad colectiva, en el contexto actual, es un proceso social complejo que requiere de la participación activa de los sujetos en las prácticas colectivas del grupo; pues es en los procesos de comunicación donde se reproducen los grupos y se adquiere la conciencia del nosotros. No basta conocer los símbolos, practicar las costumbres y tradiciones, a nivel de repetición; es necesario implementar mecanismos que les permitan a los sujetos atribuir sentido a los repertorios culturales que consideren referentes identitarios. No porque “oficialmente” lo sean, sino porque realmente tengan significado en sus vidas; es decir, que les sirvan para definirse a sí mismos, para explicar la realidad y guiar sus acciones.

Bibliografía

- Aguirre Baztán, Ángel (1999), “La identidad cultural”, en *Antropológica, Revista de Etnopsicología y Etnopsiquiatría*, España: Instituto de Antropología de Barcelona, Centro de Psicología INFAD, Sociedad Española de Antropología Aplicada.
- Aguado, José Carlos y María Ana Portal (1991), “Tiempo, espacio e identidad social”, en *Alteridades*, revista del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, núm. 2.
- Arteaga Aguirre, Catalina (2000), *Modernización agraria y construcción de identidades*, México: Plaza y Valdés, Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Barth, Fredrik (1978), *Los grupos étnicos y sus fronteras*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Barfield, Thomas (2000), *Diccionario de Antropología*, México: Siglo XXI.

- Berger, Peter y Thomas Luckmann (2001), *La construcción social de la realidad*, Argentina: Amorrortu.
- Castells, Manuel (1999), "El poder de la identidad", en *La era de la información*, vol. II, México: Siglo XXI.
- Chihu Ambarán, Aquiles [coord.] (2002), *Sociología de la identidad*, México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, Miguel Ángel Porrúa.
- Cruz Burguete, Jorge Luis (1998), *Identidades en fronteras y fronteras de identidades*. México: El Colegio de México.
- Erickson, Erick (1977), "La identidad psicosocial", en *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, tomo V, España: Aguilar.
- Giménez, Gilberto (2000), "Identidades étnicas: estado de la cuestión", en Reina, Leticia, *Los retos de la etnicidad en los Estados-nación del siglo XXI*, México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Instituto Nacional Indigenista, Miguel Ángel Porrúa.
- Giménez, Gilberto (1996), "La identidad social o el retorno del sujeto en Sociología", en *Identidad: análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad. III Coloquio Paul Kirchhoff*, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Giménez, Gilberto (2000), "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en Valenzuela Arce, José Manuel [coord.], *Decadencia y auge de las identidades*, México: El Colegio de la Frontera Norte, Plaza y Valdés.
- Harris, Marvin (1999), *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*, Barcelona, España: Crítica.
- Habermas, Jürgen (1987), *Teoría de la acción comunicativa*, vol. 1, Madrid: Taurus.
- León López, Arturo (1999), *Cultura e identidad en el campo latinoamericano*, México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- Medina, Andrés (1992), "La identidad étnica: turbulencias de una definición", en Méndez y Mercado, Leticia Irene [comp.], *I Seminario sobre identidad*, México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Morales, José Francisco (1999), "La identidad social", en *Anthropológica. Revista de Etnopsicología y Etnopsiquiatría*, España: Instituto de Antropología de Barcelona, Centro de Psicología, Sociedad Española de Antropología Aplicada.
- Olivé, León (1999), *Multiculturalismo y pluralismo*, México: Paidós.
- Paris Pombo, María Dolores (1990), *Crisis e identidades colectivas en América Latina*, México: Plaza y Valdés, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- Piqueras Infante, Andrés (1996), *La identidad valenciana. La difícil construcción de una identidad colectiva*, Madrid, España: Escuela Libre, Editorial, Institució Valenciana D'estudis i Investigació.
- Portal, María Ana (1991), "Diversas perspectivas en la construcción teórica de la identidad: una bibliografía básica", en *Alteridades*, revista del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, núm. 2.
- Portal, María Ana (1991), "La identidad como objeto de estudio de la antropología", en *Alteridades*, revista del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, núm. 2.

- Scandroglio, Bárbara *et al.* (2008), *La teoría de la identidad social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias*, Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Tappan Merino, José Eduardo (1992), "Cultura e identidad", en Méndez y Mercado, Leticia Irene [comp.], *I Seminario sobre identidad*, México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Valenzuela Arce, José Manuel [coord.] (2000), *Decadencia y auge de las identidades*, México: El Colegio de la Frontera Norte, Plaza y Valdés.

Asael Mercado Maldonado. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana. Investigador nacional de México, nivel 1 SEP, Conacyt, SNI. Profesor investigador de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México. Líder del cuerpo académico: Nuevo orden mundial, retos políticos y económicos para el siglo XXI. Líneas de investigación: teoría del conflicto, teoría sociológica y sociología jurídica. Publicaciones recientes: "La crisis de la democracia en México", en *Nómadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, núm. 17, Madrid (2008); "La teoría del conflicto en la sociedad contemporánea", en revista *Espacios Públicos*, núm. 21, Toluca, México (2008); "Sistema político y movimiento social: el caso del EZLN", *Nómadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, núm. 17, Madrid (2009).

Alejandrina Hernández Oliva. Candidata a doctora en Derecho de la Facultad de Derecho, Universidad Autónoma del Estado de México. Maestría en Antropología Social. Catedrática de medio tiempo de la Facultad de Derecho, Universidad Autónoma del Estado de México. Publicación reciente: reseña de la obra *Los menonitas en la historia del derecho. Un estatuto jurídico particular*, de Velia Patricia Barragán Cisneros, de la Universidad Juárez del estado de Durango. Dicha reseña fue publicada en la revista *Cronos* de la Facultad de Derecho de la UAEM, núm. 15, julio-diciembre (2008).

Envío a dictamen: 22 de agosto de 2008.

Reenvío: 13 de abril de 2009.

Aprobación: 04 de mayo de 2009.