



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Filosofía
Maestría en Antropología

**“ESTEREOTIPOS DE LA CULTURA POPULAR URBANA
EN LAS SEXICOMEDIAS DEL CINE MEXICANO”**

TESIS

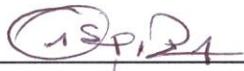
Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestro en Antropología

Presenta
PAULA KLEIN JARA

Dirigida por
DR. GASPAR REAL CABELLO

SINODALES

Dr. Gaspar Real Cabello
Presidente


Firma

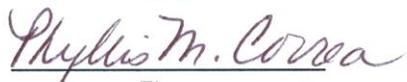
Mtra. Martha Otilia Olvera Estrada
Secretario


Firma

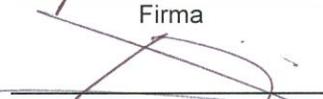
Dr. Eduardo Solorio Santiago
Vocal

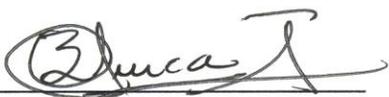

Firma

Dra. Phyllis Ann McFarland Morris
Suplente


Firma

Dr. Manuel Basaldúa Hernández
Suplente


Firma


Dra. Blanca E. Gutiérrez Grageda
Directora de la Facultad de Filosofía


Dr. Irineo Torres Pacheco
Director de Investigación y Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Junio de 2013
México

RESUMEN

En este trabajo de investigación se analizan y describen los estereotipos de la cultura popular urbana dentro de las sexicomedias del cine mexicano de los años ochenta, ya que se considera que toda manifestación artística y mediática funciona como documento etnohistórico al poseer referentes culturales de la sociedad en la que surgen. Durante la década de los ochenta, el cine comercial mexicano se caracterizó por presentar historias contextualizadas en los cabarets (cine de ficheras), en las zonas populares de la Ciudad de México (cine de albures o sexicomedias) y en la frontera México-Estados Unidos (cine fronterizo o de narcotráfico). Estas cintas han sido menospreciadas por considerarse de mala calidad cinematográfica, sin embargo, no puede negarse la buena recepción que tuvieron por parte del público, ni puede dejarse de lado el papel que ha tenido el cine -desde su aparición y junto con otros medios de comunicación masiva- como instrumento que produce y consolida estereotipos que rigen las creencias y conductas de los grupos sociales. La metodología utilizada para realizar este proyecto fue el análisis cinematográfico y la etnografía del universo fílmico para la reconstrucción simbólica de los espacios, el lenguaje, los personajes y sus relaciones sociales. Los resultados de esta tesis están clasificados en: el lugar que ocupan las sexicomedias dentro de la historia del cine mexicano; las fórmulas narrativas; los espacios de convivencia; y los estereotipos de género, ocupacionales y regionales. A manera de conclusión se propone que estas cintas consolidaron los estereotipos de cierto sector de la población ahí representado. Asimismo, siguiendo con la dinámica entre las culturas populares y los medios de comunicación durante el siglo veinte, una gran parte del público perteneciente a la cultura popular capitalina se sintió identificado y por primera vez incluido en un proyecto de Nación al aparecer –aunque de manera caricaturizada- en los medios de comunicación masiva.

(Palabras clave: cine mexicano, estereotipos, cultura popular urbana)

SUMMARY

In this study, stereotypes of urban popular culture are analyzed and described within the sexy comedies of Mexican movies of the 80s, because it is considered that all artistic or media manifestations function as an ethno historic document due to the fact that they include cultural referents of society. During the 80s decade, commercial Mexican movies were characterized by stories immersed in low level cabarets (dance call girls <ficheras> movies), in popular zones of Mexico City (double meaning of sexy comedies movies) and in Mexico-United States border (border or drug trafficking movies). These films have been underestimated because they are considered low quality films. However, we cannot deny that they were well accepted by the audience or the role that filmmaking has had since its appearance in the market. Besides its function as an instrument that produces and consolidates stereotypes that regulate social groups believes and behaviors together with mass media. Ethnography and analysis of the film universe to reconstruct symbolically spaces, language and social relations was the methodology carried out in this project. Results of this study are classified in: the place that sexy comedies have within the history of Mexican movies; narrative forms; coexistence spaces; and gender, occupation and regional stereotypes.

As conclusion, it is suggested that these films consolidated stereotypes of a certain sector represented in them. At the same time, along with the dynamics between popular cultures and media during the 20th century, a great number of people of the capital popular culture felt identified, and for the first time, included in a nation project, although as a comic strip, in the mass media.

(Key words: Mexican movies, stereotypes, urban popular culture)

AGRADECIMIENTOS

La realización de este trabajo de investigación no hubiera sido posible sin el apoyo del Dr. Gaspar Real Cabello, quien confió en mí y se aventuró conmigo en esta experiencia de abordar las sexicomedias mexicanas desde la disciplina antropológica. ¡Muchas gracias por su paciencia, ayuda y entusiasmo! De igual manera agradezco a los profesores que se interesaron en esta idea y que aportaron mucho con su lectura, críticas y aportes.

Agradezco a Claudio Chavarría Zayas su confianza y las facilidades que me brindó para entrevistar a los actores Alfonso Zayas y Luis de Alba. Sin la información y anécdotas relatadas de viva voz por parte de estos dos grandes cómicos del cine mexicano, este trabajo no hubiera sido igual de estimulante, así que extiendo mi agradecimiento a ellos dos también. ¡Larga vida y reconocimiento a los cómicos albureros del cine mexicano!

Gracias a mis amigos, compañeros y alumnos por interesarse en mis avances académicos y por alentarme hasta el final.

Por supuesto, no puedo dejar de expresar mi profundo agradecimiento hacia mis padres y hermanos quienes siempre han sido un gran motivo de superación para mí y un ejemplo a seguir. Gracias a “Cat” y “Rayitas” por su compañía felina en las noches de escritura interminable y gracias a Rodolfo por su apoyo incondicional en mi progreso personal y académica.

Gracias a las noches de insomnio, al cine, a las sexicomedias, a la picardía mexicana, a la risa y al goce de los gustos culposos

ÍNDICE

Resumen	ii
Summary	iii
Agradecimientos	iv
Índice	v

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	----------

CAPÍTULO 1: PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA	21
1.1 Revisión del concepto de cultura: La cultura como sistema de símbolos	21
1.2 Cultura popular: ¿Es lo popular algo peyorativo?	25
1.2.1 La cultura popular urbana	31
1.2.1.1 La cultura popular urbana en la Ciudad de México	32
1.3 Cultura de masas y cultura de consumo	52
1.3.1 La cultura de consumo	58
1.4 Las representaciones sociales	62
1.4.1 Los estereotipos	64

CAPÍTULO 2: CONTEXTO HISTÓRICO DE LAS SEXICOMEDIAS EN EL CINE MEXICANO	69
2.1 El cine: La ciencia y la tecnología al servicio del entretenimiento	69
2.2 Breve recorrido por la historia del cine en México	71
2.2.1 La llegada del cine: La conquista visual	71
2.2.2 La década de los diez: Cine y Revolución Mexicana	76
2.2.3 El cine después de la Revolución	77
2.2.4 Década de los veinte y treinta: El cine sonoro en México	78
2.2.5 Década de los cuarenta: La época dorada del cine mexicano	82
2.2.6 Los años cincuenta: rumberas, arrabal, máscaras y cabelleras	87
2.2.7 Los años setenta: la primera independencia del cine en México	91
2.2.8 El cine de ficheras: La reducción del cine al cabaret	92
2.2.9 ¡Las sexicomedias!	96

CAPÍTULO 3: LOS ESTEREOTIPOS DE LA CULTURA POPULAR URBANA	
EN EL CINE MEXICANO	110
3.1 Características del universo narrativo de las sexicomedias analizadas	110
3.1.1 La historia y el relato: lo que se cuenta y cómo se cuenta	110
3.1.2 Los espacios	114
3.1.3 La música	127
3.2 Los estereotipos en las sexicomedias	129
3.2.1 Estereotipos de género	129
3.2.2 Estereotipos ocupacionales	150
3.2.3 Estereotipos regionales	154
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	159
ANEXOS	163
BIBLIOGRAFÍA	170

INTRODUCCIÓN

Sin duda, la cinematografía es un interesante objeto de estudio para diferentes disciplinas; para la antropología resulta atractivo desde el punto de vista de la evolución tecnológica, de las manifestaciones artísticas y de la cultura de masas. Sin embargo, el cine no es únicamente un objeto de estudio, también es útil como instrumento para el análisis de la cultura ya que desde su aparición, el cine ha sido un documento que proporciona datos etnohistóricos de las culturas y sociedades desde las cuales emerge y a las cuales (re)presenta. Cuando un espectador se enfrenta a una cultura ajena en la pantalla de cine, la mayoría de las veces siente curiosidad; analiza las diferencias culturales que tiene con dicho grupo y reconoce las cuestiones inherentes o comunes al ser humano.

Es por ello que este trabajo de investigación propone analizar los principales elementos culturales presentes en el cine mexicano, concretamente los elementos de una cultura popular urbana en las *sexicomedias* de los años ochenta, también conocidas como películas de albur o de picardía mexicana que forman parte de la segunda etapa del *cine de ficheras*. Estas películas pertenecen a un periodo de la cinematografía mexicana que ha sido rechazado y menospreciado por los expertos en la materia por considerarlo decadente y de mala calidad; denominadas como *churros* por críticos especialistas como Francisco Sánchez o Leonardo García Tsao; definidas como películas abyectas, ramplonas y un tropiezo en la cinematografía mexicana poco digno de ser estudiado. Pero finalmente, ¿no es así de “abyecta” y “ramplona” una parte del mosaico de la cultura mexicana? La picardía y el albur de las sexicomedias, ¿no emergen acaso de una realidad cultural? Y aquí cabe preguntarse: ¿El cine es siempre ficción?

El relajó, el albur, el autoescarnio, la idealización del sexo y del cuerpo femenino desnudo visto desde una perspectiva lasciva, el machismo, la misoginia, la homofobia, la homoburla y las situaciones cómicas, absurdas y eróticas son constantes culturales que se pueden apreciar *a priori* en este tipo de películas, que

al estar presentes en más de un centenar de cintas y al haber permeado en cierto estrato de la población nacional durante más o menos veinte años, resulta atractivo echarle una mirada antropológica a dicho fenómeno, el cual no pasa desapercibido.

A lo largo de esta investigación se desarrollan algunos conceptos teóricos que ayudan a ubicar en un mismo universo de estudio a la cultura popular urbana en México y en el cine; así mismo se realiza un recorrido histórico para situar a las sexicomedias en el contexto de la cinematografía nacional y de la política cultural mexicana; y por último, se dan a conocer las representaciones y los estereotipos de la cultura popular urbana encontradas en las sexicomedias por medio del análisis de algunas cintas representativas.

¿Por qué efectuar una mirada antropológica a las sexicomedias del cine mexicano? Por dos razones principales: la primera se refiere a la posibilidad que ofrece el cine de ser estudiado desde la antropología, ya que es una de las manifestaciones artísticas –y por lo tanto culturales- de mayor penetración en el mundo, es realizado por y para seres humanos, y construye realidades y ficciones con elementos tomados de la realidad. Entre estos elementos se encuentran, por ejemplo, los distintos tipos de relaciones humanas, de organización social, valores, creencias e imaginarios del colectivo que en muchas ocasiones, al ser promovidos, sirven para reafirmar la identidad de grupos e individuos. Bartra (2006) señala que el cine -junto con otras manifestaciones artísticas y culturales- es partícipe del proceso de gestación del canon nacionalista y revolucionario de “lo mexicano”. Aunque cabe destacar que “lo mexicano” (y sus culturas populares urbanas en este caso) no se debe limitar a un solo concepto sino que son muchos, así como muchos son los mexicanos (y las culturas) que coexisten en el territorio y fuera de él.

Por su parte, Gallardo (2008), quien ha realizado trabajo de investigación multidisciplinario de corte académico sobre el cine de ficción y la antropología social afirma que:

Desde el punto de vista cultural, cabe poca duda de que el cine objetiva, refleja y amplifica en imágenes y sonidos, creencias y valores dominantes, emergentes o residuales. El cine objetiva, porque crea unas materialidades visuales para aquello que en el imaginario era sólo escritura, noción o concepto cultural. El cine refleja porque tiene como punto de partida el material disponible en el imaginario de la época de su realización. El cine amplifica el imaginario, porque los instala en el dominio colectivo, en las diferentes audiencias a las que está dirigido (p. 317).

En el cine hay una gran cantidad de formas y contenidos tratados en los que se reafirma la presencia de elementos culturales, es por ello que el cine puede considerarse como un documento etnohistórico. Esto quiere decir que, con fines de investigación, un filme puede considerarse como un documento histórico al que se le puede dar una lectura antropológica para ubicar, describir y analizar el contexto sociocultural que lo genera y los elementos culturales que (re)presenta¹.

En el caso específico de las sexicomedias del cine mexicano puede decirse que han contribuido a la formación y consolidación de ciertos estereotipos existentes en la cultura popular urbana, concretamente en los barrios de clase socioeconómica media-baja de la capital del país, estereotipos que se han arraigado en el imaginario colectivo nacional. Por lo tanto, resulta pertinente hablar tanto de esos estereotipos, así como de las temáticas y situaciones *sui generis* abordadas en dichos largometrajes de ficción; de la variedad de elementos que intervienen en este tipo de filmes y que han roto la misma cultura cinematográfica existente, ya que –de manera burda y espontánea- transgreden las estructuras narrativas preexistentes en la cinematografía nacional, (específicamente la introducción de la comedia pícaro, a las múltiples líneas argumentales que

¹ A lo largo de este trabajo de investigación se utilizará la dualidad presentación/representación en una misma palabra: (re)presentación, ya que la mayoría de las veces una obra cinematográfica cumple con los dos objetivos: representa de manera simbólica situaciones, ideas y personajes inspirados en la realidad; pero al mismo tiempo presenta con su propio lenguaje ideas que no precisamente imitan algo existente en la realidad.

manejan la mayoría de los filmes y del uso del albur como instrumento, tema y fórmula para consolidarse en el gusto –o disgusto- de las masas); y finalmente, que a pesar de lo simples y gastadas que pudieran resultar las historias contadas, y que los recursos visuales sean paupérrimos, es interesante el fenómeno de la recepción, es decir, del público que se ve a sí mismo en las pantallas de proyección y fantasea con ser un macho mujeriego, suertudo y relajiento.

La segunda razón para justificar este trabajo de investigación se refiere al desinterés por parte de las autoridades federales en materia educativa, social, cultural y política hacia los estudios humanísticos, y específicamente hacia los estudios sobre cine, lo que ha orillado al llamado “séptimo arte” a renunciar a ser una disciplina autónoma para convertirse en un objeto de estudio que va construyéndose a partir de la revisión, del análisis, de la descripción y de la crítica desde diferentes disciplinas, por ejemplo, de la historia o de la antropología.

Respecto a lo anterior, Zavala (2011) señala que un ochenta por ciento de las investigaciones realizadas sobre cine nacional corresponde al campo de la historiografía, y el resto a estudios humanísticos iniciados apenas hace diez años. El mismo autor realiza algunas comparaciones donde puede observarse que mientras en países como Estados Unidos o Francia se publican aproximadamente 500 libros universitarios sobre estudios de cine por año, en México se han publicado poco más de 200 en los últimos 25 años. Esto es síntoma también de la falta de programas educativos que incluyan al cine como un arte o una disciplina tan importante como la música, la literatura o la danza. Es paradójico, señala Zavala, que en México la gente lea poco y haya tantas universidades que ofrezcan carreras y posgrados en literatura, en contraste con la cantidad de cine que los mexicanos consumen y que no exista ninguna carrera sobre estudios cinematográficos, lo cual podría elevar la exigencia sobre la calidad del cine que se ve y se realiza en el país.

De acuerdo a lo anterior, la importancia de efectuar este proyecto de investigación de carácter antropológico se deriva de la necesidad de contribuir a la

construcción de la identidad del cine nacional así como de realizar un ejercicio antropológico sobre un objeto de estudio poco frecuentado desde la perspectiva académica.

De manera general, en esta investigación se plantea explorar los aspectos de la cultura popular urbana representados en el cine mexicano de albur, particularizando en los siguientes puntos trazados como objetivos:

- En tanto manifestación cultural, se plantea situar a las sexicomedias en un contexto histórico para conocer sus orígenes y su importancia dentro de la cinematografía nacional y como producto cultural de consumo masivo.
- Asimismo, se pretende describir las características del mundo narrativo de las sexicomedias para situar a los estereotipos de la cultura popular urbana ahí presentes en determinado tipo de relato y espacios culturales.
- Finalmente, desde una perspectiva antropológica, se propone analizar y describir los estereotipos de la cultura popular urbana presentes en las sexicomedias del cine mexicano, por medio de la clasificación de las características constantes en los personajes y que se relacionen de manera directa con el comportamiento estereotípico del mexicano documentado en la etnografía nacional.

Como se ha mencionado previamente, según Zavala los estudios académicos sobre cine mexicano son pobres en cantidad comparados con los realizados en otros países. Las disciplinas mayormente involucradas con el análisis cinematográfico en México han sido las ciencias sociales, las humanidades y los estudios culturales. Prueba de ello son las publicaciones de libros, así como de tesis doctorales para obtener el grado en Historia, Historia del Arte, Antropología, Estudios Culturales, Ciencias Sociales, Comunicación Social, Letras Modernas, Letras Hispánicas y Literatura Comparada.

Dentro del ámbito de la Antropología, puede destacarse la tesis doctoral de Norma Iglesias Prieto, cuyo título *Entre yerba, polvo y plomo: lo fronterizo visto por el cine mexicano*, fue publicado por la editorial del Colegio de la Frontera del Norte en 1991. Dicho trabajo de investigación se concentra en el análisis de películas cuyo tema es la frontera norte del país, las cuales aparecieron en gran cantidad a partir de los años setenta. En su texto, Iglesias Prieto puntualiza cuál es la imagen de la frontera que se proyecta en esas cintas, describiéndola como un lugar que se asemeja al país vecino, como el lugar de las influencias culturales del norte y de una identidad nacional dudosa; se propone detallar cuáles son los paisajes y las historias contadas; se pregunta si las imágenes mostradas son meros estereotipos de la frontera o si atienden a una fuente confiable sobre la comprensión de la cultura mexicana en esa zona del país.

El cine de ficheras y de albures es contemporáneo al cine de frontera y narcotráfico con el que trabaja Norma Iglesias Prieto. Ambas etapas del cine, al ser un *boom* comercial, llegaron a permearse una a la otra. Al respecto, Iglesias Prieto (en Valenzuela Arce 2003) refiere brevemente cómo fue la fusión de ambos subgéneros, donde en títulos como *Entre gringas y la migra (1985)*, *Dos chichimecas en Hollywood (1988)*, *Tijuana caliente (1981)*, *Mojado...pero caliente (1988)* y *El taco loco está acá (1988)*, el humor, el albur, las mujeres y la comedia se incorporan como elementos centrales de la trama de los filmes fronterizos, lo cual fue novedoso pero alejado de la comicidad norteña.

Por su parte, Patricia Torres San Martín, quien ha realizado estudios de género dentro del cine mexicano, ha publicado un trabajo de carácter antropológico en el cual se realiza un análisis de la presencia de la mujer en las pantallas de cine latinoamericanas, con su texto titulado *Cine y género: la representación social de lo femenino y lo masculino en el cine mexicano y venezolano (2001)*. En su investigación, toma tres textos fílmicos para cuestionar muchos de los estereotipos que todavía persisten relacionados con la subordinación femenina, así como las restricciones que a su vez vive el macho victimario.

Un tercer estudio interesante es el realizado por David Maciel, director de la Facultad de Estudios Chicanos de la Universidad Estatal de California, quien se ha encargado de analizar la evolución de las imágenes y el discurso cinematográfico de los mexicanos que emigran a Estados Unidos y sobre los estadounidenses de origen mexicano. El título de su trabajo es *El bandolero, el pocho y la raza: imágenes cinematográficas del chicano* (2000). En este trabajo, Maciel describe las maneras en que es minimizado y difamado el chicano en el cine tanto mexicano como hollywoodense, lo cual converge en la construcción de imágenes racistas. Este es un punto que ya había sido señalado por Emilio García Riera, quien documenta más de dos mil películas donde lo mexicano es, entre otras cosas, la alusión a la insignificancia de los países pobres, la escenografía del abandono y la molicie en la miseria, así como una caricaturización de sí mismo.

Asimismo, Luis Gabriel Arango Pinto realizó una tesis para la Maestría en Ciencias de la Comunicación titulada *Estereotipos del mexicano urbano popular en el cine: un ejemplo en la comedia picaresca de la década de los ochenta*, misma que se asemeja al presente trabajo de investigación pero que difieren por los enfoques disciplinarios con los que serán tratados. Arango Pinto refiere que una síntesis de lo que se puede observar en este tipo de cintas son desnudos femeninos, albures, prejuicios, frustraciones sexuales y escarnio de la clase baja en el actuar de los personajes. Asimismo, describe el perfil de tres estereotipos del mexicano de estas películas: *el mexicano relajiento, el mexicano chingón y el mexicano caliente*.

Arango Pinto concluye su investigación mencionando que una de las cosas que hace que el cine recurra a las imágenes del mexicano bravío, mujeriego, generoso u obsceno es el determinismo cultural, ya que la alta proporción de analfabetos funcionales es lo que la taquilla le reza. Si México es un país popular, los contenidos deben ser populares; esto sirve a productores y directores para decir que el público es así y que los contenidos no traicionan a la raza. Con esta propuesta y objetivos, el cine se acercó a la gente y la gente también se acercó a ese cine porque éste juega con los sueños colectivos. El mexicano de la comedia

urbana es un personaje que vive dentro del relajamiento permanente, goza sin problemas de las bondades de la actividad sexual y se autodenomina como *chingón*.

Sin embargo, aquí cabe preguntarse si los gustos de las clases populares del país (en cualquiera de sus variedades) han sido verdaderamente estudiados, encauzados y satisfechos por la industria cultural. Prueba de ello, afirma Arango Pinto, es creer erróneamente que la imagen definitiva y absoluta que muestran los medios de comunicación –como el cine y la televisión– es la imagen de EL mexicano, olvidando la pluralidad existente en el país.

Por otro lado, el escritor y periodista mexicano Carlos Monsiváis (cuyas crónicas y disertaciones servirán como soporte teórico para gran parte de esta investigación) también ha explorado el lado cultural del cine, dejando ver la relación sinérgica que existe entre cultura y cine, la cual constituye un escenario donde queda retratada la idiosincrasia de la cultura que lo produce (lo mismo sucede con todas las manifestaciones artísticas y sociales), y al mismo tiempo que es un modelo ideológico para las masas. Para el caso específico de la cultura y el cine mexicano, Carlos Monsiváis reflexionó acerca de los iconos, mitos y estereotipos cinematográficos que conformarían el imaginario colectivo, convirtiéndose así éstos en símbolos de identificación para la cultura nacional. En su recopilación de ensayos y crónicas llamada *Escenas de pudor y liviandad* (1988) puede leerse un mosaico de escritos en los cuales se hace alusión a imágenes surgidas del mundo del espectáculo nacional, muchas de ellas específicamente de la cinematografía mexicana, que han quedado plasmadas para formar parte de la identidad de la cultura de masas, por ejemplo, figuras como Cantinflas, María Félix, Dolores del Río, Juan Gabriel, las rumberas, el machismo, el alcoholismo, el albur y la sexualidad. Todos estos temas sonarán conocidos para cualquier lector familiarizado con este entorno, lo que demuestra la importancia que tiene el cine y los estereotipos surgidos de él para la conformación (libre o impuesta) de una identidad nacional.

De acuerdo con lo que se ha expuesto, estudiar al cine bajo una mirada antropológica no solamente es posible sino que también es un terreno fértil y realizar esta tarea se convierte en una necesidad, ya que implica un ejercicio etnohistórico enriquecedor para tres disciplinas: la antropología, la etnohistoria y el cine.

Existe una gran cantidad de temas a revisar en cada una de las etapas por las que ha transitado el cine nacional, lo cual involucra a los géneros, a los directores y a las producciones cinematográficas, sin embargo, el periodo en el que pretende profundizar este proyecto de investigación es el de las sexicomedias del cine mexicano de la década de los años ochenta, ya que de acuerdo con la información documental y la revisión de una muestra representativa de este cine, se ha podido observar *a priori* que se trata de un fenómeno a gran escala que estuvo presente durante más de veinte años en salas de proyección específicas, y lo ha seguido estando en la televisión por cable, dirigidas hacia determinado público, mostrando siempre los mismos estereotipos de una cultura popular urbana en las pantallas cinematográficas. Es por ello que se desea saber ¿cómo surgió y cómo culminó? ¿cómo son estas cintas? ¿cuál es el relato que cuentan?, ¿cuáles son los estereotipos construidos en este tipo de cine?, ¿cuáles son las temáticas recurrentes que se tocan?, ¿cuál ha sido el rol del cine mexicano de albur en la conformación de rasgos de la cultura popular urbana?, ¿cómo se producía y distribuía este cine?, ¿quién es su público?, ¿por qué su público gusta de estas cintas? Tomando como referencia el modelo de país que se tenía en esa época, una cuestión que se plantea es, ¿de qué tipo de aspectos o elementos sociales, culturales y políticos dan cuentas esos textos fílmicos?

Las hipótesis que podrían ser de utilidad para dar respuesta a las preguntas de investigación son las siguientes:

- El estereotipo más importante construido en el cine mexicano de albur es el surgimiento de un nuevo macho capitalino, habitante de cierto tipo de barrio (clase media-baja) y todo lo que ello implica en términos culturales: el albur,

la misoginia, el poder sexual y la homofobia. Cuando se habla de un “nuevo macho”, se desea hacer la diferencia con la imagen del “antiguo macho” construido en las películas, por ejemplo, de Pedro Infante, el cual es también una figura masculina de las zonas marginadas de la capital del país o sus alrededores, pero que dista mucho del macho de las películas de albur, donde el factor del humor es preponderante. Otros estereotipos son el de la figura ideal femenina, el cliché de determinadas ocupaciones laborales como el mecánico, el lechero, el plomero o el taxista y la carga simbólico-sexual que conllevan, así como los estereotipos otorgados por la identidad del lugar al que se pertenece, en este caso a los barrios de la capital del país.

- Este tipo de cine ha contribuido a la conformación de la identidad de cierto sector de la cultura popular urbana, específicamente el mismo sector que se ve reflejado en las cintas de ese cine; un sector masculino de clase media-baja habitante de barrios marginales de la capital del país y de otras ciudades.
- Se sugiere que el cine mexicano de albur da cuenta de una doble moral: por un lado las políticas cinematográficas de la época le apostaban a un cine familiar o de calidad, sin embargo cedieron un poco la censura para permitir la producción y distribución de estas cintas que tanto gustaban al público y lo mantenía entretenido. Se trata de una caricaturización de los ideales del mexicano sumido en la pobreza, que vive de fantasías sexuales, sueña con la riqueza por medio del camino fácil (la estafa) y delira con ser el rey del barrio gracias a sus dotes de conquistador y alburero.

Para un primer acercamiento a las nociones teóricas y conceptuales del presente trabajo de investigación, se tendrá que partir del concepto clave, es decir: *cultura*. Pero, ¿qué es (la) cultura? Esta es una de esas preguntas tan difícil de responder, que se ha prestado para que una gran cantidad de teóricos, desde distintas épocas, contextos y perspectivas den una opinión sobre ella. En primera

instancia, (la) cultura es el objeto de estudio de la antropología cultural y posiblemente, al ser un concepto abstracto en el cual todo ser humano está inmerso, es una de las nociones más complicadas de definir y de comprender, por ello tal vez se estudie la cultura de *el otro*, para observarla a distancia.

Según Kroeber y Kluckohn (en Harris 1985:8) previo al siglo diecinueve ya se hablaba de un conjunto de atributos y productos de las sociedades humanas que tenían la característica de ser extrasomáticos y transmisibles por mecanismos distintos a la herencia biológica, pero fue hasta avanzado el siglo XIX que se nombró a la cultura como tal, se le determinó como objeto de estudio de la antropología cultural y fue definida por E. B. Taylor como:

Aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualquiera de los hábitos y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto a miembros de una sociedad (...) la condición de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que pueda ser investigada, según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción humana (Tylor 1958:1)

Esta primera definición formal sentaría las bases para la discusión latente hasta nuestros días de lo que es la cultura, lo que incluye y lo excluye, así como las metodologías para abordarla.

Dada la variedad de razonamientos que existen en torno al concepto referido, en este apartado se utilizará como base la clasificación de usos del término propuesta por William H. Sewell Jr (en Bonnell E. Victoria y Lynn Hunt 1999). Dentro de la categoría de la vida social, Sewell Jr. afirma que la cultura ha sido conceptualizada de diferentes maneras, entre las que destacan: *la cultura como comportamiento aprendido*, es decir, el conjunto de prácticas, creencias, instituciones, costumbres, hábitos y mitos, construido por los humanos y transmitidos de generación en generación. En este modo de empleo, la cultura se

contrapone a la naturaleza y su posesión es lo que distingue al hombre de los demás animales. Ésta, podría decirse, es la definición más básica del concepto.

Por otro lado está *la cultura como una esfera institucional consagrada a la producción de sentido*, la cual es una definición puesta en circulación, según Raymond Williams, durante el siglo XIX, bajo la idea de que la cultura estaba inspirada en las actividades artísticas e intelectuales de la “alta sociedad”. Esta concepción se basa en el supuesto de que las formaciones sociales se componen de conjuntos de instituciones consagradas a actividades especiales; estos conjuntos pueden ser asignados a esferas institucionales definidas de varias maneras: convencionalmente, las esferas política, económica, social y cultural. La cultura sería la esfera específicamente consagrada a la producción, circulación y uso de significados. Esta esfera, a su vez, puede dividirse de acuerdo a las diferentes subesferas que la componen: por ejemplo, las sub-esferas del arte, de la música, del teatro, de la moda, de la literatura, de la religión, de los media y de la educación. Si se define la cultura de este modo, el estudio de la cultura es el estudio de las actividades que tienen lugar dentro de estas esferas institucionalmente definidas y de los sentidos producidos dentro de las mismas.

Sin embargo, para Sewell Jr. el problema con este concepto de cultura es que sólo enfoca cierto rango limitado de significados producidos una clasificación restringida de lugares institucionales – esto es, se centra en instituciones auto-concientemente “culturales” y en sistemas de significados expresivos, artísticos y literarios. Este uso del concepto tiene cierta complicidad con la difundida idea de que los significados tienen una mínima importancia en otras esferas institucionales “no culturales”.

Para ejemplificar con el tema de este trabajo de investigación, podría decirse entonces que se estudiaría lo que promueve la subesfera de los medios de comunicación, específicamente el cine mexicano de albuces de los años ochenta como producto y los sentidos (re)producidos en éste. Sin embargo, no se analizará este tipo de cine desde su esfera de producción, sino que se analizará en conjunto

con otros elementos contextuales que no pertenecen a ninguna de las esferas elitistas de “producción de cultura”, como lo son, por ejemplo, los receptores de este material cinematográfico.

Otro concepto de cultura citado por Sewell Jr. es el de la *cultura como creatividad*, en el cual se otorga otro sentido al mismo concepto, y se refiere a aquel construido por las tradiciones que postulaban un “determinismo material”, más destacadamente el marxismo y la sociología americana. Dentro de estas teorías se elaboró una concepción de *cultura* como un campo de creatividad que escapa de la determinación de las estructuras económicas o sociales. Según Sewell Jr., en la tradición marxista, fue probablemente E.P. Thompson (Cfr. *Making of the English Working Class*), el primero que conceptualizó la cultura como una esfera de la creatividad, y fueron particularmente los marxistas ingleses, Paul Willis (*Learning to Labor*) quienes elaboraron esta concepción.

Sewel Jr. toma como ejemplo para este apartado la invención de juegos lingüísticos jocosos o la escritura de poemas (lo cual puede ser comparable con la creatividad del albur en el tipo de cine a estudiar en este trabajo). El autor afirma que esta actividad cultural creativa está determinada por otras estructuras culturales, tales como las convenciones lingüísticas, visuales o lúdicas (y yo añadiría ideológicas). Sin embargo, nuevamente esta concepción no se ciñe únicamente a la esfera del arte, sino que la creatividad es necesaria en todas las esferas de producción cultural de una sociedad, es decir, la política y la economía, también están establecidas por la estructura cultural de la sociedad que las produce.

Una cuarta concepción es la que concibe a la cultura *como sistema de símbolos y de significados*. Este concepto de cultura ha sido dominante en la antropología americana durante los últimos años y su definición se debe a Clifford Geertz, quien empleó el término “sistema cultural” en muchos de sus textos y que será detallada en el primer capítulo de esta investigación. La noción también fue elaborada por David Schneider, cuyos escritos tuvieron una considerable

influencia dentro de la antropología, pero carecieron del atractivo interdisciplinario de Geertz. Asimismo fue propuesta por Víctor Turner cuyos orígenes teóricos se remontan a la escuela de la antropología social británica, de inspiración ampliamente durkheimiana. Tanto Geertz como Schneider derivaron el término del uso que le dio Talcott Parsons, quien afirmaba que el *sistema cultural*, -un sistema de símbolos y significados- constituía un nivel particular de abstracción de las relaciones sociales. Este nivel se contraponía al *sistema social*, es decir, un sistema de normas e instituciones, y al *sistema de la personalidad*, es decir, el sistema de las motivaciones.

Por otro lado, Claude Lévi-Strauss y sus muchos discípulos proporcionaron un modelo completo alternativo de la cultura como sistema de símbolos y significados – conceptualizados como significantes y significados. Todas estas escuelas antropológicas, quienes tomaron de la lingüística saussuriana sus conceptos, tuvieron como objetivo (des)estructurar los sistemas simbólicos de las relaciones humanas e indicar su influencia sobre el comportamiento del hombre.

Según Sewell Jr., si se piensa en autores “estructuralistas” franceses como Roland Barthes, Jacques Lacan o Michel Foucault en sus comienzos, lo que todos estos enfoques tienen en común es la insistencia en la naturaleza sistemática del significado cultural y en la autonomía de los sistemas simbólicos – es decir, su distinción y su irreductibilidad a otros componentes de la vida social. Todos abstraían una instancia de pura significación de la compleja vida social, y especificaban su coherencia interna así como también su profunda lógica. Consecuentemente, su práctica de análisis cultural tendía a ser más o menos sincrónica y formalista.

Finalmente, como oposición al concepto de cultura arriba mencionado, surge la idea de *la cultura como práctica*, ya que en esta concepción se ve a la primera como sincrónica, lógica, coherente, compartida, uniforme y estática. Por el contrario, los partidarios de una nueva noción de la cultura ven a ésta como una

práctica performativa que se dispara a través de la acción intencional, las relaciones de poder, la lucha, la contradicción y el cambio.

Continuando con Sewell Jr, en antropología, Sherry Ordner notó en 1984 un giro hacia la política y la historia, sugiriendo que el término clave de Pierre Bourdieu, la “práctica”, era una etiqueta adecuada para designar esta nueva sensibilidad. Dos años más tarde, la publicación por James Clifford y George Marcus de su colección *Writing Culture* anunciaba al público la crisis del concepto de cultura en la antropología. A partir de entonces la crítica al concepto de cultura como un sistema de símbolos y significados fluyó rápida y densamente. Los trabajos más notables en antropología alegaban el carácter contradictorio, políticamente cargado, cambiante y fragmentado de los significados – tanto de los producidos en las sociedades bajo estudio como de los registrados en los textos antropológicos-.

En este punto cabría destacar que las dos últimas nociones de cultura son teorías bastante completas y complejas a la vez, sin embargo no son excluyentes una de la otra; la primera nutre a la segunda de conceptos y significados, y ambas son perspectivas de la cultura con las cuales puede trabajarse según el tipo de estudio que quiera realizarse, ya sea sincrónico o diacrónico por ejemplo. En el caso específico de este trabajo de investigación, se utilizarán ambas nociones, ya que por un lado se podrá analizar el material cinematográfico (como producto cerrado) desde un enfoque simbólico; y por otro lado, podrán analizarse los diferentes actores sociales que han contribuido en la construcción de este tipo de cine –y a su vez, los estereotipos que ha construido este tipo de cine - desde un enfoque práctico, ya que cada uno tendrá sus intereses, intenciones y sus reacciones ante dicho fenómeno.

Ahora bien, en este trabajo de investigación no se abordará únicamente el concepto de cultura, sino que se trabajará con otras nociones derivadas como *cultura popular*, cultura de masas y cultura de consumo, para las cuales existe también un universo de definiciones, unas tan distintas de otras, que en algunas

ocasiones provocan debates y confusiones. Por ejemplo, algunos antropólogos mexicanos, en sus textos, utilizan el concepto de *culturas populares* para referirse exclusivamente a grupos indígenas, como es el caso de Guillermo Bonfil Batalla. No obstante, la definición del concepto que se utilizará en esta investigación, va más encaminada a la idea propuesta por Valenzuela Arce (1998:16) quien menciona que el estudio de las culturas populares surge a mediados de los años setenta del siglo XX para referirse al análisis de la compleja realidad de los sectores subalternos de la población. Con subalternos se refiere a aquellos sectores que no cumplen con las características de la población permeada por la “modernidad”, y tratándose de culturas populares urbanas, significa que son aquellas que no fueron tocadas por la modernidad de la ciudad.

En México, la discusión sobre las culturas populares cobró relevancia en los años sesenta, en el contexto de los procesos de urbanización poblacional que se incrementaron con las migraciones del campo a la ciudad en la etapa posrevolucionaria. Los estudios de este sector de la población eran escasos ya que los antropólogos se enfocaban mayormente a los estudios de las comunidades indígenas y campesinas del país. Por ende, existía un campo fértil para el estudio de las problemáticas laborales de los trabajadores urbanos, las condiciones socioculturales de los inmigrantes, sus acciones colectivas comunitarias, sus expresiones culturales y la recreación de imaginarios sociales. Es así como surge el concepto entonces de *cultura popular urbana*, el cual será desarrollado en el primer capítulo de este trabajo con ayuda de las aportaciones de Raúl Béjar Navarro, Patricia Safa y Carlos Monsiváis.

Por otro lado, Melville J. Herskovits (1995:15) afirma que el antropólogo cultural estudia los procedimientos ideados por el hombre para enfrentarse a su medio natural y su ambiente social, y cómo se aprende, conserva y transmite un cuerpo de costumbres. ¿Podría entonces ser el cine un vehículo mostrador, conservador, documentalista y transmisor de ese cuerpo de costumbres al que Herskovits se refiere? La respuesta es afirmativa sin lugar a dudas. Prueba de ello es que la misma antropología se ha valido de recursos audiovisuales (fotografías y

documentales) a manera de instrumentos para obtener y evidenciar información. De ahí surge la disciplina llamada *antropología visual* la cual, según el departamento de antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), en su página de internet la define como una corriente dentro de la Antropología, la cual propone el uso de la imagen como recurso de memoria e investigación, bajo la certeza de que éste enriquece el proceso metodológico, aportando elementos que no alcanzan a percibir instrumentos como el lenguaje escrito y la observación directa.

Sin embargo, este proyecto de investigación va más allá de la imagen, porque el cine además de imagen, es sonido, es narrativa, es relato y es lenguaje cinematográfico. Es por ello que el objeto de estudio de este proyecto de investigación, más que pertenecer al campo de la *antropología visual*, corresponde a una vertiente de ésta: al de la *antropología del cine*, la cual es una disciplina todavía poco desarrollada y que aún se debate entre el análisis exclusivo del material filmico documental, y por lo tanto etnográfico, y la aceptación del cine de ficción como documento etnohistórico.

Metodológicamente hablando, uno de los aportes de esta investigación es formular una propuesta para abordar el cine como objeto de estudio; estudiar el cine de ficción desde la antropología es donde se plantea el tipo de preguntas que podemos formular ante un entorno social y cultural complejo en el que se inscribe el cine en lo general, y las sexicomedias mexicanas del cine mexicano en lo particular como un código lleno de símbolos con referentes culturales.

Desde la perspectiva teórica y metodológica de la antropología sociocultural, comúnmente se hace uso del método etnográfico caracterizado por la observación directa y participante, historias de vida y/o genealogías, así como la descripción densa de características culturales de grupos humanos para obtener datos detallados pero precisos. Se trata de ubicar en una perspectiva holística el contexto sociocultural, político y económico en el que interactúan los sujetos y actores sociales, donde el estar ahí proporciona al antropólogo la información de

primera mano la cual se procesa y analiza con el rigor científico que impone esta disciplina.

En el caso particular de este proyecto de investigación, el “estar ahí” se refiere a analizar por medio de documentos filmicos y bibliográficos el contenido y el contexto en el que surgió una serie de películas que se consideran ilustrativas del género seleccionado retomando elementos del método etnográfico. El antropólogo observará un filme y se preguntará ¿quiénes están ahí? ¿cómo son? ¿cómo se comportan? ¿cómo se relacionan? ¿qué dicen? ¿qué hacen? ¿cómo es su entorno y cómo es su relación con él? ¿cómo se relaciona lo que se muestra en el filme con la información documentada de determinada época, espacio y/o cultura? Concretamente, de acuerdo a los rasgos de esta investigación, como parte del trabajo de campo inicial se ha efectuado una selección de un corpus que consiste en 15 películas de carácter comercial correspondientes al periodo entre 1981-1989 que, a juicio de quien suscribe esta investigación, son de las más representativas y que por lo tanto, son ricas en información. Los títulos seleccionados son: *La Pulquería* (Castro, 1981); *Ni modo, así somos* (Martínez,1981); *El día de los albañiles (Los maestros del amor)* (Martínez Solares, 1984); *El ratero de la vecindad* (Martínez Solares G, 1984); *Dos machos que ladran no muerden (Nos reímos de la mafia)* (Urquieta,1986); *Esta noche cena Pancho (Despedida de soltero)* (Castro, 1986); *Los verduleros (Los marchantes del amor)* (Martínez Solares G, 1986); *Tres mexicanos ardientes* (Martínez Solares G, 1986); *Dando y dando (Pajarito volando)* (Ugalde,1988); *El inocente y las pecadoras* (Castro, 1988); *El Mofles en Acapulco* (Durán, 1988); *Los plomeros y las ficheras* (Castro, 1988); *Tres lancheros muy picudos* (Martínez Solares A, 1988); *El rey de las ficheras* (Castro, 1989).

Si bien durante el proceso de realización de esta investigación, se han visto tantos títulos como ha sido posible para enriquecer el análisis (además de los arriba mencionados), el material del corpus servirá como ejemplo directo de las temáticas abordadas durante la descripción del trabajo, es decir, la muestra será el corpus.

El análisis propuesto se ha efectuado en dos planos de manera paralela: un análisis cinematográfico formal del corpus arriba mencionado, siguiendo a Lauro Zavala (2010) para quien un análisis cinematográfico consiste en el examen de uno, varios o todos los componentes específicos de la ficción audiovisual. En este caso, únicamente se examinaron, por medio de un análisis formal (pertinente al texto fílmico), algunos de los componentes de cada una de las cintas, como lo son la narrativa, sus implicaciones semióticas y algunas estéticas. Cabe mencionar que se trata de un análisis a nivel macro, es decir, del texto fílmico completo y no por segmentos.

Por otro lado, se efectuó un análisis cinematográfico instrumental, con el cual se observó cada película como una herramienta (en este caso un documento etnohistórico) que trasciende a partir de su significado en un terreno antropológico, específicamente en el campo de la producción cultural. Se analizaron el medio, sus creadores, participantes, así como una pequeña muestra de la audiencia para comprender la importancia que tiene el cine como fenómeno sociocultural y documento etnohistórico en la vida cotidiana de sus públicos. Este análisis se llevó a cabo por medio de la investigación documental de archivo (bibliografía, hemerografía, fuentes electrónicas y material audiovisual) para construir un perfil de la historia y producción del cine mexicano de albur, así como de los actores sociales implicados. Asimismo, se realizaron entrevistas abiertas a diferentes grupos de personas, con diversas características sociales, para conocer su opinión y el efecto de reconocimiento del tipo de cine a estudiar, así como los estereotipos salidos de éste.

Para el análisis y descripción de estereotipos se siguió la propuesta de Arce Fernández (1991) quien sugiere tener una visión de la sociedad como empresa simbólica. En este caso las cintas a analizar serán el universo social de referencia, y se hará hincapié en la observación de las producciones simbólicas, de los significados, del lenguaje y de las relaciones entre individuos (personajes), a través de las cuales construyen el mundo en el que viven.

Cabe destacar que existen instrumentos para la medida de estereotipos, como el llamado *Adjective Check List* creado y utilizado por Katz y Braly (en Arce Fernández, p.9). Este instrumento se compone de una lista de 84 adjetivos referidos a atributos personales que los sujetos experimentales debían atribuir a los diferentes grupos étnicos objetos de estudio. Éste resulta un procedimiento atractivo, sin embargo, como no puso en práctica en este trabajo de investigación pues no se pretendía realizar un trabajo cuantitativo sino descriptivo, pero en algún momento posterior podría resultar interesante observar los resultados.

CAPÍTULO 1: PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA

1.1 revisión del concepto de cultura: la cultura como sistema de símbolos

Aunque etimológicamente el significado de la palabra Antropología (del griego «*anthropo*» hombre y «*-logia*» ciencia, *ciencia del hombre*) abarque un universo infinito, éste se puede comprender y delimitar si se piensa que la Antropología en efecto intenta estudiar al hombre y todas sus obras, pero bajo formas culturales. ¿Y qué es la cultura? Es otro concepto comparado al *aleph borgeano*, sin definición concluyente ni incluyente en su totalidad, ya que cada teórico, en su afán por definirlo, lo hace bajo el paradigma de sus intereses, objetivos, corriente o contexto.

Ya en la introducción de este trabajo de investigación se señaló la primera definición formal de cultura dada por E.B. Taylor, la cual fue tomada como base para explicar el objetivo de la Antropología. Asimismo, se señalaron algunas variantes del término, proporcionadas por William H. Sewell Jr (en Bonnell, 1999) que engloban distintas perspectivas abordadas por las corrientes y los teóricos que más han aportado a la Antropología, como Raymond Williams, E.P. Thompson, Paul Willis, Claude Lévi-Strauss, Clifford Geertz, Pierre Bourdieu, James Clifford y George Marcus. No obstante, para no divagar en este mar de conceptos, la presente investigación se enfocará en el concepto de cultura de Clifford Geertz y su sentido simbólico para poder analizar los elementos culturales presentes en el cine mexicano de albur, ya que el cine es por antonomasia una serie de representaciones simbólicas dadas por la imagen y el sonido. Asimismo, siendo este tipo de cine un producto de la cultura de masas, se convierte en un signo de identidad y de consumo, que funciona como marcador de un grupo o clase social.

El concepto de cultura por el que apuesta Geertz en su texto *La interpretación de las culturas*, es un concepto semiótico:

“Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie” (Geertz 1996: 20).

Para Clifford Geertz la importancia de una ciencia no recae en sus teorías ni en sus descubrimientos, sino en sus métodos. El método etnográfico de la antropología y que el autor toma prestado de Gilbert Ryle para interpretar esas expresiones sociales que necesitan de una explicación es la *descripción densa*, la cual consiste –en palabras de Geertz- en desentrañar las estructuras de significación y en determinar su campo social y su alcance por medio de afrontar la multiplicidad de estructuras conceptuales complejas, muchas veces irregulares y confusas, para lo cual el etnógrafo debe captarlas primero y explicarlas después.

Para Geertz, hacer etnografía es como tratar de leer un manuscrito extranjero, borroso, plagado de elipsis, de incoherencias, de sospechosas enmiendas y de comentarios tendenciosos y además escrito, no en las grafías convencionales de representación sonora, sino en ejemplos volátiles de conducta modelada. No obstante lo difícil de desentrañar estos significados a los que hace alusión Geertz con esta analogía, el resultado que obtendrá de su traducción no será objetiva, ya que su interpretación estará basada en la interpretación de otros. Esto no es negativo, es más bien inevitable.

Trasladando esta concepción simbólica de la cultura y del método interpretativo propuesto por Clifford Geertz al tema que incumbe a este trabajo de investigación, se podrá plantear entonces que lo (re)presentado en las películas mexicanas de albuces de los años 80, encierran todo un universo de símbolos constituidos por medio de conductas de los personajes, las situaciones, el contexto, las imágenes y los sonidos, y que están puestos para ser descifrados (y después reproducidos), en primer instancia por el público receptor de estas cintas, y en un sentido más profundo, por un analista (en este caso un etnógrafo).

Lo expuesto en el cine y en este tipo de películas pertenece a un código cultural elaborado y particular que puede ser interpretado únicamente por algunas personas, es decir, por aquellas que compartan dicho código cultural, o bien, por aquellas que tengan conocimiento de él; por ejemplo: el albur. Sin duda, el albur es un código cultural complejo, propio de la sociedad mexicana, sin embargo utilizado por una minoría, ya que además de ser un sistema de signos lingüísticos confusos y complejos, está dotado de una carga cultural que concede cierto prestigio y reputación a aquel que los utiliza y es rechazado o incomprendido por una gran parte de la población. Para poder ofrecer una interpretación de los albures y su significado dentro del texto fílmico, el etnógrafo echará mano no sólo de su experiencia y conocimiento en el albur, sino en las interpretaciones de otras personas seguidoras y no seguidoras de este tipo de cintas.

Asimismo, la interpretación de los albures no debe verse como un tema separado del resto de los elementos significativos a interpretar en los filmes, sino deben verse todos como hilos que tejen un universo total y de sus partes. Ahora bien, los resultados de las observaciones, descripciones e interpretaciones en este proyecto de investigación, no deben tomarse como leyes generales, sino como el análisis de un fenómeno en concreto basado en *interpretaciones de segundo y tercer orden* (Geertz 1996:28).

Mirar desde la antropología cualquier género cinematográfico es una actividad interesante, enriquecedora y válida, ya que –como se mencionó en la introducción de este trabajo- el cine de ficción (re)presenta por medio de imágenes y sonidos, relatos con elementos tomados de la realidad, acciones que se suceden una tras otra realizadas por actores interpretando a seres humanos verosímiles (en la mayoría de los casos); y aquí la definición de interpretar es la misma para un actor que para un etnógrafo, ya que el actor observa su realidad, observa a los otros, aprende los códigos culturales, se hace de una memoria afectiva (según el método de actuación de Constantin Stanislavski) y con ayuda de la plasticidad de su cuerpo, maneja los símbolos apropiadamente para transmitir de verosimilitud a un relato y que puedan ser eficazmente decodificados por su público.

Según el antropólogo francés David Le Breton (1998), el arte del actor es una *mímesis desfasada*, ya que retoma símbolos de la realidad, de lo cotidiano, la imita, pero en un espacio (en el cine o en el escenario teatral) donde el espesor del vínculo social ha perdido toda consistencia en provecho de otro modo de comunicación. “Los mismos signos sirven de uno y de otro lado del escenario –o de la pantalla de cine-, pero en éste se ponen en juego en torno de la sola necesidad del espectáculo, y por lo tanto desarraigados de su afectividad cotidiana” (Le Breton 1998:228). Pero además del actor, en un filme están involucrados otros sujetos que son observadores y transcriptores de la realidad, como lo son aquellos involucrados con el guión, la fotografía, el arte y la dirección. Sin embargo, es importante saber que lo (re)presentado en las películas que forman parte de una industria cultural de masas, no siempre equivale a la realidad, sino a lo que se desea que se conozca de ella.

De acuerdo a lo anterior, dada la verosimilitud de la interpretación que hace un actor de SU realidad (o de la “realidad” que sea requerida), el espectador no será indiferente a lo que sucede en la pantalla, se verá en uno u otro caso reflejado e identificado, ya que las conductas de los personajes, se asemejan a su propia conducta. Y es precisamente ahí, en la conducta y en la acción social, donde Clifford Geertz ve realizada, puesta en práctica y articulada la cultura, y el cine es una sucesión de acciones, donde el entonces posible observar diferentes manifestaciones de la cultura.

Contextualizando lo anterior en este trabajo de investigación, dentro de las sexicomedias del cine mexicano de la década de los años ochenta puede observarse a priori una estructura del relato compartida entre todas estas cintas, así como las conductas de los personajes y las situaciones, lo que hace clasificables a estas cintas dentro de un mismo subgénero. Bajo la repetición de dichas conductas y situaciones, es posible elaborar estereotipos que sin lugar a dudas forman parte del repertorio de conductas arquetípicas de ciertos sectores

populares de la población mexicana que están presentes en el imaginario de gran parte de la gente que tiene acceso a medios de comunicación masiva².

Estas conductas estereotípicas son elaboradas por medio de símbolos compartidos por la sociedad en la que surge este tipo de cine. Tales símbolos son, por ejemplo, los gestos, las miradas, la manera de caminar, el tono con el que se habla y con el que se ríe, las reacciones ante determinadas situaciones, la resolución de los problemas, las relaciones sociales, entre otros aspectos que son descritos en el análisis de esta investigación.

Ahora bien, hasta aquí se ha hablado de la cultura en general, como aquel tejido de símbolos de inestable interpretación que rigen la conducta de los individuos y las sociedades. Y es precisamente esa inestabilidad en la interpretación de los símbolos lo que provoca que exista no sólo un tipo de cultura, sino variaciones y subespecificaciones de ésta.

A continuación se detallan tres tipos de cultura pertinentes para este proyecto: la cultura popular, la cultura de masas y la cultura de consumo. Son importantes estos tres conceptos para la investigación ya que se considera que las sexicomedias del cine mexicano de los años ochenta muestran los estereotipos de una cultura popular capitalina de la época. Asimismo, las películas, como producto están dirigidas hacia el consumo de las masas con la finalidad de que los sujetos receptores de la cultura popular urbana se vean reflejados en esas cintas como parte de un proyecto de inclusión por parte del Estado.

1.2 Cultura popular: ¿Es lo popular algo peyorativo?

La palabra *popular* se utiliza en un sentido muy general para describir todas aquellas cosas relativas al *pueblo*. Así, surgen preguntas como ¿qué es el pueblo

² En el tercer capítulo de esta investigación se abordará el tema de las representaciones sociales y los estereotipos.

y qué es lo popular? ¿es el pueblo una masa homogénea? ¿se puede hablar de lo popular en plural? ¿quién o cómo se define lo que es popular?

Bollème (1990), hace un recorrido histórico sobre el origen de la palabra *popular*. Según esta autora, la palabra se puede rastrear desde el sánscrito (madre de las lenguas indoeuropeas), siendo esta la referencia que permite aclarar el lazo con otras lenguas derivadas e indagar a través de sus raíces cómo se forma un pueblo. De la raíz *pri-* (que significa en abundancia, pleno, llenar) se deriva *pur-*, *puri-*, que quiere decir ciudad, muralla, fortaleza; y se traduce como *en lo que por el hecho de su plenitud se cierra*.

Posteriormente, se rastrea la palabra en griego, con la raíz *pleos-*, que significa pleno, lleno, y *to plèthos*, que es un sustantivo que significa la cantidad indeterminada, la muchedumbre, (¿la plebe?). Con estos conceptos el hombre pierde su cualidad de hombre y se convierte en parte de una masa, abundancia y muchedumbre, el conjunto en el que se encuentra no permite reconocerlo o distinguirlo como un individuo. No obstante que la connotación del concepto de *pueblo* en el griego no atiende al número de personas que se reúnen para conformar un grupo, es importante resaltar que el concepto atiende a las razones por las cuales se congregan.

Otro vocablo griego derivado de la misma palabra madre es *polis*, la cual designa *el estado de reunión de quienes alrededor de una ciudad se numeran*. Es decir, que quienes hacen una ciudad o un poblado, lo constituyen por el hecho de que habitan una región y se reúnen. La *polis* es el origen de un estado que requiere una organización. La organización exigida por el número es la ciudad, y lo que se relaciona con ella, lo que le conviene, quienes la habitan es *politikos*, traducido muchas veces por popular. *Polis* y *politikos* conciernen al número y lugar de una reunión de la cual el griego va a modular de manera diferente las razones y los motivos que la mueven, como puede ser la guerra, la religión, la diversión, la organización social y económica, en resumen, la cultura.

Después de la Grecia Clásica puede rastrearse el vocablo latino *populus* que ha dado la palabra *pueblo* en español y ésta significa *los habitantes de un estado constituido, de una ciudad*. *Pueblo*, como los vocablos de los idiomas y dialectos más próximos (umbrío: *popel*; provenzal: *pobol*; catalán: *puble*; español: *pueblo*; italiano: *populo*) y como en la mayor parte de las lenguas europeas, se deriva de las raíces *plé-*, que significa *colmar, ser llenado*; *polw-* (sánscrito *puru-*, muchos, numerosos); y la raíz *pelw-*, que atiende al significado de la manera de ser llenado, la transformación.

De esta manera y de acuerdo con Bollème, el pueblo es una agrupación de personas que llenan un lugar, hormigean, se multiplican, cubren, protegen y, eventualmente, destrozan y devastan, como lo indican los numerosos verbos que matizan esas maneras de habitar y que están reunidos porque tienen un motivo compartido llamado cultura.

Posteriormente, esta autora hace en su trabajo un recorrido histórico por el uso de la palabra *pueblo* en Francia, y revela que ya en el siglo XV la palabra *populaire* hace alusión a lo vulgar, al populacho, y se le agrega a la palabra *pueblo* un juicio discriminatorio y peyorativo que persiste hasta la actualidad. Aquí hay que poner especial atención: es en el siglo XV también cuando se da el descubrimiento de América, es muy probable que el concepto haya atravesado el Océano Atlántico con dicha carga semántica.

Novelo (2002) reafirma que para poder comprender el término de *lo popular* es menester recuperar el sentido histórico del concepto, ya que “a la luz de los procesos sociales, el concepto *pueblo* ha encerrado significados enteramente distintos según la sociedad de que se trate, las nacionalidades, la época, las ideologías y hasta la coyuntura” (Novelo en Bonfil Batalla 2002:77). Así, ya con Bollème puede conocerse el significado etimológico y la evolución de la palabra y la definición en francés. Asimismo, al tratarse de una lengua latina y una cultura occidental, puede intuirse por qué en México, en los últimos siglos, el significado tiene la misma carga peyorativa que adquirió en la Francia del siglo XV

(finalmente es con la misma definición con la que España llegó a México en el mismo siglo: un contagio semántico).

Es en este punto donde Bonfil Batalla encuentra el sentido de discriminación de *lo popular*: en la colonización. Para él, la negación de las culturas populares tiene su origen en la escisión cultural que forma parte de toda situación colonial, en esa situación total en la que la sociedad colonizadora afirma su superioridad en todos los órdenes (racial, cultural, tecnológico, religioso, etcétera) y a partir de esa afirmación dogmática racionaliza el sojuzgamiento al que somete a los pueblos colonizados por medio del control cultural. Bonfil Batalla define el control cultural como “la capacidad social de decisión sobre los elementos culturales. Los elementos culturales son todos los recursos de una cultura que resulta necesario poner en juego para formular y realizar un propósito social. Cabe clasificarlos en materiales, de organización, de conocimiento, simbólicos y emotivos” (Bonfil 2002: 17).

Por consiguiente, hablando de países colonizados, y específicamente de México, hay que caer en la cuenta de que cuando se hace referencia a la cultura popular, va implícito el tema del indigenismo, las artesanías y el folclore, ya que según Bonfil Batalla (2002:12), una de las causas por las que se cree que el concepto de cultura popular se ciñe casi únicamente a esos temas es porque en las décadas del desarrollismo modernizador (siglo veinte), el indigenismo, las artesanías y en general el folclore fueron negados, ya que el proyecto que se proponía para el país implicaba la adopción de una cultura extraña, nueva y moderna y en ese proyecto las culturas populares sólo tenían cabida como obstáculos: las masas “incultas”, los campesinos retrógrados que se oponían al progreso y los vicios ancestrales que se debían superar. A la par de esta visión modernizadora se desarrolló una perspectiva reaccionaria que, según Bonfil, tampoco tenía interés en la cultura popular tal y como era, sino en cómo debería ser.

De esta manera puede observarse que para este autor el concepto de culturas populares va más encaminado a las culturas indígenas ya que para él, la problemática de los pueblos colonizados como México, la complejidad se resume a la relación entre etnia y clase social. No así para el filósofo italiano Antonio Gramsci, quién -de acuerdo al contexto italiano-, únicamente contempló las relaciones de clases sociales y es precisamente en este enfoque en el que se basará el presente trabajo de investigación, ya que el aspecto de la cultura popular analizado en las películas mexicanas de albur y su público, se identifica con una cultura popular urbana que –ya en su etapa de establecimiento ciudadano- poco o nada tiene que ver con etnias, y sí tiene que mucho ver con clases sociales.

Valenzuela Arce (1998) propone que el concepto de cultura popular surge ante la propuesta de que no existe una sola cultura (la cultura dominante, como se creía), sino varias culturas en una misma sociedad. Es más, tampoco existe una sola cultura popular, también existen varias, tantas como variada y diversa es la población. Valenzuela afirma que, en un principio, la mayoría de los trabajos realizados a partir del concepto de cultura popular en las zonas urbanas aludían a la difuminación de los rasgos tradicionalistas, los elementos disuasivos presentes en las comunidades y a la construcción de límites de demarcación frente a la cultura oficial, mientras que en las zonas agrarias los acentos se ubican en la prevalencia o atenuación de los rasgos tradicionales, incluida la presencia prehispánica. Es decir, ya en primera instancia puede observarse que la cultura popular urbana en México no es igual a la cultura popular rural, indígena o campesina.

Según Valenzuela,

“Las culturas populares se configuran en ámbitos relacionales diferenciados desde los cuales se conforman las expresiones de los grupos sociales subordinados. Es por ello que carecen de atributos sustantivos o perennes y se construyen relacionamente por apropiación y diferenciación con las culturas de las clases dominantes. Se refieren, asimismo, a conformaciones socialmente significativas. Son ordenamientos colectivos semantizados a

partir de los cuales los grupos subalternos conforman el sentido de sus vidas. Por ello crean, recrean, se apropian y resisten los elementos provenientes de las clases dominantes” (Valenzuela 1998:17).

Es decir, el concepto de cultura popular no puede existir sin el de cultura dominante, ya que las características de la primera existen a partir de su diferenciación con la segunda, y de ahí construyen su identidad, y a partir de sus propios elementos simbólicos establecen límites que permiten la identificación de los miembros del grupo con *los otros*, aquellos que quedan inscritos en los grupos oficiales o dominantes.

Ahora bien, las culturas surgidas como reacción o resultado de la cultura dominante son variadas. Mandrou (en Aguirre 2001:33) utiliza el término de cultura de las clases populares para indicar que el pueblo suele nutrirse y producir otras culturas diferenciadas dependiendo de los factores tales como el hábitat (rural o urbano), el grado de riqueza, tipo de religión dominante y tipo de geografía, factores determinantes en un país tan variado y preciso en esos temas como lo es México.

Muchos son los autores que hablan de esas culturas populares llamándolas *subculturas*, *contracultura*, *culturas alternativas*, *cultura residual*, entre otras, y explicándolas a partir de factores como los comportamientos específicos.

Respecto a este trabajo de investigación, cuando se hable de *cultura popular*, se pensará en las características de comportamiento que propone García Cárcel (en Aguirre, *ibidem*: 34), quien define la cultura popular como “una cultura tradicional, de supervivencia defensiva frente a una inseguridad física y psicológica que necesita barreras protectoras como la solidaridad familiar, profesional, vecinal, una cultura con un característico sistema de valores, un medio de expansión prioritariamente oral y unos cauces delimitados en la taberna, la taberna y la plaza pública”. De igual manera, se entenderá lo popular como lo define Herder (en Aguirre Lora 2001:38), como algo natural, instintivo, irracional, anclado a la tradición y a la comunidad.

Por otro lado, ¿cuál es el papel que juega el cine en la cultura popular? Para Sanz Fernández (en Aguirre, *ibídem*:41), entre los agentes de expansión de la cultura popular están los predicadores (siglo dieciséis), los maestros, los actores de teatro, el pueblo mismo, y actualmente: los medios de comunicación como es el cine, sobre todo el cine de masas como son las sexicomedias.

1.2.1 La cultura popular urbana

Ya se ha definido lo que es la cultura popular, pero ¿a qué se refiere cuando se habla de cultura popular urbana? Si la cultura popular es aquella de los grupos subordinados, entonces se podrá intuir que al agregarle el adjetivo urbano se contextualizará a dicho grupo oprimido o marginado en la ciudad. Para Béjar la cultura popular urbana es “el espacio social, la conducta que surge de la confrontación y/o fusión del capitalismo con las necesidades de supervivencia de las mayorías. Entendido como fenómeno cultural novedoso, consiste en la creación de formas de vida propias de los marginados en el medio urbano” (Béjar 2007:397). Sin embargo, otra vez no se puede generalizar porque ninguna ciudad es igual a otra, y ninguna dará a luz a una cultura popular urbana igual a otra.

En los últimos años del siglo veinte –de acuerdo con Safa (1992)- la cultura popular en México era entendida como “todas esas prácticas y creencias que pertenecen ‘al pueblo’ o a los sectores subalternos”, y la cual generó numerosas investigaciones. Sin embargo, dentro del concepto de *lo popular* se han unificado diversas manifestaciones culturales de distintas regiones del país, grupos étnicos o sectores sociales por el hecho de que comparten una posición subordinada en la historia o subalterna en la estructura social. Lo popular se ha definido –según Carlos Monsiváis (en Safa 1992)- como la zona de los “arquetipos y abstracciones”, donde el punto de partida es el carácter colectivo de los personajes: “todos los pobres son iguales”.

Esto podría ser con el afán de verlo como *lo otro*, *lo exótico*, *lo diferente*. Esta es una observación muy pertinente ya que, si bien esta investigación pretende conocer los estereotipos que se (re)presentan en las cintas a analizar, no

es con el objetivo de encasillar a la cultura popular urbana capitalina, sino dar cuenta de cómo esas películas, sus promotores y espectadores encasillan a dicho sector de la población, ya que no siempre es el investigador el que traza arquetipos, sino aquellos partícipes de los productos de la cultura de masas.

Safa arguye que la antropología como disciplina tuvo su origen en mirar a lo popular como *lo otro*, como lo que había que transformar por sus carencias – económicas y educativas- para permitir tanto la modernización del país como su integración nacional. Es por ello que muchos antropólogos se plantearon la necesidad del conocimiento de *lo popular* para la transformación social. No obstante, “el desarrollo de la comunidad antropológica desligada de alguna manera de las acciones del Estado, permitió el surgimiento de planteamientos críticos que se preocupaban por el estudio de lo popular más que de su integración, de su transformación para la lucha política” (Safa 1992:4).

Ahora bien, el estudio de la cultura popular en contextos urbanos representa una gran complejidad, ya que, “el objeto de este estudio cultural comprendería todas las prácticas que identifican y diferencian a los grupos y clases sociales, como también aquellas que se adoptan, apropian y transforman sin importar el origen de las mismas” (Safa 1992:5). Esta autora invita a reconocer los vínculos estrechos entre la vida diaria y la producción, circulación, recepción y consumo de los bienes culturales, para evitar planteamientos donde el ejercicio de la imposición cultural se explica por la intencionalidad de los actores y no tanto por los procesos de negociación-transacción de los sentidos y bienes que conforman esa vida diaria. Es decir, reflexionar no sólo sobre los sujetos implicados sino sobre sus intenciones.

La cultura popular urbana que se (re)presenta en las películas mexicanas de albur es concretamente capitalina, es decir, habita en la Ciudad de México, la cual presentó un crecimiento veloz a partir de la segunda mitad del siglo veinte. Dicho crecimiento fue promovido –de acuerdo con Safa- por la centralización de las actividades económicas y políticas, y por la desarticulación del campo. Se

debe a los altos índices de migración campo-ciudad, y dicho movimiento no es sólo físico, sino cultural y político.

A continuación, se hace un recorrido por la historia de la cultura popular urbana de la Ciudad de México en el siglo XX de la mano de Carlos Monsiváis. Si bien Monsiváis no ha realizado investigaciones académicas de corte antropológico –estrictamente hablando- sus crónicas son un documento valioso para conocer la conformación de la cultura popular capitalina de México impulsada por los medios de comunicación masiva, como el cine, objeto de estudio de esta investigación.

1.2.1.1 La cultura popular urbana en la Ciudad de México

Para Monsiváis (1978), lo que hoy conocemos como *cultura popular* (refiriéndose a la cultura popular de la capital mexicana) es el resultado de un largo proceso –en muchos sentidos, común a la mayoría de los países latinoamericanos, y en muchos otros, común al resto del mundo- mediante el cual, a partir de las innovaciones tecnológicas, un proceso de dominación ideológica, desplaza y oprime los intentos de mantener una tradición, de erigir una ‘singularidad’ cultural y artística. Tal singularidad, aprovechándose del primer impulso de una industria cultural, se mantiene unos años (1930-1950) y produce mitos ambiguos y productos originales que son asimilados con celeridad por el deseo que los torna cultura popular.

Monsiváis define la cultura popular como “aquello asimilado orgánicamente a la conducta y/o a la visión de las clases mayoritarias” (Monsiváis 1978: 98) y no lo ve separado de las clases dominantes o del propio Estado, ya que afirma que en México casi todo lo que aparece con el membrete de *cultura popular* es el resultado de afanosas manipulaciones del proyecto imperial de la industria cultural, “lo que entre nosotros ha habido con ese nombre de ‘cultura popular’ es fruto de la voluntad de las clases dominantes y de las adaptaciones gozosas y anárquicas hechas para las masas a tal plan de dominio” (ibíd. p.98). No obstante, en el repaso histórico del desarrollo de la cultura popular capitalina,

se podrá observar que no todo ha sido producto de la manipulación e imposición por parte de las clases dominantes, sino que se trata de una lucha entre la imposición y la resistencia política y social.

Esto que Monsiváis describió hace casi cuarenta años, puede observarse todavía en el presente y parece algo permanente y recurrente desde la época del colonialismo – y del virreinato al siglo veinte- que no permite un desarrollo vigoroso y conveniente de expresiones artísticas y culturales en las clases populares, ya que la influencia de los productos industriales –ya sean hispánicos, norteamericanos o franceses- es mundial y omnímoda, explica el autor mexicano.

La cultura popular capitalina: Del origen al nacionalismo revolucionario

Monsiváis vislumbra el origen del proceso de formación de la cultura popular en México en la época colonial y afirma que durante los tres siglos de dominación virreinal, la religión y el poder español fueron el centro de la fascinación multitudinaria, ya que el pueblo se beneficiaba de las festividades religiosas y políticas como lo era el Nacimiento del Niño Dios o la llegada de un nuevo virrey. Durante este tipo de acontecimientos –según Monsiváis- se permite el estallido de cohetes, la exhibición de pompas y la reunión de la muchedumbre; la cultura popular es entonces definida como “la concentración masiva”. Dos siglos más tarde, la cultura popular no es únicamente la masa, sino el espectáculo que contemplan (lo contemplado y el que contempla): las presentaciones de los caudillos, los ascensos en globo, el circo, los juegos de azar, el teatro maloliente de barrio, la pintura de las pulquerías o los grabados de Posada. Entonces, dada la importancia de *lo contemplado* para tener contentas, distraídas y dominadas a las masas, era importante controlar el espectáculo.

¿Y cuál sería la herramienta más utilizada para cautivar a los espectadores? La respuesta: el humor. Desde la década del diez –explica Monsiváis- se tiene registro de que en los llamados *teatros de género chico*

(teatros de revista³), el público aclama espectáculos que caricaturizan al pueblo, ya que los espectadores se descubren y se reconocen gracias a sus contrapartes escénicas y aplauden la novedad: su tránsito de paisaje divertido a protagonistas del país.

Según este autor, durante el siglo diecinueve, el mexicano de la clase popular mexicana era retratado en afiches costumbristas como tipos despreciados y apartados (los estereotipos eran los campesinos y los indígenas en espacios culturales relegados). La Revolución Mexicana y su sentido nacionalista, da relieve a esos espectáculos que concentraban masas y a partir de 1911, los que antes estaban aislados, se unen al entusiasmo nacionalista y se convierten ya no en tipos, sino en arquetipos entusiasmantes.

El público y la carcajada colectiva encuentran en estos espectáculos del siglo veinte autocomplacencia al asomarse a una reducción humorística de sus días y quehaceres. Los estereotipos en el espectáculo de aquella época citados por Carlos Monsiváis eran: gendarmes de enormes bigotes, borrachitos de pulquería, amantes desdeñados, rancheros anhelosos de refinamiento, gachupines de taberna, peladitos, elegantes del porfiriato, indios de Xochimilco, extranjeros (estos pueden documentarse en el cine de las primeras décadas del siglo veinte, sobre todo en la década de los treinta).

“A esta primera cultura popular urbana la arma una decisión nacionalista: con esto contamos, éstos somos y de este modo hablamos” (Ibíd. p. 100). Paralelamente, desde el teatro se critica a la política mexicana como apéndice de la agresión reaccionaria. Esa carga difamatoria estará ahí pero terminará

³ Se entiende por Teatro de revistas al subgénero dramático de la comedia que se desenvuelve en un espectáculo que combina música, baile y sketches. Destacan los escenarios eróticos en los que se involucra al elenco femenino, además de no tener ninguna profundidad dramática. Fue muy popular en diferentes países a finales del siglo XIX y principios del XX. (Definición de *Theatrical Revue*. *Victoria and Albert Museum* 2012. Disponible en <http://www.vam.ac.uk/content/articles/t/theatrical-revue/>).

disolviéndose con la anécdota risible, indirecta, de humor negro, ya que finalmente la risa es la liberación de lo socavado.

El humor y la burla a la cotidianidad y a la política nacional, así como al contexto en el que se vive, son elementos que persistirán en las anécdotas de las películas a analizar en este trabajo de investigación más adelante, por lo que es importante no dejarlos de lado.

En una carta escrita el 10 de noviembre de 1935 por José Clemente Orozco al poeta guatemalteco Luis Cardoza y Aragón (en Monsiváis 1983), el pintor reconoce la importancia de las artes populares -en específico del teatro- en la formación de la cultura popular. Señala que el teatro de Luis Beristáin, Amparo Pérez, la Rivas Cacho y tantos más "servían" a las masas auténticas obras proletarias de una originalidad inigualable. En las representaciones lo que menos importaba era el guión o la música, pues lo esencial era la interpretación, la improvisación y la compenetración de los actores con el público, formado éste de boleros, *chafiretes*⁴, *gatas*⁵, *mecapaleros*⁶, auténticos proletarios en galería, rotos, catrines, militares, prostitutas, ministros e intelectuales de luneta.

Según Monsiváis, esta empresa cultural (en el sentido antropológico) tiene una característica fundamental: la habilidad de proporcionales a proletarios y lumpen⁷ lo que sólo la indiferencia ante los pelotones de fusilamiento, los campos de batalla y las tomas de ciudades habían podido adjudicarle a los ejércitos campesinos: voz e imagen nacional. Tal presentación en sociedad se arma con estrépitos y furias relajientas.

⁴ *Mex. despect.* Chófer.

⁵ *Mex. despect.* Empleada doméstica.

⁶ *Mex.* Cargador que usa una faja con dos cuerdas en los extremos que sirve para llevar carga a cuestras, poniendo parte de la faja en la frente y las cuerdas sujetando la carga.

⁷ Carlos Monsiváis utiliza este término para referirse a la capa social más baja.

Retomando la carta de Orozco, se señala que uno de los lugares más concurridos durante el huertismo fue el teatro “María Guerrero” conocido también como “María Tepache” en las calles de Peralvillo. Eran los mejores días de los cómicos Beristáin y Acevedo, que crearon ese género chico. El público era heterogéneo: lo más soez del “peladaje” se mezclaba con intelectuales y artistas, con oficiales del ejército y de la burocracia, personajes políticos y hasta secretarios de Estado.

Orozco refiere en su crónica que la concurrencia se comportaba peor que en los toros: tomaba parte de la representación y se ponía al tú por tú con los actores y actrices, insultándose mutuamente y alternando los diálogos en tal forma que no había dos representaciones iguales a fuerza de improvisaciones. Desde la galería, caían sobre el público de la luneta toda clase de proyectiles, incluyendo escupitajos, pulque o líquidos peores, y a veces, los borrachos mismos caían sobre los concurrentes abajo. Puede fácilmente imaginarse qué clase de obras se representaban entre actores y público. Las leperadas estallaban en el ámbito denso y nauseabundo y las escenas eran frecuentemente de lo más alarmante, sin embargo, había mucho ingenio y caracterizaciones estupendas de Beristáin y Acevedo, quienes creaban tipos mariguanos, presidiarios o gendarmes maravillosamente.

En ese contexto, de ese caos brota la cultura popular urbana, el público que se vería representado en la pantalla de cine o en el escenario se siente animado por el espíritu festivo, por lo grosero, lo vil, la agresión física y verbal, por la teatralización del habla citadina hasta entonces socialmente muda. Las “malas palabras” –asegura Monsiváis- son gramática esencial de la clase y la descripción del hombre en el cosmos porfiriano corre a cargo de la pobreza idiomática, instrumento defensivo que se intuye apto para la contienda, para ahuyentar a los “mirones” de las clases medias y la burguesía. Durante un breve lapso, al eliminar la Revolución armada la censura, el albur, el juego verbal obsceno, se instala enardecido y se alía con el mensaje político en la tarea de cohesionar y vivificar con pareja intensidad a la audiencia. El espectáculo teatral se convierte en un

carnaval que “reconoce en los genitales (en su mención belicosa, en la vulgaridad como técnica de conocimiento) a los cimientos de la vida popular, al orden del porfiriato, su pudor y su hipocresía sexual, sus cortesías acendradas, refinamientos gálicos y delicioso extranjerismo, lo popular opone, para existir, lo ‘soez’ y lo ‘obsceno’. El juego escatológico de palabras es un personaje escénico que es aspiración de singularidad” (Ibíd. p.101).

La explicación a lo anterior se centra en que –según el autor mexicano– del virreinato al porfirismo, el cuerpo humano se ha visto como algo sórdido y clandestino (la tradición del ocultamiento), comparable con lo que Mijail Bajtin describe sobre la imagen del cuerpo en la Edad Media y en el Renacimiento: dichas edades irrumpen la mitad inferior del cuerpo, el *abajo* humano. En México, en la década del diez, dice Monsiváis, durante la mínima cesación de facto de la moral tradicional, el cuerpo regresa para desplazar al espíritu idolatrado que confinó en prostíbulos y en descargas de humillación carnal todas las autenticidades, incluso la del habla. El sexo corresponde a las zonas prohibidas del lenguaje. Ese abajo y ese lenguaje resultó la genuina y descarnada avalancha de una cultura popular fortalecida, en principio, por realidades elementales: el culo, los testículos, la vagina, el vientre, los excrementos, los pedos, etc. En el teatro, las glorias del abajo se ven coreadas homéricamente por la galería y el sexo es siempre alusión vindicativa, relato de hazañas transcurridas o inminentes.

Aunado al humor y a los chistes políticos, el “destape” sexual será pieza clave para la interpretación de los textos fílmicos de esta tesis, ya que es otro de los elementos siempre presentes y característicos de dichas cintas, aunque cabe señalar que no fue un elemento constante a lo largo del siglo veinte, de hecho en la década de los años setenta se dio un nuevo “destape”.

La cultura popular urbana en las décadas del veinte y treinta: El baile, el salón, el cine y la canción

Desde un paternalismo generoso –según Monsiváis- se intenta la convivencia de alta cultura y cultura popular; para Vasconcelos, alcanzar a las masas es tarea posible y deseable: “si la literatura es privilegio de la élite de una sociedad de analfabetos, la ubicuidad súbita del muralismo les ofrece a los espectadores de la Ciudad de México una relación rápida con la pintura, así sea a través de opiniones burlonas y reprobatorias” (Ibíd. p.103). Con la designación de “monotes” ingresa el muralismo –la primera vivencia popular de arte público o privado- al acontecimiento masivo, lo que también es posible gracias a la personalidad tan insultante como gratificante de artistas que, como Rivera, Orozco y Siqueiros se convierten en cultura popular antes que su obra.

Carlos Monsiváis cuenta que durante la década de los treinta, las carpas⁸ y los salones de baile⁹, eran los sitios preferidos para la masa *clase mediera* en el Distrito Federal (en provincia, las condiciones son distintas y continúa imperando el sentido clerical de las diversiones para familias). Es así como esta clase popular goza en el festejo de “la mala palabra” y disuelve momentáneamente sus códigos vigilantes y rígidos. El cómico de la carpa se apropia de chistes ligeros y los representa no tanto con el ingenio verbal (adecuado estrictamente a las calidades culturales del público), sino mediante la síntesis extraordinaria del manejo corporal de sus espectadores, obedeciendo a la ley internacional: el cómico debe resumir las características de los tipos y tendencias sociales, con la exageración paródica de sus gestos y movimientos. Lo anterior confirma lo expuesto previamente respecto al trabajo del actor –en este caso el cómico- comparable con el trabajo del etnógrafo: debe conocer los códigos de la cultura a la que pertenece para poder reproducirlos, y en este caso, exagerarlos.

⁸ Especie de circos muy precarios, instalados en terrenos baldíos y de donde más tarde surgen muchas de las grandes estrellas del teatro, el cine y la televisión.

⁹ Donde se podían escuchar orquestas danzoneras.

Uno de los cómicos icónicos de la cultura popular mexicana, que tiene sus orígenes en las carpas, es Mario Moreno “Cantinflas”, quien encarnará al “peladito” y con él institucionalizará al primer estereotipo importante del lumpen mexicano con las siguientes características: un modo peculiar de caminar, con un contoneo marcado; un repertorio de gestos exagerados; incoherencia risible del lenguaje (lenguaje cantinflesco); además de la caracterización física como el escaso bigote (más típico de un indígena que de un español), el sombrero y el pantalón caído por debajo de la cintura, el cual ya era un lugar común en el cómic¹⁰. Según Monsiváis, todas esas características abundan en la calle, en la carpa y en los salones de baile. “Lo novedoso es la mezcla y la artesanía del disparate (el fracaso de la elocuencia) que anuncia –con oraciones interminables y truncas- la mentalidad francamente urbana” (Ibíd. p. 103).

Esta comicidad y la formación de estereotipos actúa poderosamente en la consolidación de actitudes urbanas, cuya primera regla constitutiva es el apego a la sobrevivencia física, porque el humor capitalino –plantea Monsiváis- se centra en los métodos para sobrevivir o desaparecer del mundo áspero y difícil de una gran ciudad.

Los salones de baile

Como ya se ha mencionado, uno de los espacios donde convergen los miembros de la cultura popular y la dan forma a ésta son los salones de baile, los cuales fueron muy populares en la capital mexicana desde los años veinte hasta finales del siglo pasado, debido a la gran concentración de músicos, bailadores y salones. Los géneros más populares en cuanto a música han sido el danzón y la

¹⁰ En el año 1934 el caricaturista mexicano Jesús Acosta Cabrera inició la publicación en el periódico El Universal de una tira cómica con un personaje estrafalario como protagonista llamado “Chupamirto”. Poco después el cómico Mario Moreno Reyes comienza a interpretar un personaje muy parecido al de la tira cómica, al que le pone el nombre de “Cantinflas”. *Ver también “Don Lupito” Mamerto y sus conocencias”.

música tropical, géneros que por su origen¹¹ remiten a las clases populares, que por la forma de bailarse contraponen la razón de la cultura dominante al instinto salvaje y falta de control de la cultura popular, y los salones de baile y los carnavales serían las únicas zonas de tolerancia para la lumpenización.

Carlos Monsiváis relata en una de sus crónicas que el 20 de abril de 1920 se inaugura en la calle Pensador Mexicano de la colonia Guerrero el famoso Salón México que al encumbrar el danzón, baile de explotación sensorial, estilo sexual en sí mismo, y socialmente aceptada y reconocida la fusión de los cuerpos, cambia el *approach* erótico en los barrios. Al principio, el Salón México es un sistema de castas con sus tres pistas de baile para las correspondientes clases sociales: “la mantequilla” (clase social más lata), “la manteca” (clase social media) y “el cebo” (clase más baja). En los veinte, las variedades de la moda dancística, antes confinadas a la clase dominante alcanzan por vez primera a las masas a través de los campeonatos anuales de tango, pasodoble, polka y vals.

No obstante el desprestigio de los salones de baile, asistir a uno era todo un ritual lleno de exigencias: “el traje y la corbata, aún en los más modestos, suelen ser obligatorios. De eso se trata, de ejercerse como miembro de una sociedad con reglas estrictas, así, en la década de los treinta, nos hallemos con el todavía no mitificado ‘arrabal’ y el todavía no exaltado ‘barrio’” (Ibíd. p.104). El asistente al salón de baile se expondrá al escrutinio y deberá seguir las reglas del juego contenidas en el espacio social de las clases populares pero dictadas por las clases dominantes: ir bien vestido y ser original al bailar.

Por otro lado, Monsiváis afirma que la cultura popular urbana es el primer elemento cohesionador de la recién existente sociedad nacional del siglo veinte, ya que al irse desintegrando los regionalismos y localismos, la élite insiste en sus aportes consolidadores para negar este proceso: un lenguaje enaltecido y prestigiador, el ánimo de salvar una tradición y el desánimo irritado ante las

¹¹ Origen cubano, colombiano o puertorriqueño.

nuevas demostraciones del gusto y la sensibilidad del populacho. Para este autor, la cultura forma parte de las instituciones represivas que, a quien no goza de sus beneficios, le ratifican a diario la noticia aplastante: tu ignorancia es el principio y el fin de tu inmovilidad social. Los dueños autoproclamados del humanismo y el temperamento clásico sólo por frivolidad o condescendencia se enteran de lo que sucede en las márgenes. ¿Cómo si no? Aceptarle a las masas méritos de cualquier índole es recortar distancias y disminuir el peso de la intimidación.

El cine y su influencia en la cultura popular

En el segundo capítulo de esta tesis se desarrolla brevemente la historia del cine mexicano para contextualizar el objeto de estudio, es decir, las sexicomedias de la década de los ochenta. No obstante, en este apartado aparecen algunas influencias del cine sobre la conformación de la cultura popular urbana, como lo refiere Monsiváis:

“A través de los estilos de los artistas o de los géneros de moda, el público se va reconociendo y transformando, se apacigua, se resigna y se encumbra secretamente. Esto, decisivo en la capital donde una clase media en ascenso y en expansión usa el cine como elemento aprovisionador y armonizante (la reconciliación con lo típico y con lo pintoresco que podían subrayar demasiado los modestos orígenes), en la provincia, donde el cine de Hollywood –por razones de captación y comprensión culturales- no constituye poder determinante, fue definitivo. Tal sujeción al modelo cinematográfico alcanza su esplendor a fines de los cuarentas en el personaje y la serie de Pedro Infante” (Ibíd. p.106)

El país -y la masa que conforma la cultura popular urbana- necesita bases comunes, lazos colectivos, iconos de identificación, nuevos ídolos además de los religiosos. Es entonces cuando –según Monsiváis- el cine y la radio (la XEW inicia sus transmisiones en 1930) se anticipan a la televisión en el otorgamiento de esos vínculos y se presentan como factores irremplazables de unidad nacional. La

política lo había sido todo durante la época de la Revolución Mexicana, realidad e irrealidad; ahora los sonidos y las imágenes compartidas del canto, del amor o del humor generan otra vivencia colectiva, distinta (aunque jamás ajena) a los hechos del poder y la explotación. Hay un sólo decreto, es decir, un único “gusto popular” que dictamina cómo deben ser las manifestaciones sentimentales, la práctica y exaltación demagógica, la visión del mundo, la convivencia con los demás, el relajo con los cuates, *la última noche que pasé contigo* y *el rencor apasionado*; “el cine y la radio van distribuyendo los reflejos condicionados, la exacta y obediente salivación” (ibíd. p. 106).

¿El objetivo? Crear un país, un país teatralizado (o por lo menos eso piensan los encargados de esta homogeneización) –y años más tarde telenovelizado-. Los actores homogeneizantes trabajan sobre materia virgen, no hay punto de vista unificado porque no hay todavía una sociedad de consumo, y por lo tanto urge interiorizar y concretar perspectivas. Lo primero, dicen los encargados del negocio, es suprimir el juego de ideas. ¿Cómo lo hacen? A través de los medios homogeneizantes, como lo es el propio cine.

Monsiváis señala que desde los años treinta el cine mexicano, pese al impulso cardenista, funciona mayoritariamente como sucesión de refrendos de la moral porfiriana, inventario general que excluye oficialmente la política, la pobreza extrema, la crítica social y la sexualidad abierta. Esta ideología despolitiza y reprime; le infunde a su espectador las escalas valorativas directas: *sigues viviendo en un país temeroso de Dios, sigue estando vigilada tu propiedad, sigue siendo divertido tu lenguaje y gracioso tu trato*. Antes del cine, -según Monsiváis- las educadoras oficiales han sido la Iglesia y la Historia (ésta última entendida como lo opuesto a la Iglesia y como sinónimo de Progreso). Anteriormente, el mexicano se ha ido educando en el ámbito guadalupano, en el ámbito de la represión, de la rigidez y lo estricto. O, por el contrario, se ha educado en el de la Historia, en el espectáculo bravío de los héroes, las batallas, las victorias y las derrotas y la demagogia y el sueño de usurpar el lugar del patrón.

La canción popular

Un lugar recurrente –y un testimonio- de la cultura popular es la canción popular. Según Monsiváis, la canción popular tiene sus orígenes cuando, durante la colonia, ocurre el abandono de la música indígena y el desuso de sus instrumentos: la chirimía, el teponaztli y el huéhuetl. Ello por los usos ceremoniales que tenían. En un principio la música sacra se adueña del campo, mientras la música popular se desarrolla paulatinamente con la aparición del corrido a finales del siglo diecisiete. A mediados del siglo dieciocho cobran importancia las pulquerías, precedentes de las cantinas, condenadas por la Iglesia que las veía como “tugurios demoníacos”. Éstas tenían la función de promover la música popular –en aquella época los sonos-. Más tarde, las guerras de independencia traen consigo la reaparición triunfal de los ritmos relegados y la llegada de los ritmos europeos y la ópera italiana (principal influencia de la música culta mexicana en el siglo diecinueve). Hasta entonces la música sacra lo había sido todo y a la música popular se le condenaría por ínfima, deleznable y digna de la peor especie de gente.

De esta manera, en el siglo diecinueve se desarrolla a la par el gusto por los romances y corridos. De 1911 a 1920 el trono es para el corrido. La Revolución Mexicana adopta al corrido, lo renueva y lo enaltece subrayando su incitación bélica. Lo vuelve servicial e informativo.

Y así como el cine dio a luz a un Cantinflas, más tarde la música popular parió a un Agustín Lara, un músico y poeta romántico al que “no le importa tanto la musicalidad de sus letras como la conjunción de su figura y leyenda (cultura popular en grado de desenfreno) con lo abrumadoramente artístico” (Ibíd. p. 109). Algo curioso –y cómico- que menciona Monsiváis es que Lara nos enfrenta a las dificultades del Kitsch, ya que en una sociedad donde el mal gusto es todo el gusto disponible, no existen los contrapuntos nacionales que lo ubiquen. “La técnica de Lara de idolatrar a las mujeres no es sino la antigua estrategia de volver abstractos a los objetos de uso y placer” (Ibíd. p. 109).

Con Lara, desde principios de los años veinte hasta mediados de los cincuenta, el bolero (o canción romántica) se convierte en un condicionante formativo: así se debe reaccionar en caso de enamoramiento absoluto o éstas son las frases a emitir cuando el objeto de deseo te abandone, dice Monsiváis.

Asimismo, en la década de los treinta cobra auge la música ranchera, ayudada por la comedia ranchera en el cine (recuérdese “Allá en el Rancho Grande”) y por la recaída que sufre el nacionalismo cultural, por lo que se recurre al pintoresquismo.

La cultura popular capitalina de 1930 a 1950:

El esplendor del cine y el pueblo reflejado en la pantalla grande

Carlos Monsiváis narra que esta es una etapa fecunda de la cultura popular urbana ya que es el principio hegemónico de la industria cultural. El 18 de septiembre de 1930 se inaugura la XEW, empresa de Emilio Azcárraga Vidaurreta. La radio perfecciona y difunde masivamente lo ya contenido en la canción y el teatro frívolo de revista: la idea no de nacionalidad sino de las formas de (re)sentirla. Antes que el sentimiento de nación, se configuran sus respuestas típicas, estímulos pavlovianos que el mariachi, por ejemplo, desencadenará. Todos saben cómo reaccionar ante el primer acorde de un mariachi, pero pocos saben lo que significa.

El repertorio de la XEW es variado: tenores, sopranos, conjuntos norteños, guitarristas, marimbas chiapanecas, orquestas típicas, cantantes de ranchera, violinistas y pianistas. Todo un mosaico de manifestaciones para todos los gustos, populares y no populares que más tarde se popularizarán. Para Monsiváis, “el pueblo se va agregando a la sociedad a través de su recepción pasiva e idolátrica de los medios masivos. El principio de tal incorporación es de índole emocional: *quiero sufrir para pertenecer*” (*Ibid. p. 113*). Ahora lo “mexicano” corre a cuenta ya no de acciones políticas sino de canciones, radio, cine, teatro de revistas y sobre todo ídolos. Se advierten –afirma Monsiváis– las posibilidades

comerciales del Distrito Federal con sus barriadas y sus arquetipos, su habla desafiante y virulenta. Pronto será el cine el que ofrezca la primera mitificación de la capital, desarticulando en su interior cualquier propósito de autenticidad. En el cine se inventa la otra ciudad, el comportamiento del peladito, la vida en las vecindades y se configura un nuevo lenguaje. Cantinflas es la presentación en sociedad de la pobreza extrema como detalle pintoresco que le da variedad al paisaje citadino.

Monsiváis señala que el periodo de 1930-1950 tiene un centro de gravedad: el melodrama cinematográfico. El cine produce mitos, decide modas y estilos de comportamiento, introduce la feminidad a través de María Félix o la visión simpática del pueblo gracias a Pedro Infante o la noción del hombre maduro merced a los buenos servicios de la voz de Arturo de Córdova. Y eso para el autor mexicano está bien, mientras no se pierda de vista que al melodrama todo se lo debemos y que su proceso de catarsis al mayoreo (con descargas emocionales aptas para todo público) es la clave del entendimiento familiar de la realidad.

Otros aspectos del periodo 1930-1950 influyentes en la conformación de la cultura popular urbana.

a) Se consolida el fútbol soccer como elemento primordial de la vida cotidiana.

b) Dos grandes influencias combaten en esta etapa: La penetración cultural (adopción de modas y estilos de entender realidades¹²) y el deseo de crear tipos nacionales (la ambición de elevarse estéticamente en el cine –El Indio Fernández y Gabriel Figueroa- y abandonar lo que entonces todavía no

¹² Por ejemplo la comedia ranchera, las películas de charros que no son una forma de resistencia al colonialismo sino la más puntual y rendida imitación de las comedias de cowboys. Jorge Negrete deriva de Gene Autry, refiere Monsiváis.

se conoce como cultura popular que se apoya en la decisión de conferirle al melodrama las proporciones de tragedia griega.

Aparecen diversas parejas de la cultura popular derivadas del melodrama tradicional: la virtud (el campo)/la maldad (la capital); el pasado virtuoso (la prostituta generosa)/la decencia malvada (la señora de sociedad); el humor (el peladito)/su aceptación risueña (la gente decente); la honradez (el obrero sincero)/ la perversidad (el aristócrata holgazán); el sufrimiento (la madre)/el cinismo (el hijo desobligado).

c) Al requerir el gobierno de Ávila Camacho de la despolitización programada, el cine se ofrece para sustituir el vacío político: el PNR (hoy PRI) se encarga de la práctica, el cine –como en su turno la televisión- de la teoría. He aquí algunas características de esta ideología para las masas:

1) Chantaje sentimental basado en las premisas: el pueblo siempre tiene la razón mientras esta razón sea abstracta y declamatoria; los pobres siempre son mejores que los ricos, aunque los ricos siempre tienen en el fondo buen corazón; es preferible vivir feliz y en la pobreza, que millonario en la soledad; la imagen ideal de lo popular es un galán cantante y su fiel escudero; el pueblo es bueno y combatió la Revolución porque deseaba mejorar su vida, pero no es vengativo ni cruel cuando está sobrio. Este populismo indigente exalta e inventa la masa, la despoja de asomo de violencia justa. (Lo prepara para ser un espectador pasivo de la realidad).

2) El fetichismo, uso sacralizado de símbolos que se extienden hasta desdoblarse en tradición instantánea. Juegos icónicos: el sombrero de charro simboliza la adoración del machismo o de la aristocracia campirana; la sotana es anticipo de bondad y concordia, etc.

d) Un resultado distinguido de las campañas de alfabetización: las masas desertan de su universo pre-mcluhaniano¹³ para sumergirse en la biblioteca de Babel a su alcance: los cómics o historietas de monitos. En la década del diez se inician los “servicios”, las importaciones de cómics norteamericanos convertidos de inmediato en necesidad periodística. Pronto, urgen contribuciones nativas y las primeras historietas mexicanas –con nombres tan autóctonos como “Don Lupito”, “Mamerto y sus conocencias” y “Las aventuras de Chupamirto”- hallan su sentido en el festejo de lo pintoresco (el rancho recién vecindado en la capital, el pelado) que interpretan como conquista popular. Desde el principio, se resuelve el posible dilema de originalidad: la diferencia con el cómic norteamericano le dará la intensificación localista de indumentaria y de lenguaje. No hay otra cosa: o se exagera el habla y el vestido o se quedará siempre a la zaga de los competidores extranjeros, mucho más hábiles en el despliegue de personajes y la fabricación de anécdotas graciosas. En la prosecución de esta línea, el cómic mexicano producirá tres obras maestras: “Los supersabios” de Germán Butze, “Los superlocos” y “La familia Burrón” de Gabriel Vargas.

El periodo 1950-1970: Apocalipsis televisivo

Esta etapa se destaca por la norteamericanización cultural. El aparato gringo de penetración ideológica ya no afecta sólo a las élites; ahora es aceptado discreta y sólidamente por el Estado e incluye a sectores enormes. El punto de arranque: la instalación del primer canal de televisión (el 4) en septiembre de 1950 con la sintomática transmisión del Cuarto Informe del presidente Miguel Alemán.

¹³ Es decir, antes de los medios de comunicación masiva (tele, radio y cine). Herbert Marshall McLuhan fue un filósofo canadiense del siglo veinte que se ocupó del estudio y reflexión sobre el impacto de los medios de comunicación a escala global. Acuñó el término “Aldea global” para describir la interconexión humana a escala global generada por los medios electrónicos de comunicación.

El 21 de marzo de 1951 se estrena el canal 2. Según Carlos Monsiváis, en sus inicios, la tele atrae por los espectáculos (los toros, el fútbol, las mañanitas del 12 de diciembre en la Basílica) y –a imitación de la radio- por su atenta docilidad a lo que triunfa en Estados Unidos: programas de “animadores” (Paco Malgesto imitando a Ed Sullivan), lucha libre, teleteatros (que derivarán en la institución de las telenovelas), shows folclóricos y series seudofilantrópicas (también con vigencia hasta la actualidad) como “Reina por un día”. Parece que el inicio de la televisión fue ayer o encontró tan rápido la fórmula de enajenación que se perpetuó.

Las reglas del juego se conforman y la televisión comercial va cumpliendo sus encomiendas. Monsiváis las enlista: divulgación y exaltación del colonialismo cultural, distribución de los esquemas de consumismo, ordenamiento de modas, creación de ideas sociales sobre la niñez y la adolescencia, protección de la familia, reverencia del poder, odio a lo diferente.

“Si la influencia de la TV es internacional, la variante local es el desplazamiento de las nociones de ‘identidad nacional’ y del centro rector de las ideas de ‘tradición’ y ‘pertenencia comunitaria’, que ahora se concentran crecientemente en la zona intermedia de la televisión, la radio, el cine, los discos y la prensa. Intensifica su oportunismo y su vaguedad la política cultural del Estado y es desmedro de la alta cultura se acrecienta. La TV forja desprestigios y determina la falta de prestigios” (Ibíd. p.116).

Se unifica el lenguaje nacional gracias al repertorio de los locutores, narradores y periodistas deportivos; gracias a los estereotipos del melodrama por radio, televisión y cine; gracias a la publicidad demagógica del PRI; gracias a las frases recurrentes de los cómicos (¡y esto cómo ha permeado! Casi se puede asegurar que no hay mexicano que no repita alguna frase de Cantinflas, Capulina, Paco Stanley, Chespirito, Eugenio Derbez, Resortes o algún otro cómico televisivo. Y sí, por muy abyectos que sean, hay que mencionarlos). La televisión

se convierte entonces para Carlos Monsiváis en el nuevo cordón umbilical de la sociedad mexicana: “identifíquese como mexicano, vea el canal 2”.

La clase media y baja de la capital mexicana se convierte entonces en un mercado cautivo. Muchos de la clase lumpen –afirma Monsiváis- viven de las actividades periféricas de las clases medias y su situación se refleja en la música que escuchan, los entretenimientos que persiguen, la autodeprecación y la atmósfera rencorosa que caracteriza a su lenguaje, así como las películas y telenovelas a los que se someten sin cesar. De cualquier modo, “se le ofrece al mexicano una imagen de sí enraizada en la pasividad (o en la inferioridad) y en la servidumbre ante los representantes del orden imperante” (Ibíd. p.117).

La Ciudad de México, con su mosaico de desigualdades de clase, se enfrenta a la creciente amenaza de las “hordas depredadoras” de la periferia. A las clases dominantes les interesa extender su aparato ideológico para que ningún grupo o individuo quede fuera de la unidad cultural de Nación. Para ello se sirve de los medios de comunicación (a falta de educación), los cuales sirven a un propósito directo: popularizar las explicaciones de la clase dominante (y cabe recordar que la televisión llegó hasta las zonas más marginadas de la capital). Y la consecuencia es el consumismo desenfrenado:

Numerosos antropólogos lo han reiterado: los pobres urbanos aspiran no a una identificación proletaria sino a un futuro de consumidor. Su conciencia de clase se evapora y se trueca por una suerte de “conciencia consumista”, de instintos fundamentalmente adquisitivos y competitivos. En lo básico, la red de instituciones de la industria cultural funciona para movilizar el apoyo popular no tanto hacia las instituciones políticas, como hacia instituciones, mitos y prejuicios sociales, hacia la estructura misma del clasismo (Ibíd. p. 117).

Es así como los medios masivos actúan provocando el cierre de filas en torno a una sola ruta ideológica. Para ello, -explica Monsiváis- desbaratan o clausuran las demás corrientes en el espacio donde la sociedad de consumo se

encuentra con la sociedad tradicional. (Un ejemplo es la mirada europea que se le da en la televisión a las culturas indígenas: se les ve como algo ajeno y exótico).

El Estado no logra sustentar las proposiciones de la cultura dominante, pero aprovecha el descontrol de los medios de comunicación, sus productos y el consumo para complementar sus técnicas de dominio (destrucción de la imaginación crítica, organización de un saqueo y un enloquecimiento semántico permanente, etc) con la nueva concepción de la cultura forjada por los mass media (idolátrica, reverencial y superficial) de las clases medias.

De acuerdo a esto, -según Monsiváis- los cambios de los últimos años son devastadores:

- a) El estancamiento y la merma de una concepción de la alta cultura, gracias entre otras cosas a su incapacidad de asimilar formas populares porque “contravienen la esencia” del trabajo cultural;
- b) la desconfianza creciente de varios sectores sobre los efectos milagrosos de la educación. Eso se corresponde con la fe todavía incontenible en el título universal como máxima realización;
- c) el auge del antiintelectualismo como explicación machista de la realidad, miedo ante la influencia de la crítica y apego al entendimiento tradicional de la política;
- d) religión de la cultura como idolatría que neutraliza cualquier riesgo de uso subversivo del conocimiento;
- e) el tono autoritario que homogeneiza sectarismo de izquierda, intolerancia de derecha y elitismo aristocratizante en el mantenimiento de la misma premisa: “lo que a mí no me importa, no existe”;
- f) la relación dogmática entre la mayoría de los detentadores oficiales o públicos de la cultura y su audiencia potencial o real;
- g) los vínculos estructurales de la cultura con un poder que asimila, reprime, corrompe;

h) el sexismo, el machismo como entendimiento de la vida cotidiana;

i) desaparición de un número considerable de las culturas dominadas que, ante el vigor de los medios masivos y la imposibilidad de seguir generando estímulos internos, tienden a desistir de sus premisas para aceptar con docilidad y entusiasmo la cultura dominante.

j) el auge del marxismo que desplaza en las universidades a la alta cultura tradicional aunque, al respecto la izquierda no ha desarrollado debidamente una política cultural y, por lo mismo, su vía alternativa más visible sigue siendo la de un anacrónico sectarismo, hijo obediente del resentimiento social y el realismo socialista. En medio del estallido de ofertas culturales, no se presentan todavía las perspectivas de acción orgánica para la cultura popular de resistencia.

En este entramado complejo del que se ocupa esta investigación, es imprescindible comprender la evolución del teatro, la canción popular, el cine, la radio y la televisión, así como de los espacios públicos para el espectáculo, el entretenimiento y las relaciones sociales en la capital del país durante el siglo veinte, ya que con este breve recorrido se podrá dar cuenta del origen, desarrollo, repercusiones y formación de estereotipos de la cultura popular y la cultura de masas a analizar en los textos fílmicos de esta investigación, así como de las posibles finalidades ideológicas de la (re)presentación de dichos clichés.

1.3 Cultura de masas y cultura de consumo

Como se ha visto en el apartado anterior, los grupos dominantes, al ver que podían congregar y controlar al pueblo por medio del espectáculo, se dedicaron a crear –al menos en nuestro país- una gran empresa para tener bajo control ese terreno. En teoría¹⁴ estudiaron al pueblo y a lo popular para (re)presentarlo en las carpas, en la música, en las canciones, en el cómic, en las

¹⁴ Se dice que “en teoría” porque cabría la duda acerca del verdadero estudio del gusto de las clases populares.

pantallas de cine y televisión. El público antes ignorado, se identificó y se sintió incluido. De esta manera, se condicionó y se homogenizó el comportamiento de la masa popular y se creó una nueva cultura. Evidentemente, para capitalizar y perpetuar -a la manera padre-hijo- esta transmisión cultural, se recurrió a una cultura de consumo para las masas.

Pero, ¿qué es la cultura de masas? Este término podría ser engañoso, pues debería llamarse “cultura para las masas”, ya que –según Mateu Cabot (2011)- la cultura o el arte popular de la época precapitalista “asciende espontáneamente desde las masas”, mientras que la actual “cultura de masas” es una “cultura para las masas”, pero no surgida de ella, sino de los intereses de los propietarios de los medios de producción.

Por masa se entiende muchedumbre o conjunto numeroso de personas¹⁵; o bien, agrupación numerosa de personas o cosas, generalmente indiferenciada¹⁶. Como lo ha explicado Monsiváis en el apartado anterior, esa muchedumbre se reunió perdurablemente so pretexto del espectáculo y del desarrollo de las tecnologías de comunicación. Es de esta manera que surge la cultura de masas: como una industria cultural que incluye a los medios de comunicación audiovisuales, gráficos y editoriales, y cuyo propósito es poner al alcance de todos los receptores (de la masa) contenidos de asimilación simple y superficial.

De esta manera, -explica Umberto Eco¹⁷-, la forma de pensar, de divertirse y de imaginar de las clases populares es inducida por los medios y responde a la forma de pensar de la clase dominante: *vas a pensar de determinada manera para tenerte bajo control*. En este sentido, los medios proponen situaciones que poco o nada tienen que ver con la realidad de los consumidores. Si se piensa en las sexicomedias del cine mexicano, es evidente

¹⁵ Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Vigésima Edición.

¹⁶ Según el Diccionario electrónico del diario español *El País*

¹⁷ En su texto “Apocalípticos e integrados”, donde ofrece visiones pesimistas y optimistas respecto a la cultura de masas.

que los estereotipos ahí planteados son meras caricaturas de los que se cree que es un *naco*, un *chilango* o un *tepiteño*, pero que está alejado del patrón de comportamiento constante de cualquier capitalino. Si bien hay elementos cotidianos tomados de la realidad, como el lenguaje, los gestos, la manera de caminar, las relaciones sociales y los espacios públicos de esparcimiento, el comportamiento que ahí se muestra está exagerado para convertirlo en una fantasía.

Sobre lo anterior, el investigador Galindo Cáceres comenta:

Los aparatos de difusión de masas convierten la ideología de la clase dominante en la principal ideología dominante del conjunto social. Los medios de comunicación producen, transmiten e inculcan colectivamente las diversas ideologías dominantes y sus subconjuntos ideológicos, que requieren las distintas clases y fracciones de clases, nacionales y extranjeras, para consolidar a partir de sus respectivos mecanismos y proyectos de fetichización de la realidad, sus múltiples programas de acumulación de capital. Se trata de producir la armonía social que requiere la dinámica de conservación de la formación capitalista, según sea el grado de consolidación en que se efectúa dicha operación. Los medios masivos de comunicación se han convertido en poco tiempo en las principales puntas de la hegemonía de las clases en el poder. Como aparatos ideológicos tienden a construir dos áreas de la influencia básicas: la del poder civil vía la publicidad y el consumo; y la del poder político, vía la propaganda y la idea de unidad y el orden sociales. (Galindo 1992: 104).

Ahora bien, ¿cómo se da la relación público-medios masivos? Algunos autores como McLuhan o Adorno han reflexionado acerca del impacto positivo y negativo –respectivamente- que han tenido los medios sobre el receptor. Cuando se habla de medios de comunicación masiva, muchas veces vienen a la mente los inventos del siglo veinte, como el radio, el cine y la televisión. Sin embargo, ambos autores han hecho análisis del impacto de los medios hasta cuatro siglos atrás,

cuando la imprenta –y por ende la literatura-, la música y el teatro, eran los medios de control popular. No obstante, este trabajo de investigación se centrará en el desarrollo de los medios de comunicación durante el siglo veinte en México.

Para Monsiváis (en Cifuentes 2010), la relación de los usuarios con los medios masivos es crucial, ya que cuando el receptor entra en contacto con los medios y su mensaje, se produce un significado cultural. Y esos medios, al integrar a los sectores más aislados de la población y crear ídolos, provoca que el público se reconozca, se transforme, se apacigüe, se resigne y se encumbre. Las salas de proyección se convirtieron en una especie de salón de clases, donde se moldeaban los comportamientos, los gestos, las modas, las frases, las sonrisas, y donde se compartían las emociones, las risas, las lágrimas y las malas palabras.

De esta manera, para Monsiváis el asistente al teatro, a la carpa, al cine y –más tarde- el espectador solitario de televisión, es receptor y al mismo tiempo reproductor y generador de significados, percepciones, valores y gustos. De allí – afirma Cifuentes- la capacidad mimética y transformadora del sujeto que es parte de la masa. Esa mimesis y transformación se da por medio de la repetición de códigos culturales, así las diferentes colectividades comienzan a poseer recursos culturales para representarse y expresarse.

Esta relación sinérgica entre público y medios conduce a la conclusión de que, en el siglo veinte, la cultura popular se convierte en cultura de masas¹⁸. En palabras de Monsiváis: “Esta cultura –la popular- emerge al convertirse la sociedad tradicional en sociedad de masas y es hecha y rehecha profundamente

¹⁸ Para Raúl Béjar Navarro, la diferencia entre cultura de masas y cultura popular estriba en que la primera busca transformar al pueblo en masa, neutralizarlo; la cultura popular, en sentido inverso, busca la transformación de la masa en pueblo. Aunque en situación de dominación, debe ser definida como “una cultura que reproduce, de manera distorsionada, los valores y las prácticas de las clases sometidas, de tal modo que les provee a estos grupos formas de supervivencia y adaptación a situaciones sociales y económicas difíciles, otorgando un sentido al mundo en el que viven. Surge a partir de las necesidades reales” (Béjar 2007:396). La cultura de masas no.

por las aportaciones tecnológicas del capitalismo: la imprenta, el grabado, la fotografía, las rotativas, el fonógrafo, el cine, la radio, la televisión, los satélites” (1994: 136).

En este orden de ideas, el hecho de que el Estado dé por “natural” y axiomática la relación cultura popular-industria cultural, es algo fatal por “la manera y los métodos en que las colectividades sin poder político ni representación social asimilan los ofrecimientos a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame filos satíricos, se divierten y se conmueven sin modificarse ideológicamente, persisten en la rebeldía política al cabo de la impresionante campaña despolitizadora” (p. 50).

Las masas parecen ser tan maleables, tan flexibles y tan dóciles –por no decir obedientes- que se rinden ante la basura ofrecida por el monopolio televisivo, que penetra a su vez en el radio, el cine y los medios impresos. Si cine de ficheras o de albures le dan, cine de ficheras y albures ve y es capaz de adaptar su cotidianidad a él para identificarse. Esto, aunque triste, es ya un hábito inconsciente del que sin voluntad todos terminan contagiándose. Se trata de una identidad nacional vil, degradada, forzada pero necesaria, persistente y sobreviviente. “Casi nada se salva de los ofrecimientos industriales”, dice Monsiváis (ibíd. p.51), pero no por ello debe darse por perdida, indefensa e idiotizada a la masa.

Todavía en la magra oferta cultural por parte de la industria vulgar, restringida al melodrama, al humor prefabricado, al sentimentalismo, a la comedia ranchera, al cine de cabaret, a los noticieros para creyentes en la desinformación, a los pornocómics, a las fotonovelas, a los narcocorridos, a las canciones de desolación autocompasiva, a los cantantes de plástico, a los concursos de baile, a los talk shows y a la exposición de vidas llevadas al extremo, -aún a pesar de todo- eso se encuentran recursos defensivos que transforman el circo en una identidad regocijante y combativa, porque debajo del espectáculo efímero y comercial que ofrece la cultura de masas a la cultura popular, está –según

Monsiváis- la lucha por el empleo y la habitación y la resistencia a la opresión múltiple. “Esencializada, la cultura popular no es la suma mecánica de los ofrecimientos de una industria, sino la manera en que una colectividad asume y asimila, transformándolos en búsqueda de derechos: al trabajo, al humor, a la sexualidad, a la vida ciudadana” (Ibíd. p.52).

A final de cuentas, lo que ofrece la cultura de masas es el espejo aspiracional del público receptor, pero al trasladar esas aspiraciones a su realidad, se tornan imposibles de concretar. Esto es fácil de observar en los textos fílmicos a analizar en este trabajo de investigación, ya que muestran un grupo masculino de clase media baja, que vive en los barrios de la capital del país. Sus aspiraciones son: escalar en la sociedad por medio de dinero y el prestigio y tener muchas mujeres exuberantes. Esto es sencillamente una fantasía, una fantasía legítima que posiblemente brinda al espectador la búsqueda de ese derecho que menciona Monsiváis al trabajo, al humor, a la sexualidad y a la vida cotidiana.

La cuestión es que probablemente habrá un mensaje oculto de adoctrinamiento respecto a la visión que tienen los aparatos de control respecto a este sector de la cultura popular: *no importa si eres pobre, feo y sin posibilidades de ascender en la escala social, siempre tendrás ingenio y buen humor para sobrellevar tu desdichada vida*. Y es que la clase popular vive para trabajar y trabaja para sobrevivir, y el trabajo enajena, produce –como refería Marx¹⁹– cansancio, pobreza, deformación, privaciones. Entonces, el sujeto necesita escaparse de esa realidad, huir, ausentarse. ¿Una manera de hacerlo? Por medio de lo que le regala la fábrica/caja de sueños: la televisión y el cine.

De esta manera surge la pregunta: ¿La búsqueda de esos derechos se queda en la simple búsqueda? Al parecer, el sistema de la industria cultural está diseñado para que así sea. Uno de los más férreos detractores de la cultura de masas (y de su implicación social y económica) es el filósofo alemán Adorno,

¹⁹ En su Primer Manuscrito XXIII.

quien la acusa de aprovecharse –y acrecentar- la debilidad del individuo con el propósito de restringir su independencia y hacerlo prisionero de los productos, de su consumo y de su posterior reproducción.

Para Adorno²⁰, la relación usuario-industria cultural se ha convertido en una relación filial, dependiente, donde cada sujeto de la masa tiene la necesidad de sentirse protegido y satisfecho por la maremágnum de ofertas predestinadas a la eterna complacencia de una “variedad” de públicos integrados a la industria (para que no se diga que no hay pluralidad y que todo es homogenización). Cada producto ofertado tiene sus propias características que lo hacen predecible y de fácil digestión para el receptor, para el cual fue creado conscientemente.

Por ejemplo, en el caso del cine de albur, la mayoría de las cintas comienzan con el mismo tipo de música (Chico Che, Pepe Arévalo o Acapulco Tropical), tienen la misma estructura narrativa, la misma estética (¿kitsch? ¿popular mexicana²¹?) y los mismos actores. Así, el espectador inmediatamente creará un universo de códigos culturales musicales, lingüísticos, gestuales, de moda, comportamiento y de rostros icónicos, con los cuales defina, clasifique y reproduzca a determinado sector de la población, y que asimismo reduzca la resolución de los conflictos cotidianos a como se resuelven ahí. Las fórmulas siempre tienden a ser las mismas, para crear estereotipos o clichés (en este caso el estereotipo del *populacho* o del *naco* que más adelante se explica), ya que – según Adorno- los clichés constituyen un elemento indispensable de la organización y previsión de la experiencia, que nos impide caer en la desorganización mental y el caos. No hay arte alguno que pueda pasarse absolutamente sin ellos.

²⁰ En el texto “Televisión y cultura de masas” disponible en:

<http://www.catedras.fsoc.uba.ar/salvia/comunicacion/Adorno.pdf>

²¹ Aquí se propone el uso del término de una “estética popular mexicana” que hace referencia a una saturación visual de elementos y colores. Como ejemplo pueden observarse los carteles publicitarios de las sexicomedias, que son parecidos al diseño gráfico de la publicidad de la lucha libre o de comercios en las zonas populares urbanas del país: colores brillantes y saturación de elementos discordantes entre sí.

1.3.1 La cultura de consumo

La cultura de masas no viene sola; llegó para imponerse junto con la cultura de consumo. El objetivo primordial de la cultura de masas que es el adoctrinamiento ideológico de la sociedad viene acompañado de la obligación al consumo desenfrenado. O por el contrario, hablando en términos económicos, el objetivo del desarrollo de la producción no es únicamente el consumo, sino el control y manipulación de las masas a través del gasto. Es así como surge la cultura de consumo (utilizando el término de <cultura> en el estricto sentido de la palabra de Clifford Geertz):

La sociedad de consumo se vuelve esencialmente cultural, a medida que se desregula la vida social y las relaciones sociales se hacen más variadas y no están tan estructuradas por normas estables. La superproducción de signos y la reproducción de imágenes y simulacros conducen a una pérdida del significado estable y a una estetización de la realidad en la que las masas se ven fascinadas por el inacabable flujo de yuxtaposiciones extravagantes que lleva al espectador más allá de todo sentido estable (Featherstone 1991: 41).

La cultura de consumo ofrece una amplia gama de imágenes, signos y bienes simbólicos que despiertan diferentes sueños, deseos y fantasías que, a su vez, -según Featherstone- provocan una satisfacción emocional narcisista. Y en esta nueva cultura de consumo caben todos los sueños, todos los deseos y todas las fantasías. Cada *individuo* de la masa se siente incluido en ese mar de ofertas fantásticas. Es más, parece que lo que antes formaba parte de un mercado muy elitista, ahora está al alcance de todos: se han eliminado las fronteras entre la cultura elevada y la cultura popular (aunque la cultura elevada jamás se dejará alcanzar por la popular, siempre habrá un nuevo mercado); dada esta ruptura fronteriza entre lo que antes era claramente clasificable, ahora existe una mezcla y eclecticismo de códigos al servicio de quien desee hacer uso de ellos; la cultura carece de profundidad, se alaba su superficialidad. Todas estas son características del consumo en plena posmodernidad.

“La televisión produce una indigestión de imágenes y de información que amenaza la percepción que tenemos de la realidad”, dice Featherstone (Ibíd. p.146). Es entonces cuando las imágenes de las mercancías, y la producción masiva de éstas, se convierten en signos de estatus, signos para conformar un código de estilo de vida. En el universo uniforme de la cultura de masas, el estilo de vida adquiere paradójicamente un significado de individualidad, autonomía, poder, expresión personal, gusto propio y de autoconciencia estilística. El cuerpo, la vestimenta, el habla, los entretenimientos de tiempo libre, las preferencias en materia de comidas y bebidas, la casa, el automóvil y los lugares elegidos por las vacaciones pueden considerarse indicadores del carácter individual del gusto y el sentido del estilo de vida del propietario y consumidor, explica el autor.

Sin embargo, no todo es tan libre como parece porque el mismo gusto que condicionan las imágenes y los productos, origina clasificaciones dentro de la masa. La estetización de la vida cotidiana trae como consecuencia que el goce de los placeres corporales inmediatos, sensoriales y grotesco, propios de las clases populares (como ya explicaba Carlos Monsiváis en páginas anteriores), se convirtiera en un gusto más, lo que para Bourdieu (en Featherstone 1991: 127) se opone a la estética kantiana que apostaba por la apreciación cognitiva, el distanciamiento controlado del gusto puro en los siglos dieciocho y diecinueve.

Es así como, a pesar de la aparente libertad y variedad de opciones para satisfacer el gusto individual, existen “constelaciones de gusto”, preferencias de consumo y prácticas de estilo de vida que, según Featherstone, se asocian con sectores ocupacionales y de clase específicos. Cada categoría de gusto tiene sus propios bienes de consumo que funcionan como marcadores de identidad, es decir, que funcionan definiendo el estatus social al que se pertenece. No obstante, debido a la moda, casi siempre se usurpan los bienes marcadores de los estatus superiores (se abaratan, se “piratean”, se toman accesibles), lo cual produce un efecto de competencia en el que las altas esferas deben invertir en nuevos bienes al fin de restablecer y reafirmar la distancia social entre clases.

En este contexto – afirma Featherstone- cobra importancia el conocimiento de los nuevos bienes, su valor social y cultural, así como su uso apropiado:

Ese es el caso particular de grupos con aspiraciones que adoptan un modo de aprendizaje con respecto al consumo y el cultivo de un estilo de vida. Para grupos emergentes como la nueva clase media, la nueva clase trabajadora, y los nuevos ricos o los nuevos miembros de clases superiores, son fundamentalmente relevantes las revistas, los diarios, los libros, los programas de televisión y de radio de la cultura de consumo, que hacen hincapié en el perfeccionamiento, el desarrollo y la transformación personales, la manera de administrar la propiedad, las relaciones y la ambición, y la forma de construir un estilo de vida satisfactorio (Featherstone 1991: 47).

De esta manera el goce de los productos de consumo está relacionado con su uso como marcadores sociales y el conocimiento “natural” del empleo de éstos. Pero no todo es tan sencillo como parece, ya que, por ejemplo, las clases emergentes o menos favorecidas, tendrán un acceso restringido a la educación de calidad, a la información y a muchos bienes de consumo de lujo, y por ello, carecerán del conocimiento para descifrar los códigos de productos marcadores de una clase social favorecida, y de esta manera surgirán productos de consumo de menor calidad para ellas, como las sexicomedias.

Hasta este punto se ha podido comprender el significado simbólico de la cultura y sus variantes relacionadas con las características sociales de los grupos (relativismo cultural). Se ha podido observar también el surgimiento de una clase popular capitalina en el país que obedece a fines de control y lucha por la sobrevivencia, así como la relación sinérgica entre industria cultural para las masas y cultura de consumo. A continuación, se desarrollarán los conceptos referentes a las representaciones sociales y los estereotipos para relacionarlos con la cultura popular y su aparición dentro de la cultura de masas.

1.4 Las representaciones sociales

Los individuos y los grupos sociales, en su afán por simplificar la complejidad de lo que les rodea, crean representaciones sociales que le permiten –según Sandoval en Araya (2002:37)- comprender el mundo y sus relaciones con él; valorar, calificar y enjuiciar hechos; así como actuar, comunicar y recrear situaciones condicionadas por las representaciones sociales mismas.

Varios autores han discutido sobre el concepto de las representaciones sociales. Uno de los más importantes y primeros en utilizar el término es Serge Moscovici, quien las define como:

Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos... La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios (Araya, ídem, 27).

Otra autora, Denise Jodelet opina que las representaciones sociales son:

La manera en que nosotros -sujetos sociales-, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras el conocimiento “espontáneo”, ingenuo (...) que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común o bien pensamiento natural por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo, ese conocimiento es en muchos aspectos un conocimiento socialmente elaborado y compartido (Araya, ídem: 27)

De acuerdo con ambas definiciones, se puede afirmar que las representaciones sociales son sistemas de códigos compartidos por los integrantes de un grupo social, con los cuales construyen, objetivan, comprenden, (se) explican y reproducen de una manera -más o menos²²- uniforme la realidad que les rodea. Se trata de un conocimiento que se da por hecho, algunos lo llaman “sentido común”, el imaginario colectivo de todos los objetos y conceptos tangibles e intangibles presentes en el universo de los grupos e individuos. En pocas palabras, la manifestación social de los conceptos.

A su vez, las representaciones sociales se establecen y transmiten de boca en boca, de generación en generación y los medios de comunicación tienen un papel sumamente importante en su institucionalización. Al respecto, María Auxiliadora Banchs sugiere que

la forma de conocimiento del sentido común propio a las sociedades modernas bombardeadas constantemente de información a través de los medios de comunicación de masas (...) en sus contenidos encontramos sin dificultad la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones, cuya sustancia es regulada por las normas sociales de cada colectividad. Al abordarlas tal cual ellas se manifiestan en el discurso espontáneo, nos resultan de gran utilidad para comprender los significados, los símbolos y formas de interpretación que los seres humanos utilizan en el manejo de los objetos que pueblan su realidad (Araya, ídem: 28).

En el momento de ordenar la realidad por medio de representaciones sociales, se categorizan los objetos y los individuos, lo cual –según Araya- permite generar visiones compartidas de la realidad e interpretaciones similares de los acontecimientos. “La realidad de la vida cotidiana, por tanto, es una construcción intersubjetiva, un mundo compartido (...) En esta construcción, la posición social de las personas así como el lenguaje juegan un papel decisivo al posibilitar la acumulación o acopio social del conocimiento que se transmite de generación en

²² El *más o menos* depende la percepción individual.

generación” (ídem; 14). ¿Y qué determina la percepción con la que los grupos e individuos se enfrentan y explican su realidad? Araya propone que el medio cultural (valores, creencias, historia y memoria colectiva), el lugar que ocupan en la estructura social y las experiencias concretas que experimentan diariamente.

Ahora bien, ¿cómo se construye una representación social? Varios autores resumidos por Araya proponen que para la construcción colectiva de una representación social es necesario hacer un anclaje con el objeto, es decir, convertirlo de extraño en familiar; objetivarlo, seleccionar características que simplifiquen su imagen, que lo hagan concreto; comunicarlo, más allá de hacerlo por medio de un código verbal, hacerlo de igual manera por un código de conductas.

Hasta aquí se ha abordado ese complejo entramado simbólico que son las representaciones sociales, que son parte de ese entramado simbólico total que –según Geertz- es la cultura, pero ¿qué lugar ocupan los estereotipos dentro de las representaciones sociales? Araya considera que los estereotipos son formas básicas de las representaciones sociales, los primeros sería el origen de las segundas, equivaldrían a la categoría de objetivación de los conceptos pero, a diferencia de las representaciones sociales, los estereotipos son más rígidos, más cerrados, menos dependientes de la percepción y menos flexibles a la interpretación condicionada por la interacción diaria de las personas, sus experiencias o en su contexto cultural. Además, cabe destacar que dentro de las representaciones sociales se encuentran las ideologías, las creencias, los valores, los sentimientos y todos los conceptos que rodean al hombre, mientras que los estereotipos se reducen a imágenes de personas y grupos sociales.

1.4.1 Los estereotipos

Este trabajo de investigación tiene como objetivo describir los estereotipos (re)presentados en las sexicomedias del cine mexicano no con el fin de encasillar a un sector de la cultura popular capitalina, sino para dar cuenta de cómo dichas

cintas –como instrumento de masas- estereotipan a ese fragmento de la población. Esto se realizará de una manera descriptiva, sin hacer juicios de valor sobre los filmes o los estereotipos mismos, ya que estos muchas veces surgen de manera inconsciente y espontánea, y dentro del universo narrativo de las películas únicamente cumplen la finalidad de economizar la presentación de personajes y situaciones en determinados contextos, pero que evidentemente penetran en el imaginario colectivo o son tomados de él.

M.M. Mackie propone que los estereotipo son “aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social y sobre las que hay un acuerdo básico” (en González 1999:79). Estos atributos a los que se refiere Mackie probablemente sean por una parte reales y por otra parte inventados o exagerados. Pero ¿cuáles son las consecuencias de la creación de estereotipos? Julie Chaparro (2009:1) advierte que “los estereotipos son elementos constitutivos de las relaciones sociales y, en el caso particular de los grupos subordinados, pueden llegar a adquirir un carácter estigmatizante que impide que las personas sean concebidas fuera de los límites que estos imponen”. Los estereotipos generalizan: crean la imagen simbólica de un grupo social como masa homogénea, cuyos integrantes –en el supuesto- comparten las mismas características y, a su vez, este grupo se define a partir de sus estereotipos frente a otros grupos, precisándose así jerarquías sociales y culturales.

Para Charles Ramírez-Berg (en Maciel 2000:26), los estereotipos -desde una perspectiva psicosociológica- son simplificaciones de la realidad. No obstante, cuando son creados por un grupo dominante que los utiliza para etiquetar a uno o varios grupos, económica y políticamente hablando, se corre el riesgo de que dichos estereotipos, después de crearse, cerrarse –es decir, que sus características se tornen inamovibles-, reproducirse y difundirse (por medio del cine, por ejemplo), se convierten en una “realidad” dentro de la sociedad. De este modo, la institución de estereotipos de las clases populares en el imaginario colectivo, permite posicionarlos eternamente en una esfera de la realidad social.

Ahora bien, uno de los instrumentos que agudiza la creación, el impulso y la consolidación de estereotipos sociales en la cultura de masas, son los medios de comunicación y el cine comercial o industrial (es decir, el que produce cintas con fines “adoctrinadores” o meramente de entretenimiento para grupos, en oposición al cine concebido como producto artístico, expresión de su autor). Así, el cine comercial se vale de las mismas formas narrativas, de los mismos temas y de los clichés o estereotipos, los cuales –según Adorno (2008, p. 10)- constituyen un elemento indispensable de la organización y previsión de la experiencia que nos impide caer en la desorganización mental y el caos.

Según García Riera en su texto *México visto por el cine extranjero* (1987), uno de los primeros estereotipos en el cine fue el estereotipo del mexicano en una de las filmaciones que hizo Tomás Alva Edison para su kinetoscopio en 1894 llamada *Pedro Esquirel and Dionecio Gonzales - Mexican Duel*. En esta cinta se mostraba en enfrentamiento con cuchillo entre dos hombres. Esta imagen del mexicano violento fue, desde entonces, el estereotipo impuesto por el cine norteamericano al referirse a México, estereotipo basado en la literatura norteamericana. Asimismo, dentro de los cortometrajes filmados por Edison, se sabe de la imagen de “Carmencita”, una bailarina hispana de movimientos ardientes y sensualidad desbocada, fue junto con los mexicanos la imagen del arrebatado y el impulso latino que tanto permearía en el público norteamericano.

Pero además de los estereotipos del charro o del peladito presentados en el cine –y que han sido abordados en el segundo capítulo de este trabajo- los estereotipos sobre el mexicano han estado presentes en diversas esferas de la vida cultural del país, en diferentes épocas y con diferentes finalidades.

Por ejemplo, frente al extranjero, muchas veces se ofrecen muestras típicas de la cultura popular del país por medio de imágenes en diferentes presentaciones de chinas poblanas sonrientes o de mexicanos de sombrero, bigote y sarape bebiendo tequila a la sombra de un saguaro. Estos estereotipos o recreación de identidades culturales son instituidos, manipulados y vendidos por

parte de los gobiernos o élites culturales. Pérez Montfort (2007:13) afirma que desde los años cuarenta del siglo veinte, las distintas regiones de México ya contaban con su representación y atuendo en mapas por todos conocidos que sitúan los rasgos físicos y atuendos de los grupos culturales de cada zona del país.

Dentro de la compilación de ensayos que realiza Ricardo Pérez Montfort titulada *Expresiones Populares y Estereotipos Culturales en México, Siglos XIX y XX*, se refieren estereotipos relacionados con el jarabe tapatío, con los corridos, imágenes del indio, el ranchero, el pelado, el charro, el jarocho, la tehuana, la adelita, las castas, entre otras estampas que figuran en el mosaico cultural mexicano explotado y proyectado a nivel internacional. Estos estereotipos penetran tanto en el imaginario de *el otro*, que obsérvese como ejemplo el asombro que le provocan a un turista las imágenes arriba representadas por personas o plasmadas en objetos a la venta a manera de souvenirs: *¡Llévese un recuerdo de México, México condensado en la imagen de Speedy González! ¡Ándale! ¡Ándale! ¡Arriba! ¡Arriba!*, palabras que por cierto son de los primeros referentes lingüísticos de algunos extranjeros norteamericanos.

Cabe destacar que los estereotipos no son únicamente imágenes visuales o estampas, sino que llevan una carga simbólica, un significado que puede ser positivo o negativo, según su interpretación. Por ejemplo, la carga semántica que recibe el estereotipo del mexicano del bigote, sombrero, sarape y tequila a la sombra de un saguaro, se relaciona con adjetivos como: huevón (perezoso), atrasado (rural), borracho, solitario, derrotado y sumiso. No así la imagen bravía y peligrosa que tiene el estereotipo del narcotraficante mexicano, posiblemente uno de los más populares en la actualidad, o el también famoso estereotipo del migrante, bajo el cual fue construido –por ejemplo- la estatua en su honor en la cabecera municipal de Huimilpan, Querétaro. Con estos ejemplos se puede deducir que los estereotipos están relacionados además con la realidad social y política del contexto en el que surgen, porque son evidentemente imágenes

sustraídas de la realidad que circula en boca de las masas y en el imaginario colectivo.

Por otro lado, se sabe que las manifestaciones artísticas –entre ellas el cine- son mimesis de la realidad y que sus componentes están directamente relacionados con el contexto o los conocimientos del autor; incluso géneros como la ciencia ficción, el terror o la fantasía surgen de imágenes arraigadas en el colectivo popular. Es por ello que se puede sugerir que los estereotipos representados en las sexicomedias están relacionados con personajes, lugares y situaciones pertenecientes –tal vez economizados, tal vez exagerados- de la cultura a la que (re)presentan y que posee características propias y que serán detalladas en el tercer capítulo de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO 2: CONTEXTO HISTÓRICO DE LAS SEXICOMEDIAS EN EL CINE MEXICANO

2.1 El cine: La ciencia y la tecnología al servicio del entretenimiento

El hombre ha desarrollado a lo largo de su paso por la Tierra diversas actividades simbólicas, en algunas ocasiones estéticas -según su concepto de belleza-, especializadas y cada vez más elaboradas, denominadas manifestaciones artísticas, cuyos productos muchas veces carecen de cualidades funcionales, pero poseen cualidades apreciativas y proporcionan conocimientos y/o sensaciones.

Según Herskovits (1995), las manifestaciones artísticas son parte de la vida y que donde quiera que entre en juego el impulso creador, existen individuos que sobresalen, así como individuos incapaces para su ejecución. Asimismo, a su alrededor habrá hombres y mujeres capaces de apreciar y formular juicios sobre las piezas realizadas por los individuos sobresalientes.

Entre las manifestaciones artísticas más antiguas y actualmente instituidas en la cultura occidental se encuentran la música, la danza, la escultura y la pintura. Con esta última el hombre ha demostrado su (pre)ocupación por plasmar diversas ideas de manera gráfica, así como por (re)presentarse a sí mismo, lo cual ha hecho durante miles de años. No obstante, uno de los obstáculos tecnológicos a los que se enfrentó fue la representación gráfica del movimiento. Fue hasta finales del siglo diecinueve, gracias a la invención de la fotografía y a la manejabilidad de ésta, que el hombre inventó el cinematógrafo, un aparato capaz de capturar y proyectar fotografías a gran velocidad que generan la ilusión óptica de imágenes en movimiento. Aunque el invento se estuvo perfeccionando simultáneamente en Estados Unidos (por Thomas Alva Edison, cuyo aparato recibió el nombre de kinetoscopio) y Francia (por Auguste Marie Louis Nicolas Lumière y Louis Jean Lumière, mejor conocidos como los hermanos Lumière), fueron estos últimos los que lograron exhibir la primera proyección

cinematográfica el 28 de diciembre de 1895 en el Grand Café del Boulevard des Capucines. Esta primera proyección constaba de las famosas cintas *L'arrivée d'Un Train*, *La Sortie de l'usine Lumière à Lyon* y *Le Repas de bébé*, cortometrajes que retrataron situaciones de la cotidianidad parisina que fue mostrada a todos los lugares a donde llegó el cine.

La primera proyección de los hermanos Lumière se convirtió en un fenómeno que detonó en la compra-venta de cinematógrafos y en la realización y comercialización de nuevas cintas, lo que dio como resultado el inicio de la globalización moderna: ya que la distribución de imágenes en movimiento de diferentes personas, sociedades, ciudades, costumbres, situaciones y perspectivas, se dieron a conocer en todo el mundo.

Desde su invención hasta la época actual, el cine ha evolucionado a ritmos apresurados, convirtiéndose en uno de los medios de comunicación de mayor penetración a nivel mundial y ofreciendo productos comerciales (de finalidad mercantil) y productos artísticos (en los que pondera la preocupación por la invención y utilización de un lenguaje cinematográfico propio, estético y de un contenido original).

A partir del siglo veinte, menciona Espinosa (2010:18), el cine evolucionó de tal forma que hoy en día tiene connotaciones de tipo industrial, llegando a ser promotor de nuevas economías, formas de diversión, expresiones artísticas, agrupador de grandes masas, difusor de ideologías y generador disertaciones científicas emergentes de sí. Son esas las propiedades las que han conducido a un interés en el estudio técnico, narrativo y social del cine.

La relación entre cine y sociedad –afirma David Maciel (2000:21)- es muy compleja, ya que el cine es un vehículo de conexión entre el mundo de las ideas, los cambios sociales y las ideas. Las imágenes cinematográficas son sin duda influidas por la cultura popular, los acontecimientos sociales y la base ideológica de quienes están relacionados con la creación cinematográfica. Asimismo, cuando

se exhibe una película, ésta genera y reafirma en el público ideas e imágenes sobre las situaciones y personajes mostrados en la pantalla.

El cine, al igual que la televisión, la radio, la música, el teatro y los cómics, pertenecen al ámbito de la industria cultural. Carlos Monsiváis (1994:88) afirma que el Estado controla la conducta del pueblo por medio de trabajo y política; la religión se responsabiliza por el sentido final de la vida; mientras que la industria cultural le propone al pueblo un mejor uso de sus horas libres. Según el autor, algunas de las premisas que ha aportado el cine nacional desde sus inicios son:

- Moderniza a sus espectadores y modela las conductas;
- Es vehículo de nacionalismo cultural y de falso cosmopolitismo;
- Inventa una mentalidad urbana y una mentalidad rural;
- Fomenta la desintegración del tradicionalismo: lo tradicional es lo atrasado;
- Consigna el sexismo brutal de la sociedad mexicana;
- Apacigua a los marginados con visiones de opulencia, y fomenta en ellos la nostalgia de lo que nunca han tenido o vivido;
- Introduce el espíritu de tolerancia al difundir las costumbres de otros países;
- Exalta el localismo e incorpora nociones más complejas de mundo y de país.

A continuación, se realizará un breve recorrido por la cinematografía mexicana, hasta llegar a la etapa del cine que se pretende analizar en este trabajo de investigación y abundar en ella.

2.2 Breve recorrido por la historia del cine en México

2.2.1 La llegada del cine: La conquista visual

Como ya se ha mencionado en el capítulo anterior, previamente a la llegada del cine a México, los sectores populares del país vivían en un aislamiento

urbano y sus formas de entretenimiento que -según Carlos Monsiváis (1994:49)- consistían en los juegos de azar, el circo, el teatro, las fiestas cívicas y religiosas- estaban marcadas por el clasismo. Sin embargo, el cine provocó un cambio pues a él asistían personas de todas las clases sociales.

En un principio el cine fue un espectáculo para grupos científicos, después para la alta burguesía porfiriana y posteriormente se convirtió en una diversión popular. Al respecto, De los Reyes (1983:55) afirma que un número mayor de personas podían disfrutar del cine debido a que el precio de admisión era mucho más reducido que el de otras diversiones, además de que se podía reunir en un salón a un auditorio muy numeroso, ya que los empresarios aprovechaban las mínimas exigencias del Ayuntamiento en materia de higiene y seguridad para reunir a un grupo de personas en cualquier local.

Según Dávalos (1996), los primeros en traer el novedoso invento francés capturador y proyector de imágenes en movimiento, fueron Claude Ferdinand Bon Bernard y Gabriel Veyre, a quienes los hermanos Lumière contratan y preparan – junto con otro grupo de camarógrafos- para difundir el cinematógrafo por todo el mundo –a manera de conquista visual-. Bon Bernard y Veyre fueron los concesionarios para México, Venezuela, Las Guyanas y Las Antillas. Al ser un invento francés en plena modernidad, fue bien acogido por Porfirio Díaz. Con relación a esto, Dávalos señala:

El 6 de agosto de 1896 el presidente Díaz, acompañado de su familia, los recibe privadamente en el Castillo de Chapultepec, su residencia oficial, y se asombra con algunas proyecciones. El viernes 14 de agosto se hace la primera presentación pública del cinematógrafo para la prensa y "grupos científicos", en la droguería Plateros, (Segunda calle de Plateros número nueve, ahora Avenida Madero), la más elegante de la capital. En esa función se proyectaron de ocho a once vistas, estando entre las más gustadas *Llegada del tren, Disgusto de niños, Carga de coraceros, Demolición de una pared*, etc. Al día siguiente, se generalizan las exhibiciones.

Por otro lado, De los Reyes (1983) cuenta que una de las primeras pruebas que documentan la llegada del cine a México, es una carta escrita por el general Porfirio Díaz al ingeniero Salvador Toscano fechada el 6 de diciembre de 1897. En ella, el ex presidente mexicano declinaba una invitación para asistir a las exhibiciones en su cinematógrafo. En un artículo periodístico del diario *Novedades* en 1944 –señala De los Reyes- se cuenta que el ingeniero Toscano se encontró por medio de la prensa francesa con la invención del cinematógrafo e inmediatamente se dirigió a los hermanos Lumière para adquirir el aparato a pesar de su elevado costo. Al recibirlo, Toscano abrió una sala de espectáculos a la que llamó *Cinematógrafo Lumière* en la calle Jesús María de la Ciudad de México y más tarde lo trasladó a la céntrica calle de Plateros. El cinematógrafo era alumbrado con luz eléctrica y se acompañaba –para amenizar las funciones- de un fonógrafo Edison (recuérdese que en aquella época el cine carecía de sonido). El espectáculo costaba veinticinco centavos. En dicho artículo se menciona que, como el aparato servía también para filmar, el ingeniero hizo algunas tomas del otrora famoso actor de teatro Paco Gavilanes, con un truco de edición fotográfica que daba la ilusión de ser atropellado por una aplanadora. También filmó algunos espectáculos de teatro (*Don Juan Tenorio*), escenas de Porfirio Díaz y de la Plaza de la Constitución.



Imagen 1: Porfirio Díaz paseando a caballo en el Bosque de Chapultepec en (1896).



Imagen 2: Damas de sociedad porfiriana paseando por la Ciudad de México (1903). Imágenes capturadas por el cinematógrafo.

Pocos meses después, el 2 de febrero de 1898, inició un recorrido por la República Mexicana para dar a conocer el espectáculo. Entre las ciudades que visitó se encuentran Tehuacán, Puebla, Durango, San Luis Potosí, Celaya, Guadalajara, Zamora, Zacatecas, Matehuala y Chihuahua. En 1899 viajó a Europa y a su regreso trajo consigo películas de George Méliès, *Viaje a la luna*, *El reino de las hadas* y *Juana de Arco*. Su salón alternaba películas francesas, mexicanas y norteamericanas.

Uno de los primeros cronistas de cine fue el escritor Luis G. Urbina quien advierte sobre la clase popular asistente a las salas de proyección. Urbina anticipa la crítica clasista de los siguientes años:

Yo convengo en que el cinematógrafo entretenga la curiosidad de la muchedumbre... La masa popular, inculta e infantil, experimenta, frente a la pantalla llena de fotografías en movimiento, el encanto del niño a quien la abuelita le cuenta una historia de hadas; pero no puedo concebir cómo, noche por noche, un grupo de personas que tienen la obligación de ser civilizadas, se embohe en el Salón Rojo, en el Pathé o en el Monte Carlo con la incesante reproducción de vistas en las cuales las aberraciones, los anacronismo, las inverosimilitudes, están hechas para ad hoc para un público de ínfima calidad mental, desconocedor de las más elementales nociones educativas (En Monsiváis 1994: 50).

Pero no todos se rindieron ante la llegada del cine. De los Reyes relata que el segundo en dar a conocer el cine en el interior de la República fue el empresario Henri Moulinié. En otro artículo de 1944 del diario *Novedades*, Moulinié señala que el fanatismo religioso de algunas personas hizo que rechazaran el invento como cosa diabólica, incluso las autoridades se oponían al cine y se resistían a otorgar los permisos para el establecimiento de salas. En muchas ocasiones las autoridades políticas y religiosas asistían a funciones previas para aprobar o desaprobar el contenido de lo que se presentaba (el primer tipo de censura). Cuando una cinta obtenía el visto bueno de las autoridades se decía que “aquello no estaba en pugna con los santos principios de la Iglesia y

que Satán no había puesto sus diabólicas manos en el pastel” (De los Reyes 1985:29).



Imagen 1: Henri Moulinié posando con su familia a lado uno de los primeros cinematógrafos en el país.

Monsiváis confirma lo anterior en su texto *A través del espejo. El cine mexicano y su público* (1994), donde además refiere que la novedad de cine es casi absoluta, y el “casi” describe los rencores ideológicos disparados hacia Hollywood, especialmente los rencores de la gente de derecha: los curas, las beatas, la gente de provincia y los militantes de organizaciones ultramodernas que acusan al cine norteamericano de corromper la tradición y perturbar la moral y las buenas conciencias. La Liga de la Decencia²³, fomenta el atraso por medio de la censura y la hipocresía de los distintos públicos y, de paso –señala Monsiváis-, consigue ser la institución que centuplica el morbo por cada película prohibida. De esta manera, ni la represión moralista, ni la intimidación a los dueños de las salas de cine, ni los sermones dominicales, ni los volantes entregados impedían la asistencia de los espectadores a los filmes “inconvenientes”. Nada pudo impedir tampoco que el cine renovara la moral urbana y rural y propagara nuevos

²³ Como su nombre lo indica, se trata de una agrupación integrada y apoyada autoridades políticas. Su función era censurar toda manifestación que atentara en contra de la moral y las buenas costumbres.

esquemas y modelos de vida y comportamiento que se desligaban de los propuestos por la Iglesia y el Estado.

Así, las primeras cintas filmadas y exhibidas exponían imágenes del presidente Díaz (la primera fue *El presidente de la República paseando a caballo en el bosque de Chapultepec* en 1896) y escenas folclóricas y costumbristas que – según Maximiliano Maza (1996)- mostraban el exotismo que acompañaría al cine mexicano a lo largo de su historia.

Por otro lado, De los Reyes (1983:88) apunta –como dato curioso- que uno de los efectos del cine en México señalados en los diarios a finales del siglo XIX, fue que se creyó que el cinematógrafo resultó un buen remedio para el alcoholismo. ¿De qué manera? Un diario con tendencia religiosa afirmaba que los jóvenes y obreros se metían a las cantinas para matar el fastidio, y en un principio “el bajo pueblo” prefería emborracharse, a contemplar un espectáculo que suavizara sus costumbres, ya que sus vicios le impedían disfrutar de la vida. Pero después, al rendirse frente al cine, la disminución de hechos sangrientos engendrados al calor de las copas se le atribuía a la baja afluencia en las cantinas gracias a la asistencia a los espectáculos de cine.

2.2.2 Década de los diez: Cine y Revolución Mexicana

Dado el carácter documentalista que tenía el cine en sus inicios, los primeros directores mexicanos se enfocaron en plasmar las imágenes del porfiriato y posteriormente de la Revolución, siendo ésta el primer gran acontecimiento histórico a nivel mundial totalmente documentado con imágenes en movimiento.

Maza (1996) explica que “el público se interesaba en estos filmes por su valor noticioso. Era una forma de confirmar y dar sentido al cúmulo de informaciones imprecisas, contradictorias e insuficientes, producto de un conflicto armado complejo y largo”.



Imagen 4: Fotografía de Salvador Toscano durante la Revolución Mexicana

No obstante, durante la Revolución las salas de cine se convirtieron en campos de batallas físicas y verbales. Martín Luis Guzmán en *El águila y la serpiente* (en Monsiváis 1994:53) relata que durante una proyección a la que asistieron varios revolucionarios de distintos bandos, apareció, por un lado, la imagen corpulenta, solemne e hierática de Venustiano Carranza entrando a caballo en la Ciudad de México, y por otro lado, la magnífica figura legendaria y dominadora de Pancho Villa. Los aplausos, silbidos, siseos, rechiflas, gritos y escándalo culminaron con dos disparos que atravesaron el telón donde se proyectaba la cinta. Los proyectiles dieron justo donde se dibujaba el pecho de Carranza, incrustándose en la pared cerca de la cabeza de Martín Luis Guzmán. Es así como esta primera etapa del cine nacional, con la fuerza del hecho que presentaba en sus pantallas, comienza a significar los sentimientos e identidades colectivas e individuales de su público.

Asimismo, cabe destacar que el cine revolucionario sentaría las bases estéticas para el desarrollo posterior de la cinematografía nacional, siendo evidentes en la época de oro. Según Monsiváis (1994:85), el cine mudo de esta época está saturado de gestos de dolor y gloria, y abundan los documentales y reconstrucciones históricas. Los títulos confiesan lo anterior: *El precio de la gloria*, *La Ilaga*, *Confesión trágica*, *Venganza de bestia*, *La Virgen de Guadalupe*, *Cuauhtémoc*, *Alma de sacrificio* o *Sangre hermana*.

2.2.3 El cine después de la Revolución

Como se ha dicho, durante el conflicto revolucionario se produjo una gran cantidad de cintas documentales y se dejó de lado la realización de películas de ficción. Al finalizar la Revolución Mexicana en 1917, resurgió dicha modalidad cinematográfica pero ahora con la producción de largometrajes.

La llegada a México del largometraje italiano *Il fuoco*, inauguró e institucionalizó el género romántico-*cursi*, las historias pasionales atrevidas y la imagen femenina y voluptuosa de las divas (con la actriz Pina Menichelli). Así, en 1917 se estrenó el primer largometraje mexicano titulado *La luz, tríptico de la vida moderna*, considerado un plagio de la cinta italiana arriba mencionada pero consolidó como la primera diva mexicana –e ídolo de masas- a la actriz Emma Padilla.

Otros largometrajes filmados durante esta época son *En defensa propia* (1917), *La tigresa* (1917), *La soñadora* (1917), *Tepeyac* (1917), *Tabaré* (1917), la primera versión de *Santa* (1918) y *El automóvil gris* (1919), las cuales tocan temas tan diferentes (pero que nuevamente sentarían las bases para las temáticas posteriores del cine nacional) como la devoción por la Virgen de Guadalupe, la prostitución, la diferencia de etnias y clases sociales y las producciones seriales. Todas estas cintas eran mudas aún.

En esta época se construyó uno de los cines más grandes en la capital del país: el Cine Olimpia, levantado en 1916 e inaugurado en 1921.

2.2.4 Década de los veinte y treinta: El cine sonoro en México

Durante la década de los años veinte, el cine mexicano estuvo preparando actores y directores a imagen y semejanza del cine hollywoodense, ya que después de la Primera Guerra Mundial, Estados Unidos –específicamente Hollywood- comenzó a colocarse como potencia cinematográfica, papel que antes tenían algunos países europeos como Francia, Italia, Alemania, Suecia y Noruega.

Asimismo, durante esta época el cine mundial estuvo evolucionando y perfeccionando su tecnología en cuestiones de velocidad, color, sonido, luz para proyección, el paso de la manivela al motor y la creación de casas productoras y estudios de filmación. Estas últimas acciones dieron comienzo a la industrialización del cine.

Los hermanos mexicanos Roberto y Joselito Rodríguez inventaron en Estados Unidos un aparato que sincronizaba el sonido a las imágenes y con él grabaron la primera cinta taquillera con sonido: *Santa* (1931) y fue con esta producción que se estableció la industria cinematográfica mexicana: la Compañía Nacional Productora de Películas.

Una vez sentadas las bases para la industria fílmica en el país, ésta se contagió del sentir del universo intelectual mexicano: la Revolución. Así, las películas rodadas durante la década de los treinta, apuntaban hacia la Revolución como tema principal. Los ejemplos más representativos son *El prisionero 13* (1933), *El compadre Mendoza* (1933) y *Vámonos con Pancho Villa* (1935), todas del director Fernando de Fuentes, mismo que un año después filmaría la película que internacionalizaría al cine mexicano: *Allá en el Rancho Grande* (1936).

Fue en este periodo en el que se instituyeron los primeros estereotipos en el cine nacional: el de la prostituta con *Santa* (1931) y *La mujer del puerto* (1933); así como algunos clichés del México rural.

Con el paso del cine mudo al cine sonoro, lo que sucede en la pantalla se convierte en una “realidad más real”. Según Monsiváis (1994:68), se da la identificación instantánea entre las situaciones y los personajes con el público y se comparte la idea de nación, familia y sociedad. Así, el cine se convierte en el fenómeno cultural que afecta de una manera más profunda la vida de América Latina entre los años veinte y cincuenta: mitifica y destruye muchas tradiciones, implanta modelos de conducta, encumbra ídolos a modo de espejos comunitarios, fija sonidos populares y decreta las hablas que se implantan como genuinas. ¿Y de dónde se aprende estos modelos de imposición? De otros cines, de otros

ídolos, de otras culturas. Esto se ve reflejado en la manera de hablar, por ejemplo, de los personajes de *Santa*, en el maquillaje y estética, así como en las características físicas de los actores.



Imagen 5: Imagen de la película *Santa* (1931)

Miguel Ángel Sánchez de Armas (2012) relata que el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), brazo propagandístico del cardenismo, le dio gran importancia al cine y tal como se hizo en el caso de la radio, se explotaron al máximo sus posibilidades mediante un marco legal que otorgaba al gobierno facultades estratégicas para su manejo y dirección. En el ambiente de libertad de expresión que privó en el cardenismo se dieron disputas sobre la censura ejercida, destinada, en teoría, a salvaguardar la moral y los valores nacionales y a fomentar la unidad en torno al proyecto político del cardenismo. En 1939 Cárdenas decretó que en los cines se exhibiera por lo menos una película nacional al mes, lo que confirma por un lado el valor como instrumento cohesionador que se concedía desde entonces a ese medio y por otro la necesidad de poner un dique a las campañas de propaganda cinematográfica orquestadas por norteamericanos, alemanes, ingleses y franceses en suelo mexicano.

En los treinta, dice Monsiváis (en Sánchez de Armas) la intención del cine es pedagógica, para fortalecer la vigencia del movimiento armado de 1910 y los ideales -incumplidos en la realidad- a que dio lugar. El cine, pese al impulso cardenista, opera como un refrendo de la moral porfiriana en donde quedan excluidas la política, la pobreza extrema, la crítica social y la sexualidad abierta. Sin embargo, en contraposición a lo declarado por Monsiváis y Sánchez de armas, cabe resaltar la libertad creativa durante el sexenio cardenista, en el que figuraron cintas de crítica social (como aquellas que tocaban el tema de la Revolución Mexicana, así como películas como *Santa*, que tenía como tema principal la prostitución).

En la campaña de movilización que siguió al decreto expropiatorio del 18 de marzo, el DAPP llevó a las salas cinematográficas del país cortos con títulos como *18 de marzo de 1938*, *El petróleo nacional*, *Petróleo, la fuerza de México*, *México y su petróleo* y *Nacionalización del petróleo*, en los que se ensalza la jornada expropiatoria.

En esta década la Ciudad de México atestiguó la transformación de los teatros *art decó* en cines populares, tales como el Regis, el Olimpia, el María Guerrero, el Rex, el Goya, el Briseño, el Iris, el Politeama, el Encanto, el Hipódromo, el Alarcón, el Colonial, el Lux, el famoso cine Alameda -demolido en 1985 después del sismo-, el Roxy, el moderno y gigantesco Cine Orfeón, el excéntrico Cine Palacio Chino, entre otros, que en la década de los ochenta caerían en la quiebra o quedarían bajo los escombros del sismo de 1985.



Imagen 5: Cine Regis

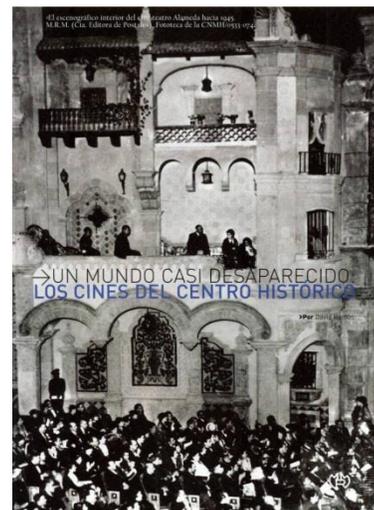


Imagen 6: Interior del Cine Alameda

2.2.5 Década de los cuarenta: La época dorada del cine mexicano

La época de oro del cine mexicano se vio marcada por el estreno de *Allá en el rancho grande* (1938), comedia ranchera maniquea y parecida a un cuento de hadas, cinta de éxito nacional e internacional que generó el arquetipo de un ranchero (Tito Guízar) poco parecido al convencional (a aquel estereotipado en la Revolución Mexicana). Este era más bien un ranchero -en palabras de Maza (1996) - parecido al vaquero texano: de piel blanca, ojos claros y bonachón, y en palabras de Sánchez de Armas (2012) la figura simpática y humana del hacendado, el gracioso servilismo de los peones, la ronda incansable de palenques y guitarras. La hacienda porfiriana como eterno *Rancho Grande*. Asimismo, en esta cinta se observa la explotación del folclorismo a todo lo que da: Emilio “El Indio” Fernández bailando *El Jarabe Tapatío* en una ejecución magistralmente realizada.



Imagen 7: Tito Guízar en *Allá en el Rancho Grande* (1938)

Sin embargo, -según Maza (1996)- la verdadera época dorada del cine mexicano debe enmarcarse exclusivamente en el periodo que duró la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), el cual fue un acontecimiento histórico que no fue

ajeno al desarrollo de la cinematografía nacional. En 1942, submarinos alemanes hundieron embarcaciones petroleras mexicanas. Este hecho determinó que el entonces presidente de la república, Manuel Ávila Camacho, declarara la guerra a las potencias del Eje (Alemania, Italia y Japón).

Esa decisión colocó al país en medio del conflicto, de parte de los Aliados, y salvó al cine mexicano de su extinción, ya que, como era de esperarse, la guerra había causado en varios países la disminución en la producción de bienes de consumo, entre ellos de cine. Los materiales con que se fabricaban las películas se consideraba importante para la fabricación de armamento (la celulosa, por ejemplo, servía como explosivo). Dada la posición de México en el conflicto, éste nunca tuvo problemas para la adquisición de película virgen, presupuesto para producciones o refacciones necesarias para el equipo; asimismo, se redujo la competencia extranjera y fue así como México logró en esa época colocarse como líder en la producción cinematográfica. Esto favorecido igualmente por el surgimiento de directores como Emilio "El Indio" Fernández, Julio Bracho, Roberto Gavaldón e Ismael Rodríguez, entre otros, muchos de los cuales habían estado preparándose en Estados Unidos.

De este periodo fílmico destaca la consolidación de ídolos y arquetipos como María Félix, Mario Moreno "Cantinflas", Pedro Armendáriz, Andrea Palma, Jorge Negrete, Sara García, Fernando y Andrés Soler, Joaquín Pardavé, Arturo de Córdova y Dolores del Río, ídolos que interpretarían las más de las veces personajes con un perfil bien definido en historias maniqueas que marcarían el modelo de conducta del público mexicano asistente a las salas de proyección.

Monsiváis (1994: 67) refiere que no sólo el auge industrial provoca la popularidad del cine sino también la creciente escasez de ofrecimientos políticos: en los años cuarenta ya no hay expropiación petrolera que apoyar ni opciones partidarias. Así, el cine y la radio se convierten en espejos de una "realidad" modeladora, en la que no se muestra lo que es sino lo que debe ser: en el cine se muestra la manera en que se debe bailar, llorar, cantar, divertirse, rezar, convivir

con la familia, sonreír, conquistar o pensar del comportamiento indebido en sociedad del ladrón o de la prostituta. En este periodo cinematográfico, el machismo se reduce al sentimentalismo, la violencia al pobre y la impunidad al rico.

Uno de los fetiches y estereotipos más representativos de la “mexicanidad” surgidos en esta época es el del charro: el sombrero, las espuelas, el bigote y la voz querendona de actores como Jorge Negrete, Rodolfo Acosta, Pedro Armendáriz y Emilio Tuero, son elementos y fetiches que a la distancia se hallarán “pintorescos, graciosos y risibles”, (Monsiváis, 1994:195).

El género mexicano por excelencia –y surgido en esta época- es el melodrama. Según Fernández Reyes, esta narrativa se trata de toda una “tradición que tiene como plataforma la expresión de la trama romántica, donde se manipulan los acontecimientos para motivar el sentimentalismo entre el público, haciendo uso ingenioso del tema del amor y del odio, ligados a los valores morales judeocristianos del bien y del mal” (2007:19).



Imagen 8: Pedro Armendáriz y Dolores del Río en María Candelaria (1943)

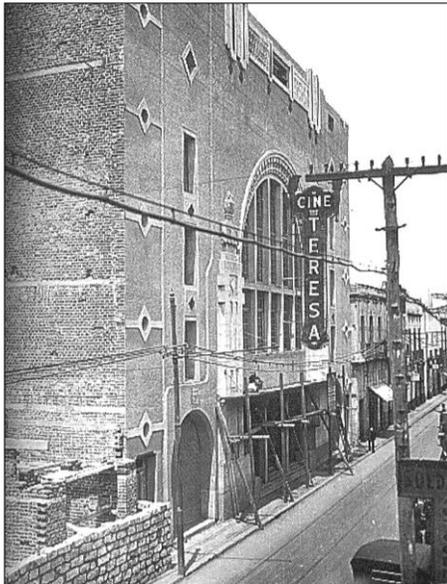


Imágenes 9, 10 y 11: El macho mexicano representado por Pedro Armendáriz, Jorge Negrete, Rodolfo Acosta y Gilbert Roland.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial y repuntar el cine norteamericano, el cine mexicano perdió fuerza. Emilio “El Indio” Fernández ganó algunos premios internacionales, Luis Buñuel comenzó su etapa como director en el país, Pedro Infante se consolidó como ídolo de masas y las compañías productoras decidieron abaratar los costos de producción, dando como resultado la proliferación de “churros”, es decir, películas de bajo presupuesto, filmadas en poco tiempo y con mala calidad. Miguel Alemán Valdés asumió la presidencia de la república y bajo su gobierno se decretó la Ley de la Industria Cinematográfica. En ella se responsabilizaba a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Cinematografía, del estudio y resolución de los problemas relativos al cine. Esta decisión -que con el tiempo afectaría negativamente al desarrollo del cine nacional según Maza (1996)- fue tomada por la necesidad de controlar al monopolio de la exhibición cinematográfica que existía en esos años a cargo del norteamericano William Jenkins. Así, Alemán desmanteló dicho monopolio y se burocratizó el cine hasta la actualidad.

Durante la Época de Oro del cine mexicano se inauguraron grandes salas cinematográficas en la capital del país, por ejemplo, el Cine Chapultepec en 1944, el cual se situaba en el Paseo de la Reforma y dentro del cual Luis Buñuel tenía sus oficinas; en la misma avenida se inauguró en 1942 el Cine Latino, que tenía capacidad para 2,500 espectadores. Asimismo se inauguró en 1942 el Cine

Metropolitan, después convertido en centro de espectáculos; el Cine Ópera en 1949 para 3,600 personas; el mítico Cine Teresa, estrenado en 1942 sobre la Avenida San Juan de Letrán (Eje Central) con capacidad para 3,015 personas y al que asistía gente de toda la ciudad y de todos los estratos sociales, no obstante cada sector tuviera su propio cine. Dada la crisis del cine en los años ochenta, el Cine Teresa sobreviviría como cine pornográfico durante algunos años más, considerado el cine porno más lujoso del mundo –por su tamaño y arquitectura *art déco*-. Actualmente es un centro comercial con salas de cine para toda la familia. De igual manera cabe mencionar al Cine México, inaugurado en 1947 y considerado el cine más grande del mundo en aquella época, con seis mil butacas y siete niveles. Otros más son el Cine Princesa, el Cine Insurgentes, el Cine Lindavista y el popular Cine Savoy –después convertido en cine porno al igual que el Cine Teresa-.



Imágenes 12 y 13: Exterior e interior del Cine Teresa.



Imagen 14: Cine Ópera

2.2.6 Los años cincuenta: rumberas, arrabal, máscaras y cabelleras

Los elementos comunes de la cinematografía durante el sexenio de Miguel Alemán están compuestos por la imagen de la rumbera y el arrabal. Más de cien películas se filmaron durante dicho periodo. Este cine ya no mostraba el México rural de la Época de Oro, sino que se traslada a la capital del país para mostrar las zonas más marginadas y los barrios pobres, reflejo del fenómeno presente y persistente durante la rápida urbanización del país entre 1940 y 1950. Una de las cintas más representativas que marca el paso del cine rural al cine urbano es *Salón México* (1948) de Emilio Fernández.

Esta nueva etapa del cine destaca y presenta el estereotipo de la rumbera²⁴, contando más o menos siempre la misma historia: “una chica humilde de provincia llegaba a la ciudad, era ‘devorada’ por la maldad imperante en la urbe, y quedaba condenada a bailar en el cabaret hasta encontrar la redención”

²⁴ Bailarinas cubanas llegadas a la Ciudad de México durante la Revolución cubana.

(Maza 1996). Asimismo, no sólo la figura femenina de la rumbera fue focal, también la figura masculina de “Pepe el Toro” del filme *Nosotros los pobres* (1947) de Ismael Rodríguez, representaba al provinciano que llegaba a la capital con la esperanza de encontrar un futuro mejor, sorteando los obstáculos que conlleva la pobreza.



Imágenes 15, 16 y 17: La urbanidad, la pobreza y las rumberas en el cine de los años cincuenta.

En esta misma década aparece la más despiadada competidora del cine a nivel mundial: la televisión. Las transmisiones en México se iniciaron en 1952 con los canales 2, 4 y 5 del Telesistema Mexicano. La televisión cautivó inmediatamente al público, y para 1956 las antenas de televisión se habían ya extendido al interior de la república. Inminentemente, el cine resintió la competencia televisiva y se vio obligado a buscar nuevas técnicas y tratamiento de temas y géneros para ganar audiencia (sobre todo en terreno de temas “fuertes” que la televisión todavía no se atrevía a mostrar, pero que el cine estaba lo suficientemente maduro para hacerlo). Las primeras innovaciones se hicieron en Hollywood: cine en tercera dimensión, mejoras en las técnicas de color y sonido estereofónico. El elevado costo de esta tecnología hizo que en México se realizaran pocas o ninguna cinta con dichas características. La realización de cine se volvió más difícil: la infraestructura y equipo anticuado, el poco presupuesto, las exigencias de un público cansado de las mismas fórmulas, la sobreproducción y distribución de cintas norteamericanas, así como la muerte de Pedro Infante, provocaron una primera gran decadencia en el cine mexicano. No obstante,

gracias a Luis Buñuel hubo destellos de gloria con la colocación de *Los olvidados* (1950) en el panorama internacional, cinta nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO al retratar la cotidianidad de una zona marginal en la creciente Ciudad de México.

El cine de luchadores y los ídolos enmascarados

Entre las máscaras que utiliza el mexicano, existe una, la más real: la máscara del ídolo de la lucha libre. Estos ídolos del ring fueron inmortalizados en las pantallas del cine durante los años cincuenta y las máscaras se convirtieron en símbolo del celuloide mexicano a partir de esta época. El fenómeno cinematográfico derivó de la televisión, ya que ésta en sus inicios transmitió la lucha libre hasta convertirla en un espectáculo popular del que surgirían héroes nacionales enmascarados.

El fenómeno del cine de luchadores es curioso, ya que a pesar de ser un cine de bajo presupuesto y poca calidad, es considerado un producto artístico a nivel internacional. Como prueba de ello, la Cinemateca Francesa es la que tiene la colección más grande de películas de luchadores.



Imagen 18: El Santo, nuevo héroe nacional

¿Cómo se comportaba el público durante las proyecciones de este tipo de cintas y aquellas exhibidas durante los últimos cuarenta años? Monsiváis

(1994:60) menciona que las salas de cine eran un auténtico carnaval. El vendedor, al grito de *¡chocolat's, muéganos, palomitas, marquesotas! ¡Hay palet's, palet's!*, era la voz de la tribu. Había olores mezclados de todo tipo; el piso resbaloso era signo de incontinencias y faltas de urbanidad; el grito de *¡Cácaro!*²⁵ se escuchaba al apagarse la proyección, confundirse el rollo o cortar las escena culminante.

Y, ¿quiénes asisten a estas funciones de cine? Según Monsiváis (ídem, 67), el público ideal de una sala de cine popular está conformado por taqueros, globeros, verduleros, mariachis y músicos diversos, organilleros, tragafuegos, merolicos, acróbatas, plomeros, hojalateros, afiladores, mecánicos, fotógrafos callejeros, peluqueros, albañiles, ropavejeros, papeleros, basureros, ayateros y vendedores ambulantes. Todos ellos son los subempleados, los no asalariados en el D.F., más de un millón de personas que se entregan a hipnosis fílmica.

Pese a la decadencia del cine, durante esta época se siguieron inaugurando salas de proyección importantes, tal es el caso del Cine Diana sobre el Paseo de la Reforma en 1962, con capacidad para 1950 personas. Este es el único cine sobreviviente sobre la Avenida Reforma, actualmente operado por Cinpolis. Asimismo, en 1958 se inauguraron el Cine Paseo, el elegante Cine Roble, el cine Mariscala –que alcanzaría su auge en los años ochenta-, el Cine París y el Continental.

²⁵ Grito dirigido al mítico proyccionista.



Imagen 19: Cine Continental

2.2.7 Los años setenta: la primera independencia del cine en México

Ante el panorama de un cine atrasado, estancado, repetitivo, con fórmulas que cansaron rápidamente a su público y que notoriamente exponían una mala calidad en todos los aspectos, surge en los años setenta la necesidad de refrescar al cine mexicano. Al encontrarse estatizado el cine en el país, aquellos que querían innovar en el tratamiento de temas y técnicas, tuvieron que hacerlo por su propia cuenta. Así, surge una generación de cineastas independientes como Benito Alazraki, Arturo Ripstein, Felipe Cazals, Jaime Humberto Hermosillo, José Estrada, Jorge Fons, Alejandro Jodorowsky, entre otros que, empapados por las propuestas del cine europeo, apostaron por la realización de un cine diferente.

Además, el contexto político en el país favoreció el trabajo de estos directores. En 1970, Luis Echeverría toma posesión como Presidente de la República, y una de sus políticas más notorias fue la importancia que le concedió a los diferentes medios de comunicación masiva, entre ellos al cine. Así, -afirma Maza- el Estado realizó una inversión de mil millones de pesos al Banco Nacional Cinematográfico con el objetivo de modernizar el aparato técnico y administrativo del cine nacional, apostando por un mejor cine en fondo y forma, que a su vez atrajera a inversionistas privados. Esto dio paso en 1975 a la creación de tres

productoras de cine: Conacine, Conacite I y Conacite II, así como la realización de otras obras encaminadas a mejorar la producción de cine en el país, como la creación del Centros de Capacitación Cinematográfica (CCC) y la inauguración de la Cineteca Nacional.

A este paraíso cinematográfico se le añadió la disminución de la censura: los nuevos directores podían gozar de libertad para el desarrollo de sus proyectos, y así, el cine durante el sexenio de Luis Echeverría se caracteriza por ser –en palabras de Maza- “crítico, incisivo, a veces demasiado preocupado por los temas sociales y políticos”. A través de un lenguaje más serio pero al mismo tiempo real, a través de cuerpos desnudos, de situaciones antes tabú como el incesto, la prostitución o el despertar de las pasiones reprimidas, los cineastas independientes reflejaron las problemáticas de la clase media que por primera vez se vio retratada en la pantalla. Ejemplos de estas cintas son: *Las Poquianchis*, *Canoa* y *El apando* de Felipe Cazals, *El castillo de la pureza* de Arturo Ripstein, *La pasión según Berenice* de Jaime Humberto Hermosillo y cintas de Luis Alcoriza, entre las que destaca *Mecánica Nacional*, la cual podría ser considerada como el antecedente del cine de albures.

Durante este sexenio, Víctor Bravo Ahuja fue el encargado de la Secretaría de Educación Pública, secretaria responsable –además de la educación académica- del arte y la cultura en el país.

Durante la década de los años sesenta, además del cine independiente, las taquillas seguían cosechando éxitos con personajes como *El Santo*, *Capulina* y *Mauricio Garcés*.

2.2.8 El cine de ficheras: La reducción del cine al cabaret

Ese oasis cinematográfico duró escasamente un sexenio. Al arribo del nuevo presidente de la república, José López Portillo (1976-1982), la industria cinematográfica y sus excelentes producciones se desplomaron debido al

nombramiento de Margarita López Portillo –hermana del presidente- como Directora del recién creado organismo llamado Radio, Televisión y Cinematografía (RTC). Evidentemente su falta de preparación y conocimiento, así como su desinterés en el área, provocó un desastre: el presupuesto para el cine nacional desapareció y la idea de “un cine más familiar” (un cine que ya no retratara la crudeza de la realidad²⁶) dejó en el olvido a los directores²⁷ apoyados en el sexenio anterior. Durante este periodo presidencial fueron Porfirio Muñoz Ledo (1976-1977) y Fernando Solares Morales (1977-1982) quienes ocuparon el cargo de Secretario de Educación Pública.

El desmantelamiento que hizo Margarita López Portillo al cine nacional, así como el incendio de la Cineteca Nacional, orillaron a la hermana del presidente a importar cineastas para “proyectos de calidad”²⁸ y dejar en manos de la iniciativa privada “el demás cine”.

Es así como –aprovechándose del vacío que deja el apoyo estatal- surge una nueva industria cinematográfica privada que en poco tiempo se adueña de los espectadores con producciones realizadas con bajo presupuesto, en poco tiempo y de mala calidad: el cine fronterizo²⁹ y el cine de ficheras. Éste último aprovechó las libertades otorgadas en el sexenio anterior y las modificaciones hechas a la Ley de Censura Cinematográfica para cautivar al público con desnudos, “malas palabras”, damas de noche y situaciones sexuales llevadas al extremo que caricaturizan y estereotipan nuevamente a las clases medias y bajas de la

²⁶ Haciéndose entonces películas como las de La India María que de manera cómica, también retrataba la crudeza de la realidad de la discriminación en el país.

²⁷ Durante el sexenio de López Portillo dichos directores continuaron haciendo películas de manera autónoma. Sin el apoyo del presupuesto del Estado, estas producciones fueron cada vez más escasas.

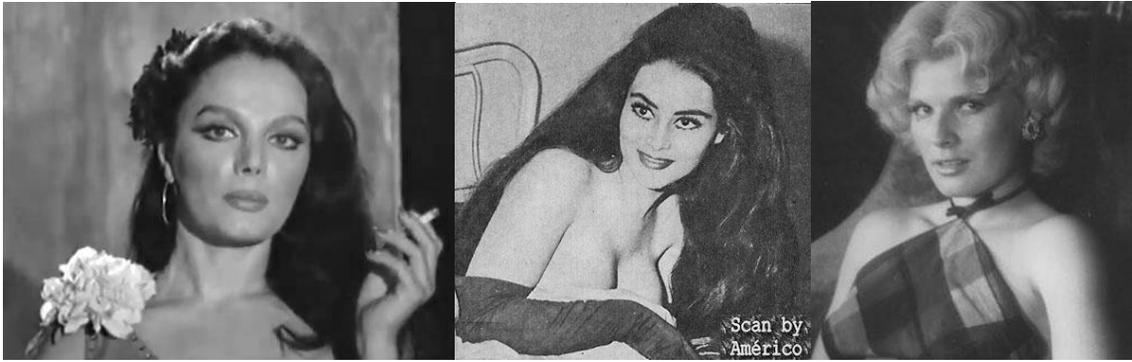
²⁸ Esa política de producción cinematográfica de calidad dio como frutos las cintas “Los hijos de Sánchez” (Hall Bartlet, 1978), la telenovelización del trabajo etnográfico de Oscar Lewis en México; y “Antonietta” (Carlos Saura, 1982).

²⁹ Sobre los estereotipos en el cine fronterizo, Norma Iglesias Paredes y David R. Maciel han realizado estudios y escritos textos que son mencionados en el capítulo introductorio de este trabajo de investigación.

sociedad capitalina. De nuevo el tema de la prostituta, antes llamada rumbera, ahora fichera. El cine de ficheras era una extensión del teatro de revista: mujeres desnudas y semidesnudas, piezas musicales y coreográficas, situaciones melodramáticas y sketches cómicos, realizado por directores de cine de una década atrás que, ante el surgimiento del cine independiente y el hartazgo del público, se refugiaron en la diversión de los centros nocturnos capitalinos.

Dentro de la filmografía de esta época se encuentran títulos como *Bellas de Noche* (1975), *Las del talón* (1978) y *Muñecas de media noche* (1979).

El cine de ficheras tuvo su origen cuando en 1968, el éxito de la comedia *Las golfas* presentada en un teatro principal de la Ciudad de México inspiró al actor y director de cine Víctor Manuel “El Güero” Castro a escribir una nueva obra de teatro titulada *Las ficheras*. Fue tan grande el éxito de dicha obra que “El güero” Castro buscó llevar la historia al cine con ayuda del famoso productor Guillermo Calderón. En un primer intento se toparon con el obstáculo de los encargados de otorgar el permiso para la realización de películas, argumentando que este tipo de mujeres en la pantalla sería una mala imagen para el cine nacional. Entonces, el título *Las ficheras* tuvo que ser cambiado por *Bellas de noche*, haciendo alusión a la película francesa *Bella de día* de Luis Buñuel. Para esta cinta no se contó con mucho presupuesto, característica que marcaría a todas las producciones del género, así como las filmaciones en poco tiempo.



Imágenes 20, 21 y 22: Sasha Montenegro, Rossy Mendoza y Angélica Chaín. Representantes del cine de ficheras

Leonardo García Tsao³⁰ –en entrevista para este trabajo de investigación– afirma que todos le entraron al juego porque este fue un cine sumamente rentable, de bajísimo presupuesto. Hasta el cine estatal le entró al género con la cinta *Oye Salomé* (1979).

Gracias a ese destape, el cine de ficheras tuvo grandes ganancias en taquillas y un recibimiento avasallador por parte del público. Víctor Manuel “El Güero” Castro afirma³¹ que este cine no obtuvo premios como tales: su premio se vio reflejado en la taquilla, “lo que la gente quería era ver mujeres desnudas y semidesnudas, escuchar alburas y groserías”.

Las actrices eran seleccionadas por el director Víctor Manuel Castro y el productor Guillermo Calderón. Ambos acudían a teatros de revista, burlesque y cabaret en donde abordaban a bailarinas y actrices que les llamaban la atención y las invitaban a participar en películas de ficheras. Como ejemplo están Angélica Chaín y Lyn May. Al haber salido de ambientes nocturnos, estas actrices aportaban anécdotas para los guiones de las películas.

³⁰ Crítico e investigador de cine y ex director de la Cineteca Nacional.

³¹ En entrevista para el programa de televisión “La historia detrás del mito: Cine de ficheras”. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=YeTcOP3z0Tw>

La revista *Cámara* de 1978 de la Cámara Nacional de Cine (CANACINE), presenta una tabla³² donde se pueden observar las veinte mejores películas del año, entre las que destacan –dentro del cine de ficheras- cintas como *Noches de Cabaret* (la segunda más taquillera después de *El patrullero 777* con Cantinflas), *Las del talón* y *Oye Salomé*. Estas cintas compitieron en las salas de cine con tres películas de cine fronterizo, dos de Cantinflas, una de La India María y contra tres películas de cine de autor: *El lugar sin límites* de Arturo Ripstein (en sexto lugar de la lista), *El Apando* de Felipe Cazals (en décimo cuarto lugar de la lista) y *Llovizna* de Sergio Olhovich (en el último lugar de la lista).

2.2.9 ¡Las sexicomedias!

El sexenio de José López Portillo se caracterizó por el cine de ficheras; tanto que hasta el presidente se llevó el mejor recuerdo de él: a Sasha Montenegro como esposa. Pero una vez finalizado el periodo presidencial, con él se fue el encanto por este género cinematográfico, ¡y cómo no!, si los melodramas trasladados al cabaret habían aburrido nuevamente al público. Es así como productores y realizadores regresaron a las bases del entretenimiento de masas: el humor. Humor y sexo en las imágenes y en las palabras serían la fórmula perfecta para el nuevo tipo de cine que se imponía: el cine de albuces, también llamado sexicomedias o comedia pícaras.

Al tomar posesión como nuevo presidente de la república, Miguel de la Madrid recibe el país sumido en una profunda crisis económica y social. La creciente deuda externa, las explosiones de plantas de almacenamiento y distribución de Pemex en San Juan Ixhuatepec (San Juanico) en 1984 y el terremoto que azotó a la capital del país en septiembre de 1985, fueron prioridad del gobierno, quien dejó de lado su preocupación por la producción cinematográfica. Quizá un intento sutil por parte del gobierno de De la Madrid, fue la creación del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), que durante su

³² Ver Anexo 3

sexenio no lograría despegar ni producir una gran cantidad de cintas relevantes. El IMCINE y la RTC estaban bajo el control de la Secretaría de Gobernación, la cual estaba a cargo de Manuel Bartlett Díaz durante ese sexenio.

Los mismos directores, productores y actores del cine de ficheras nuevamente aprovecharon ese vacío de producción cinematográfica estatal experimentando de manera independiente con el cine de albuces.

El éxito en las taquillas

El triunfo de las sexicomedias recae en que en esta época los exhibidores estaban obligados a destinar la mitad del tiempo en la proyección de cintas nacionales, y al haber mayormente cine fronterizo y sexicomedias, se recuperaba rápidamente el poco dinero invertido en la realización de estas cintas, a pesar de exhibirse en cines de tercera categoría (cines más económicos, en malas condiciones donde habitualmente asistían personas de los estratos más bajos de la sociedad capitalina).

El cineasta Víctor Ugalde (1984:10) afirma que en 1984, diez y siete millones de mexicanos asistieron a los 268 cines existentes en el Distrito Federal. De esos cines, siete le dedicaban el cien por ciento de su tiempo a la proyección de cintas mexicanas (los cines Mariscala, Mitla, Nacional, Regis, Sonora, Variedades y Santos Degollado), mientras que en promedio otros veinte cines le dedicaban del cincuenta al noventa por ciento de su tiempo al cine mexicano (Cine Ermita, Popotla, Viaducto, Emiliano Zapata, Tlatelolco, Metropolitan, Vicente Guerrero, Juan Orol 2, Premier, Acapulco, Soledad, Olimpia, entre otros). Durante la década de los ochenta se realizaron ochenta películas por año en promedio³³.

Para esta década decrece la construcción de salas de cine en relación con el crecimiento demográfico de la población. No obstante, se registra que en promedio, cada habitante de la Ciudad de México asiste en 1984 nueve veces por

³³ Ver Anexo 4.

año al cine. Esto se debe al bajo costo de los boletos (cuatro pesos) y a que el cine sigue siendo uno de los espectáculos favoritos de la población.

Como ejemplo del éxito de la cinematografía mexicana durante la década de los ochenta –pese a su baja inversión y mala calidad- la revista Cámara de 1981 sitúa a la película *La Pulquería* como la más taquillera de 1988; y en su publicación de 1984, presenta una lista con las 35 cintas mexicanas más taquilleras estrenadas y reestrenadas en el Distrito Federal y área Metropolitana en 1984. Si bien la película infantil *Katy La Oruga* –producción de México-España- se posiciona en el primer lugar, es seguida por poca diferencia por *El día de los albañiles*, la cual logró recaudar \$117,573,395.00 desde su estreno el 9 de agosto de 1984, pese a que fueron suspendidas las funciones dominicales de agosto a octubre de dicho año en las salas Cotsa³⁴. Otras sexicomedias que figuran en la lista de las más taquilleras son *La pulquería III*, *El vecindario II*, *Emanuelo (Nacido para pecar)*, *Los peseros*, *Escuela del placer*, *Los fayuqueros de Tepito*, *Nosotros los pelados* y *Cuatro hembras y un macho-menos*. Estas cintas compiten con aproximadamente cuatro de cine fronterizo, tres de Vicente Fernández y Antonio Aguilar, seis de Videocine (cine familia con protagonistas como Roberto Gómez Bolaños, La India María, Pedrito Fernández y Luis Miguel), dos de Cantinflas y tres de cine de autor independiente (dirigidas por Luis Mandoki, Rafael Urquidi y Luis Alcoriza).

En entrevista para esta investigación³⁵, el actor Alfonso Zayas afirma que durante el auge de las sexicomedias –es decir, la década de los ochenta- se llenaban las salas de cine más grandes, donde cabían en promedio 1,500 personas. Entre estas salas destacan el Cine Mariscal, el Arcadia, el Nacional y el Cine Teresa. En total se llenaban entre doce y quince cines diariamente con

³⁴ Los cines COTSA pertenecían a la Compañía Operadora de Teatros S.A. y afiliados, que manejaban la cadena de cines “Ramírez” que después fueron vendidos a Cinépolis. La razón por la cual fueron suspendidas las funciones dominicales no se especifica.

³⁵ Ver entrevista en Anexo 1.

gente de todas las clases sociales así como de hombres y mujeres por igual. Esto hablaba del éxito popular del fenómeno cinematográfico. Señala Zayas que el objetivo de estas cintas era divertir al pueblo, y a pesar de no recibir dinero en parte del Estado –en épocas de Margarita López Portillo-, lograron su meta: “el dinero estatal no pudo comprar la diversión del pueblo... nosotros sí”.

¿Cuál fue la clave de la fama y del buen recibimiento del cine de albueros por parte del público? Que fue un cine pensado desde sus orígenes para el pueblo, sin mayores pretensiones, sin personajes ni situaciones muy elaboradas. Es por ello que para el sector de la crítica cinematográfica, estas cintas son –según Alfonso Zayas- denigrantes, “pero los críticos no se acuerdan que el cine es para el pueblo, no para los críticos (...) incluso las comunidades latinas en Estados Unidos y de otros países, recibieron muy bien nuestras películas, pues se sienten identificados por la añoranza del idioma y del país (...) así que a una película no se le puede etiquetar como ‘ignorante’ o ‘intelectual’ porque lo que importa es su público”.

Respecto a lo anterior, se puede argumentar que existen –como ya se ha mencionado al inicio de este capítulo- dos tipos de cine: el artístico o de autor y el comercial o industrial. Las sexicomedias pertenecen al segundo, y efectivamente no puede ser calificado con los parámetros del primero. La popularidad de las sexicomedias fue tan grande que se realizaron más de cien películas en una década.

Las características de las sexicomedias

Las sexicomedias pueden ser comparadas con otros fenómenos cinematográficos internacionales, como la *Commedia picara italiana*³⁶ o el cine

³⁶ Denominada también como “Commedia sexy”, se trata de una vertiente de la comedia surgida propiamente en Italia a mediados de la década de los años setenta (a la par del cine de Ficheras). Las características de esta comedia pícaro italiana son las mismas que tendrían después las comedias pícaras

argentino de Jorge Porcel: se trata de un cine pícaro, erótico y cómico que (re)presenta las fantasías de los hombres que no son fuertes, ni guapos ni ricos, pero que pueden conseguir a la mujer que desean. Incluso Alfonso Zayas afirma haber estado consciente en aquella época de la similitud con esas cintas italianas y argentinas, así como de sentirse orgulloso de haber conocido a su símil italiano, al Zayas italiano: Lando Buzzanca.

No obstante la similitud de las sexicomedias con el cine argentino e italiano de la época, las primeras tienen elementos que las hacen únicas, por ejemplo el albur, que es algo muy mexicano, así como la jerga capitalina, los escenarios y otros códigos culturales que hacen de las sexicomedias, un cine único y original.

Estas cintas –según Monsiváis (1994:207)- son la liberación del cine a todo lo que da. Los espectadores consideran estas películas un almacén de chistes, referencias visuales, obsesiones de gusto personal y de barriada. Los protagonistas son los cómicos del cine de ficheras. Ahora son las ficheras y las mujeres voluptuosas las que rodean a los humoristas. El escenario deja de ser el cabaret y se trasladan a la vecindad y a los lugares de trabajo: el mercado, la construcción, el taxi o la calle.

Los protagonistas de estas cintas son los actores Rafael Inclán, Alfonso Zayas, Alberto Rojas “El caballo”, Roberto “Flaco” Guzmán, Manuel “Flaco” Ibañez, Guillermo Rivas “El Borrás”, Sergio Ramos “El Comanche”, Raúl “” Padilla, Raúl Padilla “Chóforo”, Lalo “El Mimo”, Humberto Elizondo, Charly Valentino, Pedro Weber “Chatanuga”, Luis de Alba “El Pirrurris”, José René Ruiz Martínez “Tun Tun”, Adolfo “Pelón” Solares, Gerardo Zepeda “El Chiquilín”, entre otros. La contraparte femenina estaba compuesta por Carmen Salinas, Susana Cabrera, Maribel Fernández “La Pelangocha”, entre otras.

mexicanas: “mostrar en la pantalla el imaginario erótico colectivo del italiano promedio, y la mujer (...) aparece como salida directamente de los sueños y fantasías picantes del macho latino”. (Aulenti 2011:138).



Imágenes 23,24 y 25: Alfonso Zayas, Luis de Alba y Alberto Rojas, representantes de las sexicomedias.

Para Francisco Sánchez (1990:177), el cine de albuces es torpe en su factura, indigente en su técnica, estúpido en sus historias, mezquino es su presupuesto y total falta de imaginación, pero no por ello debe ser prejujuado con parámetros clasistas o moralistas, ya que debe dársele su valor cultural, sobre todo lingüístico, por ser cine popular.

Jorge Ayala Blanco define el cine popular como

“un cine cercano a los gustos del público más extenso, con películas de éxito masivo (...) que pretenden satisfacer las aparentes demandas generales de diversión al tiempo que explotan la dinámica de los prejuicios sociales y los imaginarios más arraigados: las cintas más taquilleras, las más representativas, las más vulgares en el sentido literal del vocablo, las más excedidas y las que destacan en lo expresivo dentro de esa tendencia” (1990:14).

Según Ayala Blanco, el cine de albuces se compone de los siguientes elementos:

Feria de albuces archirrebotados y sobados, encueres bisexuales al por mayor, acuestes frenéticos sin preparativo alguno, fóbicos lances homosexuales en abundancia, carne que te quiero carne hasta en una carnicería, grado menos diez de la expresión cinematográfica (aunque con ágil fotografía de Raúl Domínguez), arbitrarias situaciones de vodevil aletargado/paquidérmico o desparramado/hiperkinético, actuaciones exageradas hasta la caricatura y el guiñol, restos de subgénero de ficheras con opulentas desnudistas de museo de cera, un populacherismo para

autoconsumo, gruesos equívocos que saltan a la vista, fatigosos sobretabajos genitales casi próceres, humor picoso ultraprevisible, desfachatado tono festivo de deshinibición sin fronteras de censura (...). (Todos estos) mensajes intocados/reprimidos/desechados por el discurso televisivo dominante, el póstumo rebajamiento de un cine vuelto *residual*. (Ídem, 32).

La variedad de sexicomedias

Evidentemente, no todas las sexicomedias son iguales; se realizaron diferentes tipos de comedias pícaras. Por ejemplo, existen aquellas que funcionaron como transición entre las películas de ficheras y las sexicomedias como *Los plomeros y las ficheras* o la saga de *La pulquería*, en las que comenzaba a dársele mayor foco al equipo cómico dentro de los melodramas cabareteros.

Ya una vez separados ambos subgéneros, se puede mencionar la serie de cintas protagonizadas por Alberto Rojas “El Caballo” tituladas *Un macho... (en el salón de belleza, en la cárcel de mujeres, en el hotel, en la casa de citas y en la tortería)*, cintas que encumbran la figura de un nuevo macho afeminado que anula su masculinidad como estrategia para estar cerca de varias mujeres.

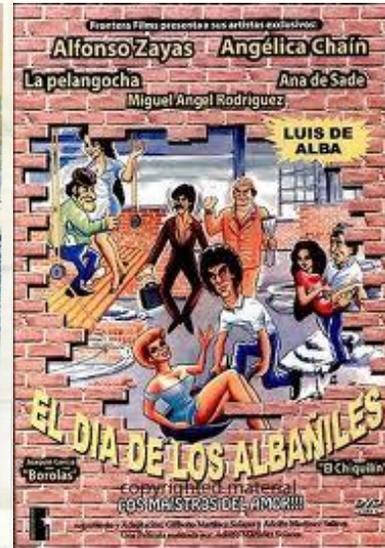
Asimismo están todas aquellos filmes protagonizados por el actor Luis de Alba en sus personajes *Juan Camaney*, *El Pirruris* o *El chico de la Ibero* (bastante clasista dicho sea de paso) en cintas como *El Rey de los Taxistas* (1987), *Las calenturas de Juan Camaney* (1988) y *El gato de las azoteas* (1988). Ayala Blanco describe al personaje de *Juan Camaney*³⁷ como “un vivillo aprovechado, medio

³⁷ Ayala Blanco señala que el mote de Juan Camaney deriva del juego de palabras Come on, hey! Y de la expresión popular “A poco te crees muy Juan Camaney” en boga durante las épocas pachucas de los años cuarenta.

cínico, medio correlón, medio erotómano, medio reprimidón exasperado (...) pero siempre con buena suerte” (1991:59).

Otro personaje presente en toda una serie de películas es “El Mofles”, interpretado por Rafael Inclán, con cintas como *El Mofles y los mecánicos* (1985), *Las movidas del Mofles* (1987) y *El Mofles en Acapulco* (1988), donde el hilo conductor es la ocupación como mecánico y parrandero perpetuo del personaje principal que siempre se hace acompañar por sus cuates de botella para echar relajo y conquistar mujeres exuberantes, elucubrando la “amistad a la mexicana”, la cual –según Ayala Blanco (ídem, 50)- debe ser solapadora, cómplice de la holgazanería pachanguera y quebrantadora en reglas en beneficio del pequeño grupo primario. Inclán también es recordado por interpretar a *Emanuelo*, la contraparte masculina, mexicana y cómica de *Emmanuelle*, aquel personaje erótico francés, lo cual demuestra a su vez que los realizadores de cine de ficheras y de sexicomedias, no desconocían el cine que se realizaba a nivel mundial.

Y finalmente, están aquellas películas catalogadas por Jorge Ayala Blanco como las cintas del exceso sexocómico, tales como las sagas de *Los verduleros (Los marchantes del amor)* (1986/1987), *El día de los albañiles (Los maestros del amor)* (1983/1988) o *Tres Lancheros muy picudos (Sucedió un verano)* (1988), caracterizadas por ser comedias burlescas, excesivas de comedia y sexo, farsa, melodrama prostibulario, farsa y escarnio sexual y peleas; exceso de gags, de desnudos, de cópulas *soft*, de albuces superexplícitos, reafirmados con gestos y ademanes. Así son las comedias del exceso. Incluso, -según Ayala Blanco (ídem, 69)- *Tres lancheros muy picudos* corre con la fama de ser la película más lépera del cine nacional.



Imágenes 26, 27 y 28: Póster de algunas sexicomedias representativas.

Lo que representan las sexicomedias (según sus críticos)

En este apartado se han mencionado en reiteradas ocasiones los señalamientos que hace Jorge Ayala Blanco a esta etapa del cine, ya que es – probablemente- el único autor/especialista en crítica cinematográfica que ha ahondado en este periodo, dedicándole gran parte de su libro “La disolución del cine mexicano. Entre lo popular y lo exquisito”, en el cual además atina a describir aquello que representan los personajes de las sexicomedias, puntualizando algunos estereotipos referidos con un lenguaje muy *sui generis*: compulsivos erotómanos vueltos seres desatinados e intersexuales; verdaderas ruinas humanas, humildes y escalofriantes estragos físicos que se ufanan de serlo a cada instante y lo reafirman en cada incidente; sabandijas conflictivas y abusivas demasiado de bajada; madreadores espantosamente madreados por la vida; creaturas inconscientes ajenas a la madurez y a la evolución de la rutina alburera elevada al absurdo de la repetición desubstanciadora.

Ayala Blanco (ídem, 40) afirma que estos estereotipos son interpretados por actores que en realidad no son actores, ni cómicos, ni galanes, ni graciosos, ni

carperos, ni improvisadores, ni recitantes de chistes. No obstante, si se conoce su trayectoria y se revisa el proceso de creación de sus personajes y de las anécdotas, se podrá concluir que sí son actores, improvisadores y cómicos.

Probablemente, -según quien suscribe este trabajo de investigación, así como Jorge Ayala Blanco- si existiera un perfil ideal para estereotipar al mexicano-capitalino-pelado-alburero-caliente de la década de los ochenta, el actor Alfonso Zayas lo encarnaría a la perfección: el tener la voz aguardentosa, el cuerpo flaco y famélico, desencajado, reseco, chupado, la cara larga, menguante, el perfil vetusto, decrepito y de gestos procaces y soeces, lo convertirían en ídolo de la miseria –pero a la vez fantasía- cómica. Zayas interpretó personajes memorables dentro de las sexicomedias como al diablo virgen/homoflexible de *La pulquería* (1980), al travesti carcelario de *Hilario Cortés el Rey del Talón* (1980), al atrevido pollero de *Los verduleros* (1987), al ladrón con doble vida de *El ratero de la vecindad* (1982/1986) y al famoso albañil romántico pero caliente de nombre Roberto de *El día de los albañiles*.

Ayala Blanco define a Alfonso Zayas como un “personaje-espejo social que revela y justifica su alevosa necesidad para seguir nutriendo al descompuesto espíritu comunitario” (ídem, 44). El propio actor Alfonso Zayas afirma que el éxito de esta etapa de la cinematografía se debió a que el público quería verse reflejado en las pantallas de cine y fantasear con ser un personaje como él.

Por otra parte, la figura femenina en las sexicomedias aparece como un mero objeto del deseo por medio de cuerpos protuberantes, desnudos y ninfómanos, aunque cabe destacar la aparición de personajes que entran en el juego del albur, que se ponen al tú por tú con los personajes masculinos, rompiendo es estigma de que el lenguaje popular y alburero era únicamente de dominio masculino. Entre estos personajes se encuentra el de La Corcholata, interpretado por Carmen Salinas, y el de La Pelangocha, interpretado por Maribel Fernández.

La decadencia: ¿Qué fue de las *sexicomedias*?

El éxito del cine de ficheras –y por lo tanto de albures- culminó cuando se realizaron producciones con todavía menor presupuesto a través del video, es decir, por medio el *video home*³⁸ durante el mandato de Carlos Salinas de Gortari (presidente de México durante el periodo 1988-1994). Aunado a la aparición del video, en este período se vendieron los estudios cinematográficos donde se realizaban películas; estudios que contaban con reflectores, dollys, grúas y escenografías, además de que se firmó el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá, destacando que el ámbito cultural no fue incluido en dicho tratado. Esto generó el declive de la producción cinematográfica que hasta el momento se venía haciendo.

Leonardo García Tsao³⁹ afirma que el video fue sólo una forma más de explotación de lo que quedaba de los subgéneros fronterizo y de ficheras: el video ofrecía la facilidad de realizarse en un par de semanas y provocaba pérdidas en las ganancias de los actores, productores y cines.

De igual manera, las salas de cine comenzaron a recibir –en su mayoría- producciones estadounidenses, quitándole espacios de proyección al cine nacional que se había venido haciendo. Algunos otros argumentan que el cine de ficheras es el declive, el hundimiento y la decadencia del cine mexicano en general, ya que parte del público se sintió ofendido por el contenido de las cintas.

Como quiera que sea, la consecuencia de esta decadencia se vio reflejada a finales de los ochenta –según Rosas Mantecón (1995)- en el cierre de más de setecientas salas de cine para convertirlas en centros comerciales, así

³⁸ El video se convirtió en una manera aún más económica de hacer películas, con menos calidad y ahora al alcance de todo el público, ya que no era necesario asistir a las salas de cine, sino que simplemente se podía comprar el cassette de video y llevarlo a casa. Es tan sencilla y económica esta forma de hacer películas, que se hicieron muchas cintas amateur.

³⁹ En entrevista para este trabajo de investigación.

como un cambio en los hábitos de la población: se deja de asistir a las salas de proyección –espacios de socialización- y se mira el cine en casa, por medio de la televisión o el video en familia.

Actualmente se siguen transmitiendo por los canales de cable Cine Latino, Cine Mexicano y TVC Cine Mexicano, la mayoría de las veces en un horario nocturno, aunque en algunas ocasiones se presentan durante el día. Las películas son las mismas de la década de los años ochenta, así como otras realizadas en los noventa y en raras ocasiones las poquísimas hechas en la primera década del siglo veintiuno, de todavía ínfima calidad en todos los aspectos.

Sin embargo, cabe resaltar que la puerta que las sexicomedias abrieron, se quedó abierta: la mirada lasciva sobre el cuerpo femenino se siguió presentando en los subgéneros posteriores al cine de albur, por ejemplo con las novedosas cintas de la saga *La risa en vacaciones*, protagonizadas también por actores masculinos poco atractivos rodeados de mujeres despampanantes, aunque la modalidad de estas cintas era la carencia de una historia que contar. Únicamente se sustentaban en bromas con supuestas cámaras ocultas y sketches cómicos que trataban de mostrar los incidentes previstos en un contexto tropical.

La primera de estas cintas logró recaudar en los cines –según Ayala Blanco (ídem,72)- dos mil millones de pesos, lo cual institucionalizaría su éxito y la marcaría como el nuevo subgénero taquillero de los años noventa, acompañado en televisión por el programa del mismo corte llamado *Infraganti* de Óscar Cadena, que parecen afirmar que la risa es inherente al hombre y que “para la clase media no hay nada más divertido que burlarse del prójimo anónimo, que podría ser ella misma, con todas sus cobardías y simplismos fascinantemente despectivos en una cabal identificación proyectiva-masoquista” (Ayala Blanco: ídem, 74). Ya con las sexicomedias el público se burló de la pobreza, del machismo y de la calentura; ahora se burla de la idiotez, de la degradación y del ridículo mientras sigue contemplando cuerpos femeninos con poca ropa.

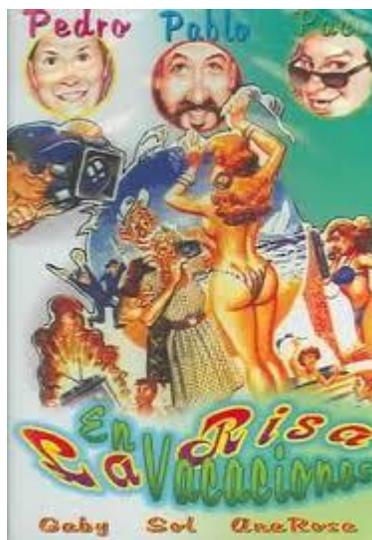


Imagen 29: Poster de “La risa en vacaciones” (1990)

Es innegable que el éxito de esta fórmula cinematográfica permeó en la televisión con emisiones como *La hora pico*, *La escuelita de Jorge Ortiz de Pinedo* o *Picardía Mexicana*, programas que continuaron con dicha fórmula cómica-sensual para seguir satisfaciendo –con humor- las fantasías sexuales del macho mexicano.

Los últimos destellos de las sexicomedias y de subgéneros similares durante la década de los años noventa y la primera década del siglo veintiuno compitieron contra el llamado “nuevo cine mexicano”, una resurrección ruidosa que ha tenido la producción cinematográfica nacional hasta el día de hoy, viendo nacer a directores como María Novaro, Carlos Carrera, Alfonso Arau, Gabriel Retes, Luis Estrada, Antonio Serrano, Alejandro González Iñárritu, Carlos Bolado, Carlos Reygadas, Alfonso Cuarón, Guillermo del Toro, Amat Escalante, Fernando Sariñana, entre otros que hacen cine para diferentes públicos y con diferentes objetivos, pero que han conseguido -con poco o mucho apoyo-, exhibir sus películas en las salas de cine mexicanas y –en el mejor de los casos- en salas y festivales extranjeros. Sexicomedias, cine fronterizo y las risas vacacionales se

han quedado atrás, han cansado al público, han explotado hasta sangrar sus fórmulas y no tienen nada nuevo que ofrecer.

Aunque las sexicomedias abrieron la puerta para otro tipo de cine y de programas televisivos, el lugar que ocupaban esas cintas no ha sido llenado por nadie. Incluso –comenta Alfonso Zayas- el público sigue buscando las sexicomedias, sobre todo en Estados Unidos, donde –según el actor- la comunidad de mexicanos siente más necesidad identificarse con algo. Las sexicomedias indudablemente ocupan un lugar muy importante en la cinematografía mexicana, así como en los fenómenos culturales de masas, ya que, si bien muestran un lado fantástico, caricaturizado y exagerado de los personajes y situaciones, también muestran otro lado real y transparente con el que por primera vez en mucho tiempo, el público de las clases populares se sintió identificado y tomado en cuenta.

CAPÍTULO 3: LOS ESTEREOTIPOS DE LA CULTURA POPULAR URBANA EN LAS SEXICOMEDIAS MEXICANAS

3.1 Características del universo narrativo de las sexicomedias analizadas

Los estereotipos representados en las sexicomedias del cine nacional no son gratuitos. Pese a estar dentro de un universo ficticio, como es el texto fílmico, son (re)presentaciones –con todo y sus ridiculizaciones- tomadas de la realidad y del contexto social, político, cultural y económico del país, concentrándose las más de las veces en la Ciudad de México y en sectores populares de ésta. A continuación se detallarán algunas de las características narrativas de las sexicomedias, como lo son las líneas argumentales y los espacios en los que se mueven los personajes para poder situar a los estereotipos en el universo narrativo.

3.1.1 La historia y el relato: lo que se cuenta y cómo se cuenta

Estas cintas se caracterizan por tener varias líneas narrativas con cruces de género, es decir, cuentan más de una historia, son “multihistorias”, y cada una de esas líneas narrativas pertenecen a diferentes géneros cinematográficos, entre los que además destacan números musicales y coreográficos, remitiéndose al teatro de revista de la época.

Así, la mayoría de las cintas giran en torno a individuos o grupos de amigos, vecinos, compadres o compañeros de “talacha”⁴⁰ –a los que los une también el relajo- que se ven amenazados, sometidos o puestos a prueba por un grupo antagónico gangsteril, es decir, un grupo criminal de alto o bajo rango. Incluso en algunas de las sexicomedias se hacen referencias directas a famosos filmes del género de gánsteres como *El Padrino* (Ford Coppola, 1972) parodiada en la película *Dos machos que ladran no muerden* (*Nos reímos de la mafia*)

⁴⁰ Compañeros de trabajo

(Castro, 1986). Otras cintas donde aparece el tema de organizaciones criminales son *El Mofles en Acapulco* (Durán, 1988), *El ratero de la vecindad* (Martínez Solares, 1982), *Los rateros* (1988), *Tres lancheros muy picudos* (Martínez Solares, 1988) y *Los verduleros (Los marchantes del amor)* (Martínez Solares, 1986). La justificación de estas líneas narrativas dentro de las historias es hacer que los personajes masculinos queden al final de la película como héroes ante los personajes femeninos, ante la comunidad a la cual pertenecen y ante el público, reivindicando su figura de macho no del todo perdida que se hace justicia por su propia mano.

Otra temática recurrente es el romance. Pocos relatos pueden estar completos o ser atractivos sin la anécdota romántica. Como ya se ha visto en el capítulo anterior, el melodrama y el sentimentalismo es el estilo narrativo para las masas (en tele, radio, cine, fotonovelas y cómics) por excelencia en el país. La mayoría de estas citas tienen una línea narrativa centrada en la relación amorosa de una pareja –pese a lo paradójico que pudiera resultar el romance en un personaje pelado-, dando destellos de aquel macho romántico que encumbraron las figuras arquetípicas como la de Pedro Infante o Jorge Negrete. Los momentos románticos son presentados de manera sentimental, positiva y “cursi”, como es el caso de la historia entre Roberto (Alfoso Zayas) y Beatriz (Angélica Chaín) en *El día de los albañiles (Los maistros del amor)* (Martínez Solares, 1984), pareja que lucha por mantenerse junta a pesar de los obstáculos que se presentan como la aparición de terceras personas, la infidelidad o el peligro de muerte.

Otros géneros presentes con menor frecuencia son el policíaco, como en *El día de los albañiles* o *Los verduleros*; los grandes conflictos y fuertes emociones representados por medio del melodrama en *Huele a gas* (Castro, 1986), *Los plomeros y las ficheras* (Castro, 1988) o en *La Pulquería* (Castro, 1981), dramas centrados en la frustración de tres sujetos por no poderse desarrollarse como

boxeadores⁴¹; y el género fantástico, es decir, anécdotas que presentan hechos o personajes improbables o imposibles, como la representación del diablo en *La pulquería* (Castro, 1981).

Pero el género más importante al que pertenecen estas cintas, su nombre lo dice: las sexicomedias son comedias, ya que las mayoría de las situaciones ahí (re)presentadas son abordadas desde una perspectiva ridiculizada, caricaturizada y cómica. La **comedia** es definida de manera básica por el Diccionario Técnico Akal de Cine como la obra que provoca en el espectador regocijo e hilaridad y tiene un final feliz, pero ¿qué provoca ese regocijo e hilaridad? Según este diccionario, el denominador común de todas las comedias es su visión de la ridiculez de la conducta y los asuntos humanos, y su intento de que los espectadores se rían de los errores y desgracias de personas un poco menos listas y seguras que ellos. Esta posición no sólo permite al público sentirse superior, sino librarse, de una manera segura y amable, de su propia agresividad. De igual manera, cabe destacar que el cine de comedia se vale muchas veces de *slapstick* y gags visuales, es decir, de efectos cómicos breves e inesperados que tienen que ver con el trabajo físico de los actores para provocar la risa en el espectador. Las sexicomedias se valen más de un humor basado en el lenguaje (el albur y el doble sentido), así como de las situaciones mismas que son algunas veces absurdas y otras veces mimesis de la realidad. El cine de albur se convierte en una comedia fársica porque presenta personajes con conductas ridículas luchando por la supervivencia en un medio mezquino: su entorno social y su situación económica; las conductas de los personajes masculinos se centran en la búsqueda de trabajo, en el trabajo mismo, en eludir las amenazas de los grupos criminales y usureros, y en la conquista de mujeres salidas de sus fantasías sexuales. Los finales siempre son felices, y para estos personajes no hay mejor

⁴¹ Aunque el box no se muestra como una línea narrativa de gran importancia, cabe destacar que es un deporte característico de la cultura popular capitalina concentrada en los barrios del centro de la Ciudad de México.

manera de cerrar la anécdota que con un baile tropical (manera en que terminan la mayoría de las sexicomedias).

Asimismo, estas cintas tienen la característica de ser comedias pícaras, eróticas o formalmente llamadas por el Diccionario Técnico Akal de Cine como *sexploitation*, término de argot cinematográfico empleado para referirse a cualquier película realizada principalmente con el propósito de excitar sexualmente al público. Dentro de esta categoría caben las películas pornográficas, así como las cintas eróticas que muestran de manera menos explícita prácticas sexuales. Las sexicomedias pertenecerían a esta última definición, ya que en ellas abunda el lenguaje y las imágenes de encuentros sexuales casi explícitos, donde se muestran cuerpos femeninos desnudos y actos sexuales que van desde un “arrimón” hasta el coito mismo sin mostrar los órganos sexuales. Ahora bien, es curioso observar cómo en la década de los años ochenta, en Estados Unidos se exhibían cintas con contenido sexual –implícito o explícito- únicamente en salas especiales o en horarios nocturnos, en televisión por cable o eran realizadas en formato video home. No así las sexicomedias, las cuales –como se ha podido ver en el capítulo anterior- pese haber surgido de un tipo de espectáculo teatral nocturno y para adultos, eran proyectadas en salas comerciales y en todos los horarios, incluso actualmente se les puede encontrar en la televisión por cable en todos los canales de cine mexicano y latinoamericano.

Probablemente se pueda afirmar que el motivo principal por el cual el público asistía a las salas de cine a ver estas películas, era por el morbo y la curiosidad que despertaba el cuerpo desnudo y las vastas situaciones sexuales en las que estaban involucrados los personajes femeninos. El cine de ficheras –en el que se incluyen las sexicomedias- fue un fenómeno interesante desde el punto de vista de la censura, ya que antes de esta etapa cinematográfica, el público que asistía al cine, únicamente podía apreciar efímeras insinuaciones sexuales en cintas protagonizadas por Mauricio Garcés y saciar su curiosidad con las versiones no censuradas de cintas poco distribuidas como *Adán y Eva* (Zacarías, 1969) o películas de luchadores con personajes femeninos semidesnudos, así

como en revistas mexicanas voyeristas como “Bellezas”, “Diversión”, “Caballero” o “Su otro yo”, o en cabarets populares en la capital del país que además son mencionados en las sexicomedias como lugares frecuentados por los personajes masculinos. El tema de la cultura voyerista del mexicano no será desmenuzado en este trabajo de investigación, pero es importante señalar que existe una gran cantidad de productos destinados a satisfacer esta finalidad y desde hace varias décadas, tales como el cine, las revistas y los centros nocturnos arriba mencionado, así como la gran cantidad de cómics para adultos (historietas sensacionales) que se publican periódicamente en todo el país y que cabe destacar, tienen en común con las sexicomedias, la caricaturización y objetivación del cuerpo femenino⁴².

3.1.2 Los espacios: Los lugares y escenarios donde se realizan las acciones dentro del universo narrativo de las sexicomedias son importantes pues son los espacios de interacción social de los personajes. Dada la verosimilitud de las cintas analizadas, casi todos los espacios son reales y se corresponden con los personajes y las anécdotas, es decir, se trata de espacios urbanos populares. La mayoría de las sexicomedias están filmadas en la Ciudad de México. ¿Cómo se sabe esto? Porque muchas de las cintas comienzan con panorámicas de las principales avenidas y monumentos de la capital (El Ángel de la Independencia, La Diana Cazadora, El Zócalo), para después ir concentrando la mirada del espectador en un mercado, un barrio o una construcción.

En entrevista para este trabajo de investigación, el actor Alfonso Zayas refirió que las locaciones eran escenarios naturales: vecindades, construcciones, mercados y pulquerías (la mayoría por la zona de Xoco, en la Ciudad de México),

⁴² Como muestra véanse los posters de las sexicomedias, todos ellos están hechos con el mismo tipo de diseño de los cómics mexicanos para adultos.

Otro dato curioso que relaciona a las sexicomedias con los cómics para adultos, es que los personajes masculinos de las películas, aparecen en algunas cintas leyendo en su tiempo libre dichas publicaciones, tal es el caso de las cintas *El día de los albañiles* y *El Mofles en Acapulco*. En esta última el protagonista disfruta de la lectura de “El libro policíaco”.

en los cuales se convivía con personas también reales: albañiles, vendedores, marchantes, bailarinas y borrachitos. Los espacios más frecuentados dentro de estas cintas son los espacios donde se vive, los espacios donde se trabaja y los espacios de diversión.

La vecindad

Al tratarse de una cultura popular urbana de una clase social que es percibida como baja, los espacios de vivienda corresponden a **vecindades** –en algunas cintas se hace referencia a que se encuentran en el barrio de Tepito-. Guillermo Boils (1996:81) afirma que las vecindades son un espacio recurrente en el imaginario popular, espacio construido en ese imaginario gracias al cine, a los estudios antropológicos como los de Oscar Lewis y a canciones como las de Chava Flores. Lo cierto –asevera Boils- es que las vecindades son una importante modalidad de vivienda en las principales ciudades mexicanas, ya que en ellas se alojan segmentos amplios de las clases subalternas. Tipológicamente la vecindad está constituida por un conjunto de viviendas, generalmente integradas en un mismo edificio construido la mayoría de las veces sobre un terreno rectangular. Regularmente son de un solo nivel, aunque excepcionalmente pueden llegar a ser de dos o más. Habitualmente las vecindades cuentan con un patio que se convierte en el centro y eje de la distribución e interacciones sociales de los habitantes de la vecindad, ya que es un lugar común donde se llevan a cabo actividades como lavar y tender la ropa o es el espacio donde se realizan fiestas y reuniones comunes. Dentro de las sexicomedias es frecuente observar la realización de fiestas infantiles y bailes en estos patios vecinales, así como ser el lugar donde, por la mañana o por la noche, se saludan, se despiden, interactúan y, ¿por qué no? se dan los encuentros románticos o sexuales entre los vecinos. Las cintas donde se pueden apreciar vecindades son *El ratero de la vecindad*, *Los rateros*, *El día de los albañiles*, *La pulquería*, *Huele a gas*, *La portera ardiente*, *Los verduleros*, *Tres lancharos muy picudos* y *El rey de las ficheras*, entre otras.

Le Breton (1995:107) afirma sobre la vivienda, los espacios reducidos y el roce físico: “En los espacios reducidos de vivienda, los juegos de niños, sus necesidades de desgaste físico, se ven reducidos por la cantidad de prohibiciones que limitan el espacio en el que viven. Los gritos de los niños son motivo de conflicto entre vecinos. El ejercicio físico está impedido por los espacios. El tamaño reducido de las habitaciones de las casas impide el desplazamiento, impide aislarse un rato, crea rivalidades entre hermanos, tensiones en la familia”.

Al respecto, un rasgo característico en la mayoría de las vecindades –y que se puede apreciar en la cinta *El día de los albañiles*- es el uso compartido de servicios sanitarios como el excusado y las duchas, así como los lavaderos. Es probable que esa unidad vecinal derive en el sentido de comunidad presente en algunos de los protagonistas de las cintas mencionadas, pero también es posible que desemboque en conflictos, fricciones y enfrentamientos, convirtiéndose así las vecindades en espacios de relaciones sociales complejas de amistad, de relaciones de pareja, de relaciones sexuales, de compadrazgo, familiares y de enemistad que en las sexicomedias apenas se pueden atisbar sin que se pueda ahondar demasiado en sus orígenes, descripción y desarrollo. Únicamente se puede afirmar que dentro de ellas existe un sentido de comunidad –el sentido de comunidad será descrito más adelante- ya que en la vecindad debe haber idealmente unidad porque muchos individuos y familias coexisten en un espacio en que comparten los lavaderos, el patio, el baño, el taco, las fiestas, el cuidado de niños y enfermos, y ¿por qué no? a la mujer. La vecindad es un espacio recurrente en el cine mexicano, necesario para mostrar las virtudes y defectos de los que las habitan.

La pulquería

Por otro lado, los lugares de gozo son espacios de suma importancia dentro del universo narrativo de las sexicomedias, ya que son lugares de entretenimiento y diversión para los personajes de las cintas analizadas. Uno de

esos espacios es **la pulquería**, incluso existen cuatro cintas con ese título (*La Pulquería I, II, III y IV*).

Auguste Génin (en Toxqui 2008:14) señala que así como París tiene sus cafés, Londres sus *ginhouses*, Nueva York sus bares y Bruselas sus tabernas, México tiene sus pulquerías. Las pulquerías venden pulque y Toxqui define el pulque como una bebida típicamente mexicana. Se trata de un licor fermentado, blanco y dulce que produce el maguey. El pulque data desde tiempos prehispánicos al que se le atribuyen cualidades tóxicas, por lo cual ha sido considerado por algunos autores –como el cronista y conquistador franciscano Agustín de Vetancurt- como la bebida que encarna la ruina de la población indígena.

La producción, consumo y comercio del pulque es una de esas costumbres arraigadas de los indígenas que los conquistadores españoles no pudieron eliminar. Toxqui afirma que para 1909, la Ciudad de México tenía mil pulquerías de colores brillantes en cada esquina y 720,000 habitantes, por lo tanto los espacios para su venta y consumo se acrecentaron a través del tiempo. La misma autora relata que

Desde 1530 estas tabernas han sido una parte integral en la vida de los habitantes de la ciudad de México. Ellas ofrecían pulque para llevar pero lo más importante es que eran espacios para beber el pulque ahí. En contraste con los cafés parisinos, las pulquerías eran espacios donde las clases bajas se reunían, bebían, hablaban, bailaban y pasaban buenos momentos como parte de su jornada. Eran considerados espacios de interacción social y lugares de formación de la cultura popular urbana. Lugares donde se desarrolla el sentido de identidad y pertenencia. El albur y el slang florecen en la pulquería como código identitario entre los asistentes a la pulquería. Tenían una particular decoración, descrita por algunos como llenas de color y feos por otros, contribuyendo a la construcción de la misma ciudad por medio del ingenio popular. Las actitudes, múltiples actividades y roles jugados por los

asistentes, hicieron de las pulquerías un lugar de cultura popular e identidad local. (Toxqui: ibídem, 16)⁴³.

Las pulquerías existieron sólo en las ciudades y pueblos del centro del país y surgieron –según Toxqui- como consecuencia del mestizaje: la combinación del concepto europeo de taberna con la venta de la bebida indígena. A las pulquerías asistía un grupo heterogéneo de personas: los miembros de los niveles más bajos del clero y la burocracia, oficiales de bajo rango del ejército, charros, contadores, empleados y otros miembros de la clase media. La multitud que asistía a las pulquerías estaba compuesta por carpinteros, panaderos, herreros, vendedores ambulantes y propietarios de pequeños negocios, así como de toreros, mecánicos, artesanos, albañiles, prostitutas y vagabundos; gente de diferentes estratos de pobreza. Individuos de diferentes grupos étnicos, de diferentes clases sociales e ingresos que para las clases altas y las autoridades, esas personas pertenecían a una misma masa o chusma.

Los asistentes a las pulquerías –señala Toxqui- compartían más que su gusto por el pulque. En muchos casos todos esos clientes eran excluidos social y económicamente del proyecto modernizador del país. Muchos de ellos eran compañeros de trabajo, vecinos, parientes, conocidos o sólo compañeros de vagancia, juego o para perder el tiempo. Estos lazos contribuyeron a formar el sentido de comunidad de esta multitud reunida y al reforzamiento de las redes sociales, los roles de género, identidad y pertenencia entre las clases urbanas bajas, así mismo como espacios de fricciones donde las peleas dentro de las pulquerías tenían que ver con la disputa del honor entre unos y otros asistentes. (Toxqui: ibídem, 17).

En el mismo sentido, en su recorrido histórico por las pulquerías, Toxqui señala que durante la segunda mitad del siglo diecinueve, el proyecto modernizador del país vio en las pulquerías el corazón de los males sociales, como centros donde las masas urbanas borrachas abandonaban sus trabajos y

⁴³ La traducción del inglés al español es de quien suscribe este trabajo de investigación.

sus actividades, lo cual obstaculizaba el desarrollo del país. Como consecuencia, las autoridades intentaron regular las actividades realizadas en las pulquerías, así como los horarios. Esto derivó en una afectación al estilo de vida que se llevaba en las pulquerías, dejando a los lugares y a sus asistentes relegados en espacios marginados. Durante el siglo veinte las pulquerías comenzaron a desaparecer, pudiéndose afirmar que actualmente existen muy pocas y con un concepto turístico –y hasta folclorista- a diferencia de lo que antes fueron.

Para ejemplificar y describir el espacio de la pulquería en las sexicomedias, se tomará como ejemplo la cinta *La pulquería I* (Castro, 1981). En esta película comienza con la transportación del pulque dentro de un barril de gran tamaño que es llevado por dos sujetos provenientes de alguna zona rural –se puede observar por su vestimenta de manta-; durante el trayecto los estos repartidores de pulque van consumiendo la bebida y se encuentran en estado de ebriedad. La entrega se realiza en un camión que reza la leyenda “Una entrega más de ‘Pulque empedador’”. Es entregado en la pulquería “La caída de Luzbel: Pulques finos” que, como refirió Toxqui en párrafos anteriores, está pintada por fuera con colores brillantes: rojo, rosa, morado y verde, con un mural en la pared exterior en el que se puede apreciar un paisaje con magueyes.

Por dentro, la pulquería es también de colores brillantes: amarillo y verde con adornos de papel picado en múltiples colores, máscaras y cuadros. Se observan algunas mesas y sillas de madera, y en el espacio de la barra, grandes garrafas de cristal llenas de líquidos de colores que se supone, es pulque de sabores. Asimismo, dentro de la pulquería hay un altar a la Virgen de Guadalupe y en la primera escena dentro del lugar –Nacho (Alfonso Obregón), el encargado- le hace una ofrenda con dos veladoras, realizando la señal de la cruz mientras las enciende con un cerillo⁴⁴.

⁴⁴ Todo ello concuerda con la definición que se ha dado en páginas anteriores sobre estética popular mexicana.

Uno de los primeros clientes en llegar es “El Ayates” (Rafael Inclán), un pepenador acompañado de su perro. En la primera aparición de este personaje, éste va al baño en el cual –como es de esperarse en un baño mexicano y de pulquería- hay un letrero que dice “Mea feliz, mea contento, pero hijo de... méate adentro”.

Algunos clientes de la pulquería están solos; otros están en pareja (hombres), hablando, jugando “vencidas”⁴⁵ o rayuela de pulquería⁴⁶; y otros más están en grupos tocando la guitarra, cantando, hablando y jugando cartas. En las secuelas posteriores de *La Pulquería*, los clientes también pasan el tiempo viendo peleas de box por la televisión.

Nacho le obsequia a “El Ayates” un vaso de pulque para la “cruz”⁴⁷, y el pepenador lo comparte con el perro. Otro de los personajes que llega a la pulquería es un profesor (Polo Ortín) hablando de manera poética, vestido –a diferencia de los demás clientes que visten de una manera sencilla- de traje y bombín. Este personaje se dice que frecuenta la pulquería pues es conocido por todos los presentes, y se sienta a beber con “El Ayates”, lo cual demuestra las relaciones sociales que se dan dentro de la pulquería entre personas de diferentes grupos sociales.

Afuera de la pulquería conviven personas como un organillero, vendedoras de tacos de suadero y gorditas, un policía “pirata”⁴⁸, prostitutas, panaderos, vendedores ambulantes, borrachitos y transeúntes. Algunos de los cuales entran a la pulquería y conviven con los que ya estaban adentro. Menos las mujeres: las mujeres tienen prohibida la entrada a la pulquería.

⁴⁵ Juego de fuerza muscular: dos individuos se ponen frente a frente, apoyan el brazo derecho sobre una superficie, entrelazan las manos y tratan de hacer que el contrincante toque con su mano, dicha superficie.

⁴⁶ Este juego consiste en lanzar a distancia una moneda sobre una tabla que está apoyada en un resorte. Gana quien logre colocar la moneda en el centro de la tabla para que no se caiga.

⁴⁷ Cruda, resaca.

⁴⁸ Falso.

El argot del que habla Toxqui se puede apreciar también en esta cinta: da la impresión que dentro de la pulquería existe todo un código lingüístico que incluso los personajes gozan al utilizarlo. Por ejemplo, el organillero entra y le dice al profesor Tinoco: “¡Qué milanesas que no lo había bisteces!”⁴⁹, pero probablemente el momento más interesante es cuando el personaje de Luzbel (Alfonso Zayas) llega a la pulquería y demuestra dominar el argot pulquero:

Nacho: Quiúbole, ¿Qué se untan que brillan tanto?

Gerardo (Jorge Rivero): ¿Qué fue lo que dijo?

Zayas: Queremos dos pulcatas, una para mí y otra para el que está a la vera de mi menda ¿no?

Nacho: ¿Chivos o jarras?

Zayas: Chivos, pero de esos que hacen alacrán grandote, ñero.

Nacho: ¡Juega!

Alfonso Zayas –en entrevista para esta investigación- afirma que él y los actores proponían o improvisaban estas partes de la película, ya que los guionistas y directores no conocían el lenguaje popular. Los actores sí, sobre todo los actores de carpa y teatro como él, y los nacidos en la capital del país. Así que ese repertorio cultural les sirvió para (re)presentarlo en esta película específicamente.

Asimismo, la pulquería es un lugar donde el ingenio está al servicio del albur. Los personajes están atentos, con la cuchilla del doble sentido afilada, esperando a que su interlocutor se exprese de la manera incorrecta para responderles con un albur que los deje verbal, social y sexualmente sometidos. Algunas frases que ejemplifican son:

⁴⁹ ¡Qué milagro que no lo había visto”.

Merolico: ¿Dónde está el Chilám Balam? ¿Dónde? ¿Dónde?

Todos: ¿Dónde?

Merolico: Aquí en esta maleta

Ayates: Fíjese dónde deja sus cosas y no reclame a lo pendejo. Ahí nos tiene a todos buscándonos el Chilam Balam, bueno, menos mi compadre que tiene chilín balín.

O este otro ejemplo:

Luzbel: Yo vine a este mundo nomás a chingar

Ayates: Pero, ¿a tu madre la respetas?

Gerardo: Bueno, bueno, bueno ¡Ya vámonos!

Ayates: ¿A dónde nos vamos?

Luzbel: A la casa de este güey que es donde me hospedo

Ayates: Saco en conclusión que es aquí cerca, ¿no?

Luzbel: Pues si te alcanzas con las dos manos, vente.

Por otro lado, la llegada de nuevos individuos a la pulquería se presta para reafirmar las identidades y las jerarquías dentro de ese núcleo social. Asimismo, se defiende el territorio con argumentos de apropiación de las personas y los objetos (“estos son mis amigos, esta es mi pulquería”). En una de las escenas llega el merolico (Manuel “Flaco” Ibañez), se presenta ante “El Ayates” y éste busca cualquier pretexto para pelear a golpes con él. En la trifulca participan a gritos todos los clientes de la pulquería. De igual manera, si alguien de ahí tiene

un problema, todos ayudan, sobre todo si se trata de “madrazos”⁵⁰. No obstante, cuando los ánimos se exageran y llegan a su punto más álgido de violencia, todos los presentes ayudan a mantener la calma y preservar el ambiente de camaradería y complicidad.

El cabaret

Otro de los espacios utilizados por los estereotipos de la cultura popular capitalina para la diversión y el entretenimiento –aunque en algunos casos son lugares de trabajo también- son los salones de baile y **los cabarets**. En las sexicomedias se muestra una imagen ya casi decadente de lo que fueron los cabarets de la Ciudad de México durante el siglo veinte. Probablemente la década de los ochenta –la década de las sexicomedias- haya sido su última década.

La palabra *cabaret* proviene del francés y su significado original era *taberna*, según Sandoval (2012) el término es utilizado para denominar así a una sala de espectáculos, generalmente no tienen restaurantes pero tienen un bar y se pueden apreciar números de cantautores, cantantes, músicos, orquestas del ámbito nocturno que suelen combinar la participación de cantantes y bailarines, o incluir la actuación de cómicos, ilusionistas y mimos.

La época dorada de los cabarets capitalinos fue entre los años treinta y cuarenta, etapa en la que el país comenzó a adoptar costumbres más liberales. Koop (2009) afirma que a mediados del siglo veinte existían en el DF alrededor de cincuenta cabarets de ficheras, donde tocaban los mejores músicos del país y a los que asistían personalidades de la talla de Ernesto “Che” Guevara, José Luis Cuevas o el ex presidente Adolfo López Mateos. El fenómeno era tan popular – refiere Koop- que durante la década de los años setenta se realizaron muchas películas teniendo como fondo y pretexto estos espacios. La desaparición de estos

⁵⁰ Golpes. El Ayates dice que si el problema es de dinero, no tiene; pero si es de madrazos, trae hasta para dar cambio.

centros nocturnos comenzó con el terremoto que sacudió a la capital del país en 1985 y que -por su ubicación- enterró varios de estos lugares, así como por la crisis económica de la década de los ochenta y la llegada del concepto del *table dance*. Actualmente quedan menos de media docena de cabarets en la Ciudad de México.

Armando Jiménez hace un recorrido por los cabarets de la capital en su libro *Cabarets de antes y ahora en la Ciudad de México*. Entre los cabarets que Jiménez menciona se encuentran “Agua azul”, “Río rosa”, “Dragón rojo”, “Molino rojo”, “Club verde”, “Verde y oro”, “La linterna verde”, “Río verde”, “Carta blanca”, “Barba azul”, “Clave azul”, “La rampa azul”, “Luz azul”, “Ba-ba-lu”, “Bagdad”, “Cuba libre”, “El burro”, “Estambul”, “La fuente”, “Can Can”, “Las Islas Marías”, “Marroquí”, “Cyro’s”, “La rata muerta”, “El tranvía”, “Leda”, “Casino Royal”, “Olímpico”, “Mata Hari”, “Quinto patio”, “Sergio’s Le Club”, “Tabaris”, “Social”, “Bombay”, entre otros.

Los cabarets que se mencionan en las sexicomedias como los espacios que frecuentan los personajes de los universos narrativos son: “Tívoli”, “Teatro Iris”, “Roca”, “Arcelia”, “69”, “Los infiernos”, “Caribia”, “77” y “El 20 negro”. ¿A qué se va al cabaret? En las sexicomedias los personajes van a pasarla bien pero sobre todo van a bailar. Y es que como se ha mencionado en el primer capítulo de este trabajo de investigación, desde principios hasta finales del siglo veinte los salones de baile fueron una especie de “zonas de tolerancia” para las clases medias y bajas, donde –al igual que en la pulquería- se podía reafirmar el prestigio social frente a un grupo por medio del baile, un baile que no es cualquier baile, sino una insinuación sexual acompañada de ritmos tropicales, clasificados estos como propios del lumpen de la sociedad. Se puede afirmar que en la mayoría de las sexicomedias el cabaret aparece como escenario recurrente, donde no se desarrollan anécdotas –excepto en la cinta *Los plomeros y las ficheras* (castro, 1988) o *El rey de las ficheras* (Castro, 1989)- sino que únicamente se va a pasar el rato o a quedar bien con la nueva conquista, como en *El día de los albañiles*.

El cabaret como centro de trabajo guarda anécdotas sobre todo para los personajes masculinos, ya que desde que las sexicomedias se desprenden del cine de ficheras, los argumentos femeninos quedan en el olvido. En las sexicomedias las ficheras son de utilería y quienes ocupan el primer plano son los padrotes, funcionando así el cabaret como espacio de pugna entre machos para ganar el título de “El rey de las ficheras” o lo que es lo mismo “el macho que más viejas tiene”. La relación del cabaret con las anécdotas femeninas apenas se vislumbra en algunos comentarios que aluden a la necesidad de trabajar en esos lugares, que, dicho sea de paso, tienen el estigma de ser un centro de vicio prostitución y lujuria, pero que Maribel (Guardia) en *El inocente y las pecadoras* (Castro, 1988) cuestiona, los compara y desea que sean como los cabarets europeos, a los cuales la gente únicamente asiste a divertirse sanamente, “sin orgías ni perversión”, argumento que avala el sacerdote de la historia, quien desea que México tenga cabarets de talla internacional, reivindicando así la imagen de estos centros de entretenimiento nocturno.

El mercado

Otro espacio para el trabajo –o mejor dicho, para el subempleo- son **los mercados**. Ya Bernal Díaz del Castillo describió en “La historia verdadera de la conquista de la Nueva España” en el siglo dieciséis el asombro que le causó el mercado de Tlatelolco. Nunca los ojos españoles habían visto algo así: una plaza de gran tamaño con las mercancías y la multitud organizada. Así, esa fue la primera crónica del mercado mexicano: un espacio para el comercio y la interacción social que –con todo y sus cambios- sobrevive hasta la actualidad.

Además, Malinowski y De la Fuente (en Reyes Equiguas, 2009), en un estudio realizado a mercados mexicanos –específicamente oaxaqueños- entre 1938 y 1939, los describieron como espacios físicos de intercambios culturales (por ejemplo lingüísticos); como detonadores de especialización del trabajo entre distintos pueblos de la región; como mecanismo de flujo cíclico de productos

provenientes de distintos ambientes; como detonadores de mecanismos de valoración y trueque de productos, entre otras características estructurales.

A juzgar en las sexicomedias, los mercados funcionan además como espacios que le ofrecen la posibilidad de generar ingresos económicos a las clases más bajas, ofreciendo productos frescos, nuevos, usados o robados a bajo costo, de autoproducción o autoelaboración. Por ejemplo, en la cinta *Los verduleros (Los marchantes del amor)*, los personajes accionan gran parte de la historia dentro de un mercado. Roberto (Zayas), es un pollero y líder de los locatarios y Angélica (Chaín) interpreta a una cocinera de una fonda dentro del mercado. Dentro del mercado se desarrollan anécdotas como asesinatos, infidelidades, romance, compañerismo y, en las bodegas, es decir, en los sitios más recónditos del mercado –como es de esperarse- se dan encuentros sexuales, convirtiéndose así el mercado en un testigo y en un modelo a pequeña escala de la sociedad donde se aprende, se delinque, se hace justicia por la mano propia, se engaña, se apoya, se sufre y se goza por medio del relajo.

El mercado es también utilizado como un pretexto para dar rienda suelta al albur y al doble sentido, ya que en él se concentra una de las partes más jugosas del vocabulario mexicano eufemístico que funciona para el juego del albur. Así, en *Los verdulero (Los marchantes del amor)* se dan diálogos como el siguiente:

Roberto: A ver chava, ¿qué te parecería que el plátano te lo metieran en lugar de a cincuenta, a cien pesos?

Locataria 1: ¡Ay pues claro que no! Así la cosa se pone muy dura.

Roberto: Y a ti, ¿Que te dejaran los melones aguados en lugar de los tiernitos?

Locataria 2: ¡N'ombre, así ni quien los quiera!

Roberto: Y tú, ¿qué me dices de las naranjas?

Locataria 3: Que están en su punto, ¿cómo ves? (abriéndose la blusa y mostrando los senos).

Roberto: Ni madres, esas son toronjas y ya chupadas. Les estoy hablando en serio. Es más, imagínense que los chiles, los camotes y los pepinos se los empujen a un precio más caro y ustedes tengan que darlos más baratos.

Los mercados tienen un aire casi festivo, circense y carnavalesco, donde los “marchantes”⁵¹ se pasean y entran en la dinámica comercial bailando al son de la voz del merolico y del “*pásele güerita, ¿qué le vamos a dar?*”.

Otros escenarios laborales para los personajes estereotípicos de las sexicomedias son **las construcciones** –específicamente en *El día de los albañiles (Los maestros del amor)*-, espacio que funciona al igual que el mercado como testigo de las múltiples acciones realizadas por los personajes, desde el trabajo, hasta los encuentros sexuales y los asesinatos; y **los talleres mecánicos**, lugares de confesiones, complicidad y fantasías masculinas.

Finalmente, las películas de picardía mexicana también se cuentan en otros espacios que representan las fantasías del lumpen capitalino, como las grandes residencias habitadas por la clase alta o las playas de Acapulco.

3.1.3 La música

Una de las características más sobresalientes de estas cintas es sin duda la música. Casi todas ellas van acompañadas de canciones –muchas veces interpretadas por los grupos “en vivo”- convirtiéndose así los músicos y cantantes en personajes que participan en escenas específicas de las películas. Por ejemplo, “Chico Che y La crisis” son invitados para tocar en fiestas de las cintas

⁵¹ Compradores

Esta noche cena Pancho (Despedida de soltero a la mexicana) (Castro, 1985) y *Huele a gas* (Castro, 1986), interpretando canciones como “De quen chon”, “Ton’s qué, mami”, “Huele a gas” y “Mami que será lo que tiene el negro”, títulos que dejan entre ver que la letra de las canciones son un gran testimonio de la manera de hablar de la cultura popular capitalina y de sus conductas.

Y es que la música es probablemente un elemento diferenciador entre los gustos -¿impuestos?- de las clases sociales, según se ha podido observar en la historia occidental de la humanidad. Ya algo se ha mencionado en el primer capítulo de esta investigación, pero cabe recalcar que durante el siglo veinte –y hasta la actualidad- uno de los géneros que ha estigmatizado –para bien o para mal- a las clases bajas y a las masas en México es la música tropical y su diversidad: la cumbia, la salsa, la guaracha y el danzón, ritmos que se caracterizan por su jocosidad, los instrumentos con los que se tocan y la manera de bailar que se traduce en una proxémica corporal acentuada.

Entre los grupos musicales que sonorizan las sexicomedias se encuentran Chico Che y La crisis; Pepe Arévalo y sus mulatos; La Sonora Santanera; Los únicos nueve de Colombia; Álvaro Dávila; La Sonora Maracaibo; Ramiro Aguilar y Lalo Barrera, todos ellos destacándose fuera de las películas por ser ídolos de masas de la época.

La música tropical y algunas baladas son los únicos estilos musicales que se puede escuchar en las sexicomedias, lo cual habla de un universo muy limitado pues es muy probable que la cultura popular capitalina no se limitara –en la década de los ochenta- a esos ritmos ya que se sabe que existen además otros ídolos y géneros de masas, como la balada, la ranchera, el pop y el rock comercial y urbano. Respecto a este último género llama la atención que Roberto (Zayas) viste una playera de Pat Benatar en la película *Los verduleros (Los marchantes del amor)*, sin hacer nunca una referencia a su gusto por esta cantante de rock norteamericano.

Es interesante notar cómo todas estas características narrativas de las sexicomedias (la película misma, los espacios en los que se desenvuelve el relato y la música, son vehículos de transmisión de la cultura popular. Desde hace muchos años, la cultura –y la cultura popular- ha sido transmitida por medio del relato oral (predicadores, maestros, canciones, actores y el pueblo mismo); del relato escrito (literatura); por medio del relato gráfico o visual (dibujo, pintura, fotografías, cómics y cine). Así mismo, los espacios donde se comunica y se perpetua esa cultura popular han sido desde siempre las plazas públicas, el mercado, la taberna –en este caso la pulquería y el cabaret- y prácticamente cualquier ocasión de convivencia comunal, por lo tanto, las sexicomedias por su forma y su contenido, obedecen a ser un instrumento rico para la documentación y sobrevivencia de un tipo específico de cultura popular.

3.2 Los estereotipos en las sexicomedias

Una vez descritas algunas de las características de los universos narrativos en los que (inter)actúan los personajes de las sexicomedias, a continuación se procederá a clasificarlos de acuerdo a sus características:

3.2.1 Estereotipos de género

Uno de los aspectos más criticados y criticables dentro de estas cintas son los roles de género jugados por los personajes (re)presentados. Y es que estas cintas, como se ha manifestado antes, son casi siempre fantasías sociales y sexuales desde la perspectiva masculina -y machista en algunos casos-.

Pero, ¿qué son los roles de género? Mabel Burin (1998:19) afirma que John Money utilizó en 1955 por primera vez el término “rol de género” para describir el conjunto de conductas atribuidas a los varones y a las mujeres. Así, los estudios de género han dado como resultado que los modos de pensar, sentir y

comportarse de ambos géneros, más que tener una base natural e invariable, se deben a construcciones sociales y familiares asignadas de manera diferenciada a hombres y a mujeres. Por medio de tal asignación, a partir de estadios muy tempranos en la vida de cada infante, unas y otros incorporan ciertas pautas de configuración psíquica y social que da origen a la feminidad y masculinidad. Desde este criterio descriptivo, el género se define como la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, valores, conductas y actividades que diferencian a mujeres y a hombres. Tal diferenciación es producto de un largo proceso histórico de construcción social, que no sólo produce diferencias entre los géneros masculino y femenino, sino que a la vez, estas diferencias implican desigualdades y jerarquías entre ambos.

En las sexicomedias los roles de géneros están bien definidos, son cerrados y repetitivos: los personajes masculinos (re)presentan la autoafirmación de la supremacía masculina por encima de la cosificación y erotización femenina. Y siendo el cine un medio de comunicación y las sexicomedias un fenómeno de masas, la reducción de lo que debe ser el hombre y lo que debe ser la mujer en la cultura popular urbana, penetra como en el público como un modelo “natural” con las siguientes características:

El macho: “Bailo tango, masco chicle, pego duro y tengo viejas de a montón”

Ya en los capítulos previos de este trabajo de investigación se ha discutido acerca de la institucionalización de la imagen del macho mexicano a través del cine: desde la época de la Comedia Ranchera hasta la década de los años setenta. El estereotipo masculino implantado por la cinematografía nacional se caracterizaba por la imagen de un macho bravío, mujeriego y sentimental. Incluso Américo Paredes (en Gutmann 1999:6) afirma que antes de la década de los años treinta, las palabras *macho* y *machismo* no formaban parte del habla popular, más bien durante el Porfiriato y la Revolución se hacía referencia a palabras como *hombría*, *muy hombre* y *hombre de verdad*.

Para Giraldo (1972:296), las características más sobresalientes del macho son su heterosexualidad y su agresividad. El macho debe demostrar su capacidad fálica y su fuerza física. Existen varias teorías acerca de los orígenes psicológicos y culturales del macho, las cuales concuerdan en que el machismo es un sistema de relaciones del macho –entendido como varón- con otros machos, con la mujer e –incluso- con la cultura norteamericana (en el caso del macho propiamente mexicano). Un sistema de relaciones donde el macho en cuestión siente la imperiosa necesidad y obligación social de demostrar su poderío, autoridad y supremacía que le fueron negadas por la sociedad y la cultura. Así, el macho y su visión falocéntrica, se concentra en conquistar sexualmente a muchas mujeres sin el objetivo de lograr un efecto o relación permanente, sino como afirma Lewis (en Giraldo)- satisfacer la vanidad masculina. Incluso el matrimonio no representa un obstáculo para este rasgo machista, ya que –como dice el dicho popular- “la que se casa, es la mujer”, y eso se debe según Giraldo a que el desapego emocional es parte de la superioridad del macho sobre la mujer. En ese sistema machista, a la mujer le corresponde el papel de “comprender” las necesidades sexuales y agresivas (la promiscuidad y la violencia) como parte de la naturaleza del macho.

En varias de las sexicomedias, estos rasgos del machismo son fácilmente identificables. Si bien algunos de los actores de estas cintas no definen a sus personajes como *machos*, sino más bien como *galanes*, quien suscribe este trabajo de investigación cree pertinente denominarlos como machos por las siguientes razones:

- La narración y los personajes están contruidos desde la perspectiva machista y los argumentos y acciones obedecen a las voluntades y fantasías de los personajes masculinos.
- Lo que mueve a casi todos los personajes masculinos (son escasas las excepciones) es la conquista sexual de múltiples mujeres. Estas conquistas

y la consumación con el acto sexual aparecen como funciones cardinales y catalíticas⁵² dentro de la narración.

- Las conquistas sexuales no van acompañadas de apego emocional y únicamente tienen como objetivo satisfacer la vanidad masculina (*no tengo belleza física, no tengo dinero ni oportunidad de tenerlo pero al menos tengo viejas de a montón*) y competir con otros machos por la supremacía. Esto puede verse reflejado en cintas como *El rey de las ficheras* o *Los plomeros y las ficheras* donde literalmente se realizan competencias de encuentros sexuales entre dos hombres con varias mujeres, para ver quién “aguanta” más.
- Los personajes masculinos que aparecen como casados o con pareja estable, son infieles. Esto se observa en cintas como *Esta noche cena Pancho (Despedida de soltero a la mexicana)* o *El día de los albañiles (Los maestros del amor)*. En la primera cinta el protagonista Pancho Medrano (Zayas) está casado con una mujer obesa y celosa (Carmen Salinas) quien –en palabras de Pancho- únicamente salió buena para tener hijos, y como siempre está embarazada, Pancho se ve en la necesidad de “desfogarse” con otras mujeres en complicidad con sus amigos, aunque todo resulte mal para el personaje en la anécdota, pues la mujer con la que esperaba engañar a su esposa resultó ser un travesti. Por otro lado, en *El día de los albañiles*, Roberto (Zayas) se involucra sentimentalmente con Beatriz (Chaín). Ella, al ser virgen, le pide un tiempo para tener relaciones sexuales pues necesita asegurarse a sí misma que está enamorada. Roberto, como no puede esperar porque su “naturaleza” no se lo permite, tiene relaciones

⁵² Para Roland Barthes, el relato se compone de funciones cardinales o nudo, las cuales representan las partes nucleares de la narración, mientras que las funciones catalíticas son las acciones que se cuentan para llenar los espacios entre dichos nudos. Es decir, las primeras son más importantes que las segundas, y a su vez, las primeras son las que cuentan la historia, mientras que las segundas son vistas a manera de “descansos” narrativos.

sexuales con una mujer de la vecindad donde vive Beatriz. Al final, Beatriz le pide perdón a Roberto por ser tan incomprensiva y le perdona la infidelidad.

De esta manera, el macho nunca desarrolla un apego emocional por sus conquistas sexuales, pero sí un apego de propiedad con su mujer y sus hijos, así que podrá ser infiel pero nunca abandonar a la familia.

- La infidelidad se da de el hombre hacia a la mujer, pero nunca en sentido opuesto, ya que “el hombre que ha sido traicionado por una mujer, debe lavar su honor matando a la esposa”, es decir, el macho debe salvar su honra para sí mismo y sobre todo para los demás con violencia. Es la premisa de la cinta *Dos machos que ladran no muerden (Nos reímos de la mafia)*, en la que Silvia (Montenegro) traiciona a su esposo Luigi Cabrioni (Inclán) con Constancio Salvatierra (Zayas) y se desata una persecución para lavar la honra del afectado.
- Los machos que no están casados, rehúyen al matrimonio, así lo expresa Juan Camaney en *El día de los albañiles*, al afirmar que “no me caso porque soy cabrón”, una aceptación y autodeclaración del machismo descarado. Así mismo, en la cinta *Los mecánicos ardientes 2*, uno de los personajes expresa que “el matrimonio arruina la pachanga”, por lo tanto hay un antes y un después del matrimonio.
- Por otro lado, dentro de estas cintas también se hace referencia a una paternidad irresponsable, producto de la propia infidelidad. Incluso en la cinta *El rey de las ficheras*, los personajes masculinos dudan de su paternidad porque se ven reflejados en su promiscuidad. Otro ejemplo es en la cinta *Ni modo, así somos*, en la que uno de los personajes ostenta el nombre de Espiridión Bichinche González Hernández Solana de la Pera

Chávez Rodríguez de Agua y López, nombre que obedece a la duda sobre quién será su padre.

- En algunas cintas, los machos se destacan como “chichifos”, es decir, como hombres que son mantenidos por mujeres a cambio de una retribución sexual (sin importar que estas no sean de su gusto físico, al fin que siempre podrán tener aventuras con otras mujeres). Esto se observa en cintas como *Dos machos que ladran no muerden*, en *Ni modo, así somos* y en *El Rey de las ficheras*.
- Finalmente, la violencia física, sexual, verbal y psicológica del hombre sobre la mujer está presente de manera explícita en cintas como *Los verduleros (Los marchantes del amor)* donde Arturo (Infante Jr.) es el esposo agresivo de Soledad (Chaín), o en *La Pulquería* y en *El rey de los taxistas*, donde cuando el objeto del deseo (la mujer) no cede por las buenas, se consigue por las malas: la violación sexual, uno de los extremos machistas de sometimiento sobre la mujer.

De acuerdo con lo anterior, los personajes masculinos de las sexicomedias sí obedecen a un patrón machista propio de la cultura mexicana, según ha sido descrito en algunos trabajos como los de Gutermann o Giraldo. No obstante, es de llamar la atención que dentro de la cinematografía mexicana este es un nuevo macho, más descarado, más animal, más instintivo e impulsivo, menos parecido al macho de las películas de Pedro Infante o Jorge Negrete y más parecido a los machos de las cintas de la comedia pícaro italiana pero contextualizado en las calles, mercados, pulquerías y vecindades de Tepito. Es un nuevo macho que roza entre lo real y lo idealizado: insolente, cínico, pelado, procaz e impúdico que evade a toda costa el romanticismo, buscando un estatus social comparable con el de un rey: *El Rey de las ficheras*, *El Rey de los taxistas* y *El Rey de la vecindad* (1985) (títulos de películas).

Varios autores (como los arriba mencionados) concluyen que el machismo es un síntoma del complejo de inferioridad que sufren los individuos antes sus contextos sociales, económicos, culturales e históricos. Así, se podría formular la siguiente reflexión: Si el contexto en el que se desenvuelven los personajes masculinos de las sexicomedias es hostil, miserable, sin oportunidades de desarrollo económico y con un marcado recordatorio de la diferencia de clases sociales, ¿será entonces la conducta machista una reacción a manera de reafirmación de la identidad y de la autoridad en un entorno que no proporciona nada más que eso? ¿Será la violencia la manera de defenderse de un contexto agresivo?

Dicho lo anterior, vale la pena desmenuzar a este macho del cine de albueros dentro de otras tres categorías:

El macho cachondo: “¡Usted será una mujer casada pero yo soy un hombre cachondo!”

Como ya se ha mencionado, una de las características del macho es su necesidad de conquistar sexualmente a varias mujeres, y en estas cintas pareciera que la sexualidad descarada y el voyeurismo son parte de su conducta cotidiana. Como muestra de ello, en la cinta *El día de los albañiles* se hace referencia a que “el sexo es mejor que trabajar”, “el sexo es la batería del hombre” y “la mujer ideal es aquella que haga sexualmente feliz al hombre”.

En estas cintas cobra particular relevancia el cuerpo ligado a la sexualidad vista desde un punto de vista machista: cómo es visto el cuerpo femenino y cómo reacciona el cuerpo masculino ante él.

Según David Le Breton:

Las representaciones sociales le asignan al cuerpo una posición determinada dentro del simbolismo general de la sociedad (...) Las representaciones del cuerpo y los saberes acerca de él son tributarios de un estado social, de una visión del mundo y de una definición de la persona. El cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí mismo (1995:13).

Como muestra de ello Le Breton ejemplifica con la manera en que es percibido el cuerpo en diferentes culturas y la manera en que ha sido percibido en occidente a través de la historia.

Dentro de ese análisis diacrónico realizado por Le Breton, destaca la visión de “el cuerpo popular” en los carnavales europeos de la Edad Media, cuyas características se asemejan a la percepción que se muestra dentro de las sexicomedias del cine mexicano, ya que el contexto del “relajo” y “la peladez” - entendida como desnudez en cualquier ámbito de la vida del hombre popular- denotan una liberación del cuerpo y una conexión de éste con otros cuerpos. Le Breton (p.29) afirma que el júbilo del carnaval lleva a los hombres a una liberación de las pulsiones habitualmente reprimidas. El carnaval –que en contexto de las sexicomedias podría traducirse como el relajo- abre un tiempo diferente en el tiempo de los hombres y las sociedades en las que viven; el aspecto serio de la vida se borra ante el baile, la celebración y ante la risa irreprimible de la colectividad, unida en el mismo sacrificio ritual de las convenciones. Por el contrario, afirma Le Breton (p. 31), las fiestas oficiales instituidas por las capas dirigentes no se alejan de las convenciones habituales y están basadas en la separación, en la jerarquización de los sujetos, en la consagración de los valores religiosos y sociales y en la afirmación de la individualización del hombre.

Así, puede observarse en las sexicomedias que cuando por alguna razón los personajes estereotípicos de la cultura popular aparecen en una fiesta de las clases sociales altas –por ejemplo en *El ratero de la vecindad* o *Dos machos que ladran no muerden*- la dinámica de interacción corporal es muy diferente a como

se lleva a cabo en una fiesta o baile en la vecindad o en el salón de baile tropical: en las fiestas elegantes no hay contacto físico ni risas escandalosas; por el contrario, en el relajo popular hay un acercamiento de los cuerpos incitado por la música tropical que, como ya señalaba Monsiváis en el primer capítulo de este trabajo, está catalogada desde su origen como una música propia de las clases populares que por su manera de bailarse remite al instinto salvaje poco controlado de la masa. En la cinta *Los plomeros y las ficheras* se dice que la clave del baile está en la cadera... ¿y qué está en la cadera? ¡Los órganos sexuales!

En estas cintas se resaltan las partes del cuerpo que remiten a la sexualidad. En el caso del cuerpo masculino, se resaltan por medio del albur y la reiteración verbal del falocentrismo, mientras que en el caso del cuerpo femenino, se resaltan gráficamente por medio de imágenes de cuerpos femeninos desnudos, semidesnudos, con ropa adherente y por medio de siluetas protuberantes. Para Le Breton, el cuerpo grotesco –es decir, el cuerpo del carnaval, del relajo- está formado por salientes, protuberancias, vitalidad desbordada, se entremezcla con la multitud y se vuelve indiscernible. Según Bajtin (en Le Breton: *ibídem*, 31), ese cuerpo popular no tiene una demarcación respecto del mundo: no está cerrado, terminado ni listo, sino que se excede a sí mismo. El acento está puesto en las partes del cuerpo en que éste está abierto al mundo exterior, es decir, en los orificios, o en las partes que están en contacto con el mundo, como las protuberancias, ramificaciones y excrecencias: bocas abiertas, órganos genitales, senos, falos, vientres y narices. Así, se entiende entonces que los órganos sexuales avergüenzan a las capas altas de la sociedad y que las actividades que dan placer al hombre carnavalesco son aquellas que transgreden los límites.

Respecto a lo anterior, cabe señalar el juicio que hace una parte del público en general a las sexicomedias: son películas corrientes, ínfimas, vulgares y peladas, juicios casi siempre basados en esa perspectiva corporal y sexual manifiesta y con la que se juega dentro de las cintas, donde se muestra a los individuos de las clases populares como seres que no conocen el control ni el recato y que disfrutan transgrediendo los límites de los usos del cuerpo humano

para satisfacer necesidades carnales, propias del instinto animal. ¿Será entonces que –dentro de una escala de juicios valorativos a nivel social y cultural en occidente- entre más parecido sea el hombre al animal, más lejos está de pertenecer a la civilización y al modelo oficial e impuesto de nación? ¿Será por eso que este tipo de comportamiento es reprobable ante el ojo inquisidor? La respuesta será afirmativa si está pensada desde un punto de vista etnocéntrico y comparado con el modelo impuesto por la cultura dominante.

Ahora bien, el cuerpo se percibe por medio de los sentidos y dentro de las sexicomedias cobran particular relevancia la vista y el tacto. En ocasiones, estas cintas se convierten en ventanas donde el espectador toma el papel de voyeurista y la cámara con sus *tilt down* y *tilt up*⁵³ y sus primerísimos planos⁵⁴ centrados en senos y nalgas femeninas, controlan la atención del público, haciéndolo partícipe de esa mirada machista con la que es percibido el cuerpo femenino. Una constante recurrente en estas cintas son las largas escenas de mujeres realizando ejercicios aeróbicos con poca ropa o prendas ajustadas que realzan las protuberancias del cuerpo. Estas escenas –particularmente injustificadas dentro de la trama- se pueden apreciar en *Dos machos que ladran no muerden* y en *El día de los albañiles*. Así, este tipo de escenas satisface las necesidades de los personajes masculinos, siempre cachondos, siempre dispuestos al sexo, y al mismo tiempo satisface el voyeurismo del público.

Pero el macho cachondo -es decir, dominado por el apetito sexual- no sólo mira, sino que es directo, toca, besa, abraza, manosea y llega al fin último que es la relación sexual precoz, rápida y desesperada con el objeto de su deseo; *afloja*, y desea que las mujeres aflojen, y lo consigue, porque *aflojar* es disminuir la presión y la rigidez marcada por el patrón impuesto de conducta. Sus encuentros

⁵³ Movimientos realizados por la cámara que recorren verticalmente el cuerpo humano de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba respectivamente.

⁵⁴ Encuadre que recoge a detalle, por medio de un acercamiento, detalles del cuerpo humano o de un objeto que cobra particular relevancia.

sexuales siempre son rápidos, sin romanticismo, furtivos y llenos de ruidos, palabras, movimientos, gestos y manifestaciones de disfrute al máximo. El macho cachondo siempre goza porque para eso vive, porque el sexo es batería y es motor de vida.

Y no sólo de encuentros sexuales reales vive el macho, también vive de fantasías: fantasea con las mujeres de estratos sociales altos, con mujeres casadas, con extranjeras, con las vedetes del cabaret, con afinarle el violín a Olga Breeskin y con tener más de una mujer en la cama; primero fantasea y después se le hace realidad, porque además de cachondo es chingón y suertudo.

No obstante, en el universo narrativo la suerte a veces juega malas pasadas y ¿qué sería lo peor que podría pasarle a un macho cachondo?: Ser impotente sexualmente hablando. La impotencia sexual masculina es también un tema recurrente en estas cintas, por ejemplo en *La Pulquería*, a Gerardo (Rivero) el abuso de su físico con las mujeres le ocasionó impotencia sexual que ni el dinero ni las mujeres más exuberantes pueden resolver. La misma temática se toca en *Los plomeros y las ficheras* donde Roberto (Zayas) únicamente puede tener erecciones si escucha martillazos o el mismo personaje en *El rey de las ficheras* sólo puede excitarse en situaciones peligrosas. Si bien estas situaciones son el infortunio del machismo sexual, también son el pivote de la comedia.

El macho de las sexicomedias resalta su libido, mostrándose como un conquistador impulsivo que deja de lado las normas sociales sobre la conducta sexual en sociedad. La razón por la cual estos personajes (re)presentados adoptan esta conducta promiscua no puede alcanzarse dado que el mundo narrativo es cerrado y ficticio, sin embargo, en entrevista para este trabajo de investigación el actor Luis de Alba (Juan Camaney) sugirió que la promiscuidad en los sectores populares dentro y fuera de las películas estaba condicionada – desde su experiencia al haber crecido en Tepito, Garibaldi y La Lagunilla- por la pobreza, por la necesidad de habitar en espacios muy reducidos sin privacidad y por otros factores como el alcoholismo y la drogadicción. Esta parte sería y

obscura no se retrata en las sexicomedias pues –afirma el actor- son muy tristes y por eso es mejor evadir esa realidad con el humor.

Finalmente, dada la importancia que tiene el aspecto sexual para los personajes masculinos –y en ocasiones femeninos- dentro del universo narrativo, así como para el público hacia el que va dirigido este tipo de cine –ya que muchos de ellos asistían únicamente para ver los cuerpos desnudos de las actrices o a los actores teniendo encuentros sexuales con ellas-, cabe reflexionar sobre la importancia de una antropología de la sexualidad que ayude a comprender los factores condicionantes de los comportamientos sexuales en diferentes culturas, clases sociales o etapas históricas, sobre todo en las sociedades modernas, y que describan el probable fracaso de las reglamentaciones impuestas por el Estado y la religión para convertir la sexualidad en un tabú.

El macho pelado y alburero: “¡Adiós, mamacita! ¿Te fijaste qué buena vieja?”

Si bien el estereotipo de *el pelado* ha sido descrito y manejado por otros autores, no como adjetivo sino como sustantivo, en este caso se utilizará como adjetivo calificativo, es decir, como una característica descriptiva del macho. La razón es simple: ser pelado es una manera de demostrar el machismo, jactarse de la hombría, ser agresivo, lacerante y buscar autoridad con el lenguaje verbal y corporal. Asimismo, el macho pelado de las sexicomedias ya no es el mismo tipo de pelado que caracterizaba “Cantinflas” o Pedro Infante; estos nuevos pelados se caracterizan por tener un lenguaje abiertamente sexual, distinguiéndose por el uso del albur.

Dice Ayala Blanco (1990) que el género del albur tiene el mérito de ser receptor de una de las más significativas venas de la cultura popular mexicana: el albur. ¿Y quién dice el albur? pues el pelado. De acuerdo con Samuel Ramos (en Bartra 2006), el pelado “es el individuo que lleva su alma al descubierto (...)”

ostenta ciertos impulsos elementales que otros querrán disimular. Pertenece a una fauna social de categoría ínfima y representa el gran desecho humano de la gran ciudad (...) Sus explosiones son verbales y tienen como tema la afirmación de sí mismo en un lenguaje grosero y agresivo” (1952, p. 53). Por su parte, Hernández (en Loya 2011, p.112) afirma que lo que ha permitido al mexicano defenderse de los embates de la globalización y de la colonización cultural americana ha sido el desarrollo de sistemas de resistencia cultural como el rock en español, la historieta sensacional, el albur, lo naco, lo corriente, lo chafa, el chacoteo y la peladez. Esas, entre otras, son las señas de identidad del pueblo: del mexicano de la cultura popular.

¿Y es que acaso no se siente orgulloso el mexicano del albur? Así lo refiere Armando Jiménez: “el albur es una manifestación mexicana que, en la globalización, nos distingue en el mundo” (en Solís 2003). Se dice que sólo el mexicano alburea, por lo tanto es el rey del albur. Pero no cualquiera alburea, no cualquiera lo entiende y no a cualquiera le gusta. El albur es grotesco pero es fino a la vez; burdo pero complejo al mismo tiempo.

El tema del albur es extenso, pero en este caso se entenderá por albur como el juego lingüístico en donde dos contrincantes intercambian papeles protagónicos: el de alburero (el que dirige el albur) y el de albureado (la víctima). Ambos papeles se alternarán, como en un juego de ping pong. La derrota llegará cuando uno de los dos no pueda contestar rápidamente un albur o no lo entienda. Como el albur tiene connotación sexual, el que pierde significa metafóricamente que ha sido sodomizado por el otro, o bien, que él o algún integrante femenino de su familia se verá obligado a hacer un favor sexual al otro.

En el plano lingüístico el albur se encuentra en dos niveles de sentido: el literal y el figurado. Cuando un incauto dice una palabra que a su vez funciona como eufemismo de una parte del cuerpo, un acto sexual o una secreción corporal, el contrincante contestará con otra palabra eufemística, frase de doble sentido o calambur para someterlo verbalmente.

Armando Jiménez (en Solís 2003) rastrea el uso del albur en México y concluye que se comenzó a utilizar públicamente en espectáculos de carpa con Leopoldo Beristáin, en las primeras décadas del siglo veinte, y posteriormente en la década de los años cuarenta Cantinflas contestaba con gracia e inteligencia a quienes le gritaban desde la gayola de la carpa “Molino Verde”.

En las sexicomedias del cine mexicano se puede apreciar la lucha por el estatus en el cabaret, en la pulquería o en la vecindad por medio del albur. Los personajes masculinos aprovechan cada oportunidad para retar al contrincante. A continuación se ejemplifica con un juego de albures realizado en la cinta *La Pulquería 1* (1981) entre los personajes de Nacho (Alfonso Obregón) y “El Ayates” (Rafael Inclán):

Nacho: Órale mi Ayates, la de la casa para la cruz.

Ayates: Pues así quién no se va a hacer cliente, mi Nacho.

Nacho: Claro, ¿Y al Onasis de cuál se la sirvo? ¿Del natural, del de avena o del de apio?

Ayates: Pues, ¿qué te parece si le traes uno de apito?

Nacho: Bueno, pues siéntese mientras se la sirvo.

Ayates: ¡Ay! ¿Ya nos vamos a pelear desde temprano, mi Nacho?

O en la película *Más vale pájaro en mano* (1985), cuando un grupo de mecánicos planea dónde trabajar:

Rafa: Lo malo es que está relejos y luego no hay ni metro.

El Comanche: Pues en bici, al cabo somos del equipo fibra y pedal.

El Borrás: Te saco a pasear temprano.

El Comanche: Pero de blanco, güey.

Asimismo, dentro de estas cintas, cualquier pretexto es válido para soltar un albur o jugar con el doble sentido, todo contexto se presta. Por ejemplo, en la cinta *El Mofles en Acapulco* (1988), la playa justifica frases como “*Yo soy de remo largo*” o “*Si te duele la cabeza, te meto los pies al agua*”.

Como puede observarse, el albur y el doble sentido siempre llevan a una denotación machista de la alusión y presunción del órgano sexual masculino y a la penetración y el dominio sexual. Por ejemplo en la película *Ni modo, así somos* (1981), uno de los personajes habla de recetas de cocina utilizando “ingredientes” como: chorizo que se trae de fuera, chile pa’ silla (o sea, para sentarse), chile mulato, chile ancho y chile cabezón, así como virotes para empujarse.

El pelado alburero es lúdico, relajiento y consciente de su desgracia económica y social. Sabe que no hay chamba, que le pagan poco por lo que hace (y es que como no fue a la escuela se dedica a la albañilería, plomería, hojalatería, repartición de gas, verdulería, mecánica, a padrotear, a merolico o, en el mejor de los casos, a robar), sabe que le ve la cara el delegado del sindicato, que van a subir el IVA, que hay crisis nacional... pero no le importa porque para eso echa relajo. Y no cualquier relajo sino que alburea, que es lo mismo que un relajo feroz. Ya Jorge Portilla (en Bartra 2006, p. 181) define el relajo como un comportamiento para suspender la seriedad y el pelado alburero hace precisamente eso: relajarse después de una fatigosa jornada laboral (como en el ejemplo en la pulquería), romper el hielo con un desconocido o solucionar un problema (como en el ejemplo entre los mecánicos) con un albur incisivo y lacerante entre risas y relajo, porque al mexicano el sexo le da risa, mejor dicho al mexicano popular todo le da risa: el pobre, el naco, el fresa, el panzón, el flaco, la gorda, la vieja, la gata, el joto, el pelón, el chimuelo, el sancho, el indio, el negro, el güero y la muerte, porque el mexicano es todo eso y no tiene escapatoria. Ya lo dijo Octavio Paz, ya lo dijo Ramos: al mexicano sólo le queda la risa para no morir de tristeza. Así, en las

sexicomedias son recurrentes los actores con características físicas risibles como el enanismo de “Tun Tun”, la obesidad de “Chatanuga”, el gigantismo del “Chiquilín” o la fealdad de Zayas.

Al mexicano popular le enseñaron que las palabras pene, vagina, nalga, ano, senos, testículos, coito, semen y excremento, son palabras sucias, prohibidas, tabú. Por eso inventó un nuevo léxico y juega con él, para demostrarle al que puso las reglas que si no puede decir esas palabras, dirá otras, y se burlará, les restará seriedad, se convertirá en un pelado contestatario, porque el pelado no se queda callado y entonces dirá palo, macana, chorizo, longaniza, salchicha, chile, pepino, plátano, camote, guayabo, pistola, corneta, pajarito, el cabezón, el pelón; papaya, chango, chimuelo; naranjas, toronjas, pechuga, chicharrón, melones; ponerle Jorge al niño, esta noche cena Pancho... todas ellas utilizadas por los pelados y albureros de las sexicomedias mexicanas, las cuales podrían considerarse como un valioso registro del habla popular capitalina de la década de los años ochenta.

Este nuevo léxico del pelado aparece por primera vez en el cine dentro de las sexicomedias mexicanas, un léxico desnudo y disfrazado a la vez. Como ejemplo de dicho machismo descarado y de esa peladez alburera sírvanse los títulos como como *La corneta de mi general*, *Tres lancheos bien picudos*, *La lechería de Zacarías* y *Como agua para longaniza*.

Pero además del albur y el doble sentido, “las malas palabras” se dicen de manera abierta y reiterada por primera vez en el cine para provocar risa en el espectador: “pendejo”, “culero”, “hijo de la chingada”, “no mames”, “cabrón” y “puto” son algunas palabras utilizadas sobre todo en la cinta *Tres lancheos bien picudos*, considerada la película mexicana con más groserías de la historia, las cuales son probablemente –junto con el albur y el doble sentido- los signos más representativos, notables y únicos del lenguaje de la cultura popular mexicana.

El anti-macho (el mandilón y el homosexual): “Me llevó en su coche, me llevó a su rancho, y entre él y Pancho, me lo hicieron ancho”

Como se ha podido observar, estas cintas cuentan con héroes (machos) y antihéroes, es decir, los antimachos. Para un macho –según estas películas– existen dos tipos de sujetos que manchan la reputación masculina: el mandilón y el joto⁵⁵. Un macho nunca se asumirá como ninguno de estos dos y su peor castigo es ser sometido por una mujer (ser mandilón) o por un hombre (ser joto).

Los mandilones aparecen con menor frecuencia que los jotos. Sólo en cintas como *El superman...dilón* (1993) o *Esta noche cena Pancho* (1986) se juega con la burla y humillación a hombres sometidos por sus esposas. Sin embargo, el personaje del homosexual es un personaje recurrente pues aparece en prácticamente todas las cintas, ya sea como personaje secundario que de principio a fin se mantiene como un gay afeminado (estos casi siempre tienen perfil de meseros, peluqueros, vestuaristas, coreógrafos, es decir, ocupaciones estereotípicamente atribuidas al campo homosexual), o bien, aparecen como momentos de caracterización de los personajes protagónicos, donde éstos por alguna circunstancia se ven en la necesidad de esconderse detrás de una peluca, maquillaje, vestido y tacones para no ser encontrados, como si el cambio superficial de sexo les cambiara completamente la identidad. Esto último puede observarse en la saga de películas interpretadas por Alberto Rojas “El Caballo” tituladas *Un macho en la cárcel de mujeres*, *Un macho en el hotel*, *Un macho en la casa de citas*, *Un macho en el salón de belleza*, *Un macho en el reformatorio de señoritas* y *Un macho en la tortería*. Ya el título de todas las cintas de la saga afirma la perspectiva machista desde la cual están realizadas y desde la cual es vista la homosexualidad. Asimismo, el actor Alfonso Zayas en casi todas sus interpretaciones tiene que travestirse para salir bien librado de una situación peligrosa como en *Los verduleros* o *Dos machos que ladran no muerden*.

⁵⁵ Se utiliza la palabra *joto* no de manera despectiva, sino para emular la manera en que son referidos los homosexuales en las sexicomedias.

Un caso peculiar por ser opuesto a lo anterior es la personificación de un personaje femenino en hombre. *En Los plomeros y las ficheras*, Shalimar (Montenegro) se traviste para poder trabajar como cantante masculino en un centro nocturno, enamorando al diputado (Andrés García) quien acepta que se siente atraído por el varón interpretado por Sasha Montenegro pero no puede llegar a algo más con ella porque no se quiere contagiar de SIDA, es decir, el estereotipo del homosexual dentro de estas cintas en la década de los ochenta estigmatiza –como se hizo tal vez en todo el mundo- a las personas con una preferencia sexual diferente, afirmándose incluso que ser homosexual es una vergüenza social. Resulta entonces paradójico observar el juicio y el rechazo manifiesto hacia la homosexualidad al mismo tiempo que se burlan de ella (homoburla).

Ser joto, ser marica y ser mandilón -en estas películas y en la cultura popular urbana en general- está también definido desde una perspectiva machista de rechazo hacia lo que no es masculino y esto –según Gutmann- coloca a las personas así reducidas en una baja estima cultural dentro de la sociedad, en un lugar probablemente inferior al de las mujeres en la escala social quienes son el siguiente estereotipo a describir.

Las viejas

Si el machismo es un sistema de relaciones de hombres con hombres y de hombres con mujeres para demostrar una autoridad social, las mujeres se convierten en una pieza importante dentro del universo narrativo de las sexicomedias.

Octavio Paz habla acerca de los hombres y las mujeres en México y afirma que “en un mundo hecho a la imagen y semejanza de los hombres, la mujer es sólo un reflejo de la voluntad y querer masculinos (...) En México se hace vulnerable a la mujer, tanto por la fatalidad de su anatomía ‘abierta’ como por su situación social depositaria de la honra” (1959:32). Nada puede describir mejor la imagen de la mujer en las sexicomedias que el párrafo anterior de Paz: las

mujeres aparecen únicamente como objetos sexuales salidos de las fantasías del macho; existen en el universo narrativo únicamente para satisfacerlo carnalmente o bien para cumplir las funciones sociales de esposa y madre.

Ya sea como esposa, madre o amante, la mujer es apreciada únicamente por sus características sexuales y reproductivas, como si la esencia de la mujer se centrara únicamente en las partes del cuerpo que sirven para dar placer y para dar vida –que en todo caso son las mismas-.

Al respecto, González Recillas (2003,26) arguye que el común denominador sobre el control que tiene el macho sobre el cuerpo femenino en las mujeres de las más diversas sociedades se ejerce sobre la sexualidad: una sexualidad reproductora para unos y una sexualidad erótica para otros, pero nunca las dos sexualidades en una misma mujer. La sexualidad femenina se acepta dentro del círculo conyugal y con fines reproductivos, mientras que la sexualidad femenina dirigida al placer y al erotismo significa una transgresión de lo que debe ser lo femenino. Así, a estas últimas mujeres se les llama *nalgas*, *colas* o *putas*.

Sea cual sea la participación de los personajes femeninos en las sexicomedias, únicamente sirven para obedecer a las necesidades masculinas, es por ello que en este apartado se hará una analogía de la mujer con una de las ocupaciones desempeñadas por ella en estas cintas: el papel de la sirvienta⁵⁶.

La sirvienta es uno de los personajes femeninos recurrentes, como referencia nótese los títulos como *El día de las sirvientas* (1989) o *El gato con gatas* (1992), todas ellas vestidas con una versión *femme fatal* del clásico uniforme, quienes en realidad siempre son víctimas de su situación social y económica, de los patrones y de los hombres.

⁵⁶ Aquí nuevamente no se utiliza el término “sirvienta” de manera despectiva, sino de la manera en que es utilizado en las películas y que además le dan un significado metafórico al papel desempeñado en general por la mujer.

Como ya se ha dicho, los personajes de estos filmes son de clase baja y las mujeres tienen dos opciones laborales: la ficha o la servidumbre. Pero ya no es el antiguo estereotipo de la criada rural, sufrida y al final recompensada. Acá la sirvienta es el estereotipo de la mujer salida de las fantasías del ratero: no sufre, goza; no trabaja, roba; no tiene voz y no tiene nombre, pero tiene un cuerpo exuberante que presta fácilmente al igual que las llaves de la casa donde trabaja.

Sin embargo, la sirvienta no sólo es víctima del engaño por parte del ratero, también sufre el acoso del macho. La sirvienta es la mujer servil. La mujer servil es sexo. El leitmotiv de estas cintas es el sexo. El sexo es la batería del hombre y el sexo lo da la mujer.

La figura femenina aparece en dos niveles: en el primer nivel es un elemento muy importante ya que todo toma sentido y todo se construye a partir de la figura femenina desde la perspectiva machista. Si no existiera la mujer en el discurso de los personajes masculinos, no habría historia que contar. Por otro lado, en el segundo nivel la mujer no es nada importante, carece de valor *per se*, ya que ella no cuenta ninguna historia y no tiene voz. La carga semántica que le otorga el discurso masculino es de mero objeto sexual. Es la imagen de la mujer salida de las fantasías sexuales del macho que asiste a cabarets y que en su tiempo libre lee historietas sensacionales⁵⁷. Es voluptuosa y con disposición para tener encuentros sexuales en cualquier momento y en cualquier lugar.

Pero estas mujeres de cuerpo espectacular, accesibles y que no cuestionan la conducta del hombre, son sólo el estereotipo ideal, porque en estas cintas aparece también su contraparte, es decir, el estereotipo real: la esposa, otro tipo de sirvienta. Todas las mujeres son sirvientas, sirven para el sexo (o en el peor de los casos para cuidar, proteger y perdonar, como el caso de la madre y la esposa), la relación sirvienta-patrón es una relación de subordinación mujer-

⁵⁷ Historietas mexicanas para adultos cuyos títulos más populares son: *Sensacional de trailers*, *Sensacional de mercados*, entre otras.

macho... (menos la mujer sagrada de la cultura mexicana: la madre... de la cual se hace referencia de su intocabilidad en casi todas las cintas).

Según Carlos Monsiváis (1994:181), en las primeras décadas del cine sonoro en México, los personajes femeninos son la combinación de arquetipo y estereotipo. Todo le sucede a la mujer, carece de voluntad, la enaltece el amor, se le maltrata y se le menoscaba porque fue la elegida para cargar con las culpas del mundo, es pecadora y coqueta, sufrida, placentera y vengativa, pero sobre todo es prostituta.

El recurso cinematográfico del *close-up* certifica lujuria y belleza, y expone el cuerpo y el rostro femenino a la mirada carnal del espectador. De esta manera, - afirma Monsiváis- el cine maltrata y minimiza a la mujer, ignora su punto de vista pero no su cuerpo. Se le observa con desprecio, con amor o con lascivia, pero ella no mira, únicamente es observada, penetrada con la mirada. Rara vez se atiende al desarrollo de los personajes femeninos, ¿para qué? si son inmodificables, todas las mujeres son iguales, previsibles, se funden en el paisaje por su resistencia a la individualización. La mujer en el cine debe asumir el papel de la deshonra y de la expulsión. Al espectador masculino de cine mexicano pareciera que nada le gusta más que la mujer como sinónimo de pecado, para amarla en secreto y señalarla en público.

Por medio de los títulos de las cintas a lo largo de la cinematografía mexicana –desde sus inicios hasta la época de las ficheras-, se puede dar cuenta del papel de la mujer en el imaginario social y del fetichismo por ella: *Santa, La mujer del puerto, Mujeres sin alma, La mujer de nadie, Diablillos de arrabal, Flor silvestre, La otra, La malquerida, No desearás a la mujer de tu hijo, Las abandonadas, Pueblerina, Vagabunda, Puerto de tentación, En carne viva, Burlada, Trotacalles, Aventurera, Mujeres sacrificadas, El puerto de los siete vicios, Sensualidad, Víctimas del pecado, La hija del penal, Fuego en la carne, Hipócrita, Pasionaria, Coqueta, Perdida, Perdición de mujeres, Sensualidad, Amor y pecado, Señora tentación, Barrio de pasiones, Pasiones tormentosas,*

Pervertida, Insaciable, Tania, la bella salvaje, La bienpagada, Pecadora, Mujeres de cabaret, Una mujer con pasado, El pecado de Laura, Amor de la calle, Si fuera una cualquiera, Un cuerpo de mujer, Traicionera, Amor vendido, La mujer desnuda, Yo fui una callejera/Carpera, Mujeres sacrificadas, Ambiciosa, Las interesadas, Las cariñosas, Las del talón, Bellas de noche, entre muchas otras.

La manera en que se muestra el cuerpo femenino en el cine mexicano en la época de las sexicomedias obedece a la realidad de la vida nocturna en la Ciudad de México, y los espectadores de cine –los hombres solos y parejas de amplio criterio- exigen que el cine sea lo más apegado a la realidad. Así, ya entrada la década de los años setenta, se libera la censura en los centros nocturnos y en el cine. Ahora la mujer durante las siguientes dos décadas –y prácticamente hasta la actualidad- aparece como “una hembra que se desborda en formas manoseables, el monumento a las ampliaciones territoriales del cuerpo, la chava que está buenísima, la mamazota, el sueño de mecánicos, albañiles, burócratas y magistrados” (Monsiváis 1994:207). Las mujeres indeseables o nada atractivas físicamente son las mujeres mayores, obesas o discretas es su forma de vestir, es decir, que no muestran la silueta o el escote.

3.2.2 Estereotipos ocupacionales

En este apartado se describirán algunos de los estereotipos ocupacionales de los personajes de las sexicomedias, destacando que, como pertenecen a una clase social baja y una constante es la situación de pobreza que se vive en el universo narrativo, los personajes siempre están en constante búsqueda de empleo o en pleno ejercicio de sus actividades laborales.

No obstante que la pobreza aparece como una situación muchas veces determinante para el desarrollo de la narración, ésta es minimizada por medio del

humor, exponiendo, ridiculizando y haciendo del pobre una figura risible⁵⁸. Y resulta degradante que en el país del hombre más rico del mundo y en el país de los monopolios, el pobre se convierta en un circo. Pero la pobreza no es cómica ni bella –porque los medios de comunicación no sólo se encargan de hacerla cómica sino también de inundarnos de imágenes “tiernas” de la pobreza-. La pobreza es cosa seria.

Oscar Lewis y Larissa Adler Lomnitz son dos antropólogos que han analizado y descrito las características de familias que viven en situación de pobreza en la Ciudad de México, características que *a priori* pueden ser observadas en los universos narrativos de las sexicomedias pero en los cuales no puede profundizarse por los límites que impone el relato cinematográfico. Con base en las propuestas realizadas por ambos antropólogos, a continuación se mencionarán algunas características de los personajes que hacen deducir su situación económica: se sabe que los personajes son pobres por el tipo de vivienda en la que habitan (vecindades); porque pasan por periodos de desocupación, subempleo y búsqueda de trabajo; siempre están preocupados y escasos de dinero; realizan compras de productos básicos en pequeñas cantidades; empeñan prendas personales; piden prestado a conocidos; se preocupan más por sobrevivir en el presente que en el futuro lejano; hacen poco o nulo uso de escuelas, grandes almacenes, bancos y hospitales.

Esta situación social y económica obliga a los personajes a subemplearse en oficios que le ayuden a sobrevivir día a día por medio de actividades que no necesitan de una capacitación académica y que ofrecen una inestabilidad económica por lo esporádico de los trabajos, los horarios irregulares y la falta de seguridad en la demanda del servicio.

⁵⁸ Los medios de comunicación masiva han plasmado con escarnio esta figura del pobre tanto en cine como en tele, con iconos como “Cantinflas”, “La India María” o “El chavo del ocho”. Asimismo, otros cómicos de talla menor continúan con esa línea narrativa en programas televisivos, tal es el caso de personajes como “El Costeño”, “La Chupitos”, “El Vítor”, “Huarachín y Huarachón”, entre otros.

Así, los personajes de las sexicomedias, al pertenecer a una cultura popular urbana de clase socio-económica baja, se desempeñan como mecánicos, tamaleros, merolicos, plomeros, gaseros, lecheros, albañiles, verduleros, meseros y en el mejor de los casos como ruleteros⁵⁹ o padrotes.

Estos personajes muestran características físicas y de comportamiento ya arraigadas en el imaginario colectivo. Por ejemplo, los **padrotes** en *Los plomeros y las ficheras*, aparecen caracterizados con lentes oscuros dentro del cabaret, un traje blanco y elegante, así como una manera de caminar altiva y engreída -como el macho poseedor de varias mujeres que representan-. Dentro de esa misma cinta se menciona que para ser padrote basta con saber bailar y manejar a las mujeres, o sea que cualquier hombre lo puede hacer.

Por otro lado, los **mecánicos** de *Los mecánicos ardientes* o *El Mofles*, aparecen en grupos de hombres sucios de grasa, alcoholizados, cómplices, albureros y siempre seductores con las mujeres. La imagen del **gasero** es la de un hombre fuerte (que carga uno o dos tanques de gas), sudado (el sudor es una secreción del cuerpo contenedora de feromonas que atraen y le resulta sexy a algunas personas), valiente (porque ayuda a las mujeres a prender el bóiler) y que sabe de todo (además de entregar el gas, arregla tuberías e instalaciones eléctricas). Sobre los **albañiles** se les ve dentro de las cintas como hombres trabajadores, bebedores de pulque⁶⁰, comedores en grandes cantidades y sexualmente muy activos: aprovechan la ausencia del ingeniero o el arquitecto para tener sexo con mujeres dentro de la construcción vacía y se dice de ellos en *El día de los albañiles* que “dejan gatas embarazadas en cada esquina”. Sobre los **plomeros** se dice en *Los plomeros y las ficheras* que “son feos, ligan pura gata y una que otra señora”.

⁵⁹ Taxistas

⁶⁰ En la cinta *El día de los albañiles*, el arquitecto de la construcción le lleva pulque a los albañiles pero él se rehúsa a beberlo argumentando que “se le parten los pies”, es decir, el pulque es una bebida sólo para clases bajas.

Estos últimos cuatro estereotipos ocupacionales recurrentes en las sexicomedias tienen además la característica de presentar un fuerte sentido de comunidad entre ellos. El sentido de comunidad no sólo se da en el relajo, en el carnaval, sino también en el ambiente laboral porque ahí se pasa mucho tiempo y se comparten también risas, historias, peligros y la vida misma. McMillan (1976:4) define el sentido de comunidad como un sentimiento de pertenencia que tienen los miembros de un grupo entre sí y con el grupo, una fe compartida, un conocimiento de las necesidades de los demás miembros y un compromiso por estar juntos". Así, ese sentido de comunidad se traduce no sólo en relajo sino en seguridad, apoyo y protección entre los miembros del grupo que comparte una actividad laboral, lo cual puede observarse en cintas como *El día de los albañiles*, donde al percatarse de que los compañeros están muriendo envenenados por el pulque que les lleva el patrón para no pagarles la liquidación por su trabajo, todos los albañiles se unen para reclamar con violencia física por el abuso cometido en contra de ellos.

Por otro lado, dentro de los estereotipos ocupacionales cabe destacar los juegos lingüísticos utilizados a partir del argot de cada actividad laboral. Por ejemplo, el mecánico "checa el aceite", el gasero "conecta el gas" y el plomero "destapa el caño", sin olvidar el canto típico del merolico.

Otro estereotipo ocupacional recurrente que merece ser mencionado aparte es el del **ratero**. No en vano existen títulos como *El ratero de la vecindad* (1982) o *Los rateros* (1989). Y es que ser ratero no es una ocupación legítima pero al ratero de estas películas las circunstancias - la pobreza en la que se encuentra eternamente sumergido- lo obligan a robar. El ratero es un ladrón que hurta con maña y cautela cosas de poco valor y la palabra viene de "rata" (animal despreciable).

El ratero roba para sobrevivir, para vengarse del que lo roba desde arriba, del que no le permite trabajar, del que no lo deja avanzar. La crisis económica es un tema recurrente del que se habla en estas cintas y que se utiliza como pretexto

para robarse unas quesadillas de un puesto callejero o carteras en la playa después del fracaso de vender camisetas a los turistas (en *El Mofles en Acapulco*); hacer robo hormiga en una tienda de autoservicio (en *El día de los albañiles*); o quedarse con los cambios. “*En este mundo sólo se mueren de hambre los tontos, por eso hay que tranzar, engañar, robar*” dice Rigo (Zayas) en *Los plomeros y las ficheras*. El ratero entonces es ingenioso y se *disfraza de indígena, de anciano, de mago o de policía para robar* (en *El ratero de la vecindad*).

El ratero roba porque sabe que le están robando, por dignidad, por sobrevivencia y por contestatario, porque ése es su concepto de justicia. Asimismo, el ratero roba con la finalidad de ayudarse a sí mismo y al vecindario, a la comunidad, a los amigos o a la familia a pasar el día; pero ayuda a los buenos, a los que lo necesitan, no a los viciosos. Tiene un fuerte sentido de comunidad. Pero al ratero de estas cintas no todo le sale bien –parte de la comedia narrativa-, sueña con ser un gánster famoso pero no lo logra, sin embargo siempre se ve bien recompensado casándose con la mujer más buena (en sus dos acepciones) de la vecindad y ganándose la lotería (en *El ratero de la vecindad*).

¿Y qué hace el ratero con lo que se roba? Se lo vende al dueño del bazar que se lo compra barato para venderlo caro, o se lo da al usurero. Es el universo de la cultura popular capitalina: la pirámide del robo donde todos son rateros en diferentes niveles, desde el funcionario público hasta el *caco*⁶¹. Eso se demuestra por ejemplo en *El ratero de la vecindad* cuando en un billar alguien grita “¡Policía!” y todos los personajes que se encuentran a cuadro se esconden, porque todos roban y todos son robados.

3.2.3 Estereotipos regionales

Si estereotipar es “la tendencia a atribuir características generalizadas y simplificadas a grupos de personas en forma de etiquetas verbales” (Vinacke en

⁶¹ Se le dice caco al ratero de ínfima categoría.

Arce 1991: 8), los estereotipos regionales corresponden entonces en atribuir a grupos o individuos características generalizadas de acuerdo a la zona geográfica, política o cultural a la que pertenezcan. Dichas características simplificadas se nutren de factores históricos, culturales, lingüísticos, antropofísicos y ambientales que son juzgados bajo parámetros comparativos de la misma índole, es decir, se comparan por ejemplo las características físicas o la manera de hablar de un grupo de personas con el aspecto y acento de otro grupo.

Los estereotipos regionales son comunes a nivel local, nacional e internacional y quienes contribuyen a colocarlo en el imaginario popular son sin duda los medios de comunicación masiva –como el cine- y los discursos nacionalistas y oficialistas preocupados por exhibir una identidad nacional y de sus distintas regiones, usurpando y tergiversando en muchos casos las verdaderas manifestaciones populares basadas en procesos históricos y culturales.

En México, desde el siglo diecinueve, después de la independencia, ese discurso nacionalista se encargó de moldear estereotipos regionales de los habitantes de todo el país y sus fiestas con la finalidad de proyectar una identidad nacional a nivel mundial. Así surgieron estereotipos como las chinapanolanas, los charros, los concheros, los voladores de Papantla, entre otros.

Desde el siglo veinte hasta la actualidad, probablemente los estereotipos regionales más arraigados en el imaginario colectivo sean: *chilangos*, *tapatíos*, *regios*, *poblanos*, *jarochos*, *norteños*, *costeños*, entre otros, de los cuales se hacen breves referencias directas o indirectas en algunas de las sexicomedias del cine mexicano.

El chilango

Chilango es una palabra coloquial utilizada como gentilicio para nombrar a aquellos que pertenecen a la Ciudad de México. Si bien existen otros términos como *capitalino* o *defeño*, *chilango* es una palabra muy utilizada, incluso así se refieren a sí mismos los personajes de las películas aquí analizadas.

Como se ha dicho, estas cintas están contextualizadas en la Ciudad de México y pareciera que uno de sus objetivos es mostrar la ciudad y las costumbres de su sector popular, ya que en reiteradas ocasiones se realizan tomas de lugares típicos de la ciudad y algunas situaciones se prestan como pretexto para mostrar la relación de los habitantes de la capital con sus espacios físicos.

Por ejemplo, en las cintas *El rey de los taxistas* y en *El ratero de la vecindad* y *El día de los albañiles*, hay escenas donde la pareja interpretada por Alfonso Zayas y Angélica Chaín va de paseo a Xochimilco, comen tacos de guisos en la calle y elotes callejeros. En las cintas se muestra como si ese fuera un día estereotípico de diversión y esparcimiento para una pareja chilanga de la clase popular.

Por otro lado, en la cinta *El Mofles en Acapulco*, el personaje interpretado por Rafael Inclán se autoproclama como *chilango*, aun cuando en algunos contextos la palabra *chilango* puede considerarse como un insulto para los habitantes de la capital, debido a las características negativas que envuelven al estereotipo como ser ventajoso, ratero, prepotente y flojo. Así, “El Mofles” se burla o se jacta de esa popularidad, alardeando con frases como: “*No te vamos a fallar, como buenos chilangos que somos*” o “*¿La cita es a las ocho de la mañana? ¡Uy, eso es muy temprano!*”.

Asimismo, la variación dialectal propia del chilango de barrio (el famoso tono “cantadito” que lingüísticamente sería descrito como una tonalidad particular ascendente) es algo que también distingue a los personajes de estas películas, así como el léxico utilizado con palabras como carnal, ‘mano, chale, alivianar, güey, entre muchas otras que eran escuchadas con poca frecuencia en la cinematografía nacional y que incluso llegaron a establecer en el vocabulario popular palabras como *naco* y *chido*, gracias a los personajes “El Pirrurris” y “Juan Camaney” creados e interpretados por Luis de Alba.

El *chilango* en las sexicomedias obedece a una imagen del capitalino de barrio ochentero que ha permeado en el imaginario popular y que -se admita o no-

ha sido sojuzgado y denostado en los medios de comunicación y por las masas en general. No por nada a ese chilango de barrio también se le ha descrito como *naco*, concepto que ha sido detallado en el primer capítulo de esta investigación.

El provinciano

Popularmente se le llama provincia en México a todo el territorio fuera de los límites de la capital del país. Y considerando que la capital es el icono del progreso, la tecnología, el desarrollo y lo cosmopolita, la provincia representa en consecuencia el atraso en todos los aspectos y la estrechez del localismo o regionalismo. Así, desde un punto de vista *chilangocéntrico* en los medios de comunicación masiva, la provincia representa el rezago del país. Muestra de ello son las innumerables películas que muestran personajes de provincia –como “La India María” o “Cantinflas”- recién llegados a la capital y que de manera servil y temerosa se desempeñan en oficios poco remunerados, por ejemplo como barrenderos, boleros o empleadas domésticas. En las sexicomedias puede apreciarse lo anterior en cintas como *El ratero de la vecindad*, *El día de los albañiles* o *El día de las sirvientas* (1989), donde se menciona o incluso se ve llegar a personajes de provincia a la capital.

Otras características estereotípicas regionales emuladas en las sexicomedias son las siguientes: “Los jarochos somos nobles, pero cuando nos hacen enojar somos hijos de la chingada” y “Te odio con odio jarocho” (Luis de Alba en *Ni modo, así somos*), lo cual hace pensar que los jarochos se enojan tanto que su odio está en la escala más alta en el parangón del odio nacional e inclusive mundial.

Por otro lado, en *Esta noche cena Pancho*, Alberto Rojas “El Caballo” interpreta a un personaje también apodado “Caballo” que es de Monterrey y del que se reafirma el estereotipo de los regios y su mezquindad por medio del siguiente diálogo:

Caballo: Hacemos la despedida aquí en mi casa, y cuenten con que todo lo que se traguen y todo lo que se beban, será por mi cuenta, yo lo pago.

Pancho Medrano (Zayas): ¡Noooo! ¡Va a pagar el de Monterrey! ¡N'ombre, lo van a correr de estado!

En *Ni modo, así somos*, también se hace referencia a los norteros, presentándolos como valentones y violentos, mientras que a los costeros, por su color de piel, se les ponen apodos como “cubanos” o “San Martín de Porres” (en *El inocente y las pecadoras*).

Estas cintas pueden catalogarse como típicamente *chilangas* y puede observarse la conciencia que los personajes tienen sobre sí mismos asumiéndose como capitalinos pertenecientes a una clase popular, así como mirar a *el otro*, el provinciano estereotipado y convertirlo –mientras se convierte a sí mismo- en sujetos risibles. Incluso podría percibirse que el sentimiento de pertenencia e identificación con una región, también es un elemento que se aprovecha para justificar el machismo ya que son frecuentes las alusiones que se hacen de frases como “soy más hombre, más valiente y por lo tanto más macho porque soy del norte” o “soy más chingón porque soy de la capital”.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La conformación de la cultura popular urbana de la Ciudad de México a lo largo del siglo veinte, la evolución de la cinematografía mundial y nacional, así como el control adquirido por los medios de comunicación masiva en el país, sobre todo por parte de la televisión, sentaron las bases para el surgimiento de las sexicomedias mexicanas, un subgénero cinematográfico nacional con características propias. El cine de albur, de picardía mexicana o sexicomedias, pese a ser cine de ficción, es un documento etnohistórico importante que ofrece información acerca de algunas de las particularidades de un sector de la cultura popular capitalina de los años ochenta ahí (re)presentada.

Estas cintas representan el universo cerrado –dado el perfil narrativo y ficticio que poseen- de un sector de la cultura popular capitalina de los años ochenta con características bien definidas, lo cual propicia que, dada la sobreproducción de este tipo de películas, el público reciba los personajes (re)presentados en estos filmes, los adopte, los reproduzca y queden guardados en el imaginario colectivo a manera de estereotipos.

Dichas características se refieren a la estética, las actividades laborales y de recreación, al lenguaje utilizado, los espacios de interacción, la música, el baile, las relaciones sociales y la manera de percibirse a sí mismo como individuo y como grupo social según el género al que se pertenezca, el estrato social, el oficio en el que se desenvuelve y el lugar donde se vive.

Gracias a estas cintas se puede tener acceso a una visión de cómo son los lugares donde viven, trabajan e interactúan las culturas populares capitalinas de la década de los ochenta, tales como las vecindades, las pulquerías, los mercados y los salones de baile o cabarets, confirmando que los espacios de interacción social están rodeados de rituales y de significados que le otorga y que se apropia el grupo social que convive dentro de él. Uno de los lugares representados dentro de algunas de estas cintas que resultó ser muy interesante y

que arrojó basta información teórica así como información obtenida gracias a las cintas analizadas fue la pulquería, ya que según las descripciones realizadas por antropólogos como María Aurea Toxqui (2008) pudo comprobarse la verosimilitud con la que fueron plasmados estos sitios, así como la conducta de los asistentes, características que quedarán plasmadas en las sexicomedias, las cuales podrían fungir como documentos de valor histórico y cultural, al igual que cualquier material cinematográfico.

Asimismo, a lo largo de esta investigación pudo conocerse otra de las características propias que se le atañen a la cultura popular urbana y mexicana en general: el albur, el cual es parte de la riqueza lingüística que queda plasmada en dichas cintas. El albur es considerado uno de los juegos lingüísticos más complicados y que en ocasiones se presume como parte de la identidad nacional, y las sexicomedias guardarán por siempre ejemplos del albur y prueba de los contextos de su uso. Siendo probablemente éste una de las herramientas de humor utilizada por los actores y las películas para crear un lazo de identificación con su público.

Los estereotipos de género también ofrecieron interesantes resultados ya que las sexicomedias presentan un nuevo modelo masculino alejado a la figura presentada en periodos cinematográficos anteriores. En las sexicomedias el nuevo macho sigue cumpliendo con las características que definen a un macho (la palabra “macho” ha estado vinculada con la identidad mexicana desde principios del siglo veinte). No obstante este es un macho más descarado, pelado, que juega con el lenguaje, con su cuerpo y con su ingenio para obtener el objeto del deseo: la figura femenina reducida precisamente a eso, a un objeto sexual.

El lugar donde los personajes de estas cintas nacen y viven también marca sus señas de identidad. Nacer, crecer y vivir en las zonas populares de la capital mexicana es sinónimo de poseer un orgullo de lo que se es, y ese orgullo se demuestra con el lenguaje, con el nuevo vocabulario inventado por este grupo socialmente e históricamente reprimido por representar el lumpen de la sociedad.

Dicho orgullo se demuestra por medio de una conducta que se impone frente a las demás, porque el *chilango* se considera *gandalla*, *chingón* y *cabrón*, y se da el lujo de mofarse de él mismo y de los demás.

Las fórmulas narrativas de estas cintas confirman lo que hasta ese momento histórico habían sido los relatos cinematográficos, televisivos y gráficos (fotonovelas, historietas), y los cuales siguen imperando en la actualidad. Fórmulas que mantienen entretenidas a las masas y que les plantean modelos de conducta a seguir. Entre estas fórmulas narrativas se encuentra el melodrama (no se olvide que México es un país famoso por su producción de telenovelas); la comedia (incluso actualmente las telenovelas llevan un toque cómico); así como el género policiaco y gansteril que confiere entretenimiento al público receptor, cuyo objetivo al observar este tipo de cintas es simplemente pasar un buen rato y sentirse identificado. Probablemente con esto se confirme la tesis de Carlos Monsiváis abordada en el primer capítulo de este proyecto, tesis en la que propone que los medios de comunicación masiva han tomado el control del pueblo por medio de los productos de diversión que imponen, creando una falsa ilusión en la que las masas se sienten identificadas y creen ser tomadas en cuenta en un proyecto de Nación incluyente, ya que al ver reflejados en la televisión, en el cine, en las revistas o escuchar en la radio a estereotipos que representan su clase social, su forma de pensar, de hablar, de vestir, de bailar, sus gustos musicales y estéticos, se sienten tomados en cuenta. Todo esto por medio de una manipulación sentimentalista y humorística.

Y precisamente Carlos Monsiváis afirma que por medio del humor se han podido mantener controladas a las masas quienes siempre se desenvuelven alrededor de espectáculos religiosos y humorísticos (como las pastorelas, precedente de conquista ideológico por medio del humor y la diversión), lo cual ha creado todo un universo de lo que es el humor y la picardía mexicana (con el que incluso podrían llegar a sentirse identificadas otras culturas de América Latina). Humor en el que predomina el autoescarnio y la burla hacia la pobreza, la marginalidad, la hostilidad, los defectos físicos, la condición de género, la falta de

salud, de educación, la humillación y la discriminación. Los medios de comunicación se han encargado de caricaturizar, ridiculizar, estereotipar y volver risibles esas condiciones sociales, culturales y económicas que son más bien preocupantes y que lo han sido a través de la historia y desarrollo del país.

“La risa es provocada por el reflejo de la existencia”, dice el presentador de la cinta *Ni modo, así somos* (Martínez, 1981), lo cual significa que el público se ríe por el simple hecho de verse representado en la pantalla. Pareciera que la parábola de este tipo de cintas es la resignación a pertenecer a una cultura popular urbana marcada por la pobreza a través del baile, el sexo y el humor, porque finalmente, ni modo, así somos.

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista Alfonso Zayas (16 de octubre de 2012)

1.- ¿Tomando como referencia cintas como “El día de los albañiles”, “Los verduleros”, “La pulquería”, ¿cómo definiría a los personajes que representaba? ¿a qué sector de la población pertenecen?

Los personajes representan a la gente del pueblo, la gente normal y según el argumento eran sus características. El objetivo era divertir a la gente. No eran personajes ni historias muy elaboradas.

2.- ¿De dónde sacaba las referencias para crear esos personajes?

Yo tenía cuarenta y tantos años cuando hice esas películas, y nací en la Ciudad de México, así que ya estaba bastante empapado de la cultura del vulgo. Además cuando grabábamos las películas, llevábamos y convivíamos con gente real: albañiles, verduleros, borrachitos, etc.

3.- ¿Improvisaban?

Sí, el hecho de ser actores de teatro nos ayudaba mucho, éramos actores de teatro de revista, donde el público interactuaba, además de que somos mexicanos, ni modo que no bromeáramos o que fuéramos simpáticos. Nosotros los actores éramos los que le enseñábamos al director cómo alburear, ellos no sabían, nosotros sacábamos los chistes.

Luis de Alba, El Caballo Rojas y yo veníamos de teatro de revista que es un teatro del pueblo.

4.- Cuando las películas estaban en su apogeo, ¿estaba consciente de que su cine representaba todo un fenómeno cultural?

Sí, más que un fenómeno cultural, lo veía como un fenómeno popular. Nos dábamos cuenta cuando llenábamos diariamente los cines más grandes como el Mariscal, el Arcadia, el Nacional, el Teresa, donde cabían aproximadamente

1,500 personas. Llenábamos de 12 a 15 cines diarios. Era un cine fácil y barato para el público.

Nos tocó una época donde había mucha censura, Margarita López Portillo era una pesada, todo le caía mal... pero nosotros quisimos hacer un cine para el pueblo, y no recibimos dinero del Estado... su dinero no podía comprar la diversión del pueblo.

5.- ¿Cómo define el público para el que iba dirigido su cine?

Nuestras películas llenaban los cines más grandes, iba gente de todo tipo, entre la gran cantidad de asistente es difícil definir de qué categoría iban (clases social). Lo que sí es que iban muchas mujeres, no es sólo un cine para hombres.

6.- ¿Qué opina de las críticas que hacen los intelectuales o estudiosos del cine a las sexicomedias?

Siempre va a haber críticas, para ellos nuestro cine es denigrante, pero no se acuerdan (y tienen que recordar) que el cine es para el pueblo, no para los críticos. Por eso era un cine barato en todos los sentidos. Yo hice aproximadamente 70 películas y 60 video homes, todos ellos de bajo presupuesto pero muy bien recibidos por el público, en México y en Estados Unidos. Creo que las comunidades de latinos en otros países se sienten identificados con mis películas por la añoranza del idioma, del país.

Además, a una película no se le puede etiquetar como "intelectual" o "ignorante", lo que importa es su público. A nuestro público lo que más le gustaba de las películas era el albur, que es el arte de la diversión, algo muy mexicano. A todos les gusta el albur y todos lo entienden, nomás que se hacen.

7.- ¿Cree que sus películas son susceptibles a ser analizadas desde la antropología y los estudios culturales?

Deberían... porque representa un fenómeno que tiene un origen y un término, por medio de estas películas se puede aprender mucho del pueblo.

8.- ¿Era consciente de que en otros países ya se hacían comedias del mismo corte? (Como la comedia pícaro italiana o el cine argentino de Porcel)

Sí, de hecho en un festival de cine me presentaron a Lando Buzzanca, me lo presentaron como “el Zayas italiano” y a él le dijeron que yo era “el Buzzanca mexicano”. Buzzanca me contó que él era profesor en una escuela; comenzó a hacer teatro escolar, o sea, popular, y de ahí lo invitaron a hacer películas con muchachonas... mi historia es similar, sólo que yo siempre estuve en el teatro de carpa y luego de revista (teatros populares) y de ahí, cuando me invitaron a participar en películas con las bellezas del momento, ni modo que dijera que no. Tanto Lando como yo representábamos la fantasía de los hombres que no son ni fuertes, ni guapos, ni ricos, pero que pueden conseguir a la muchacha que quieran.

9.- ¿Quién cree que ocupa actualmente el lugar que antes ocupaban las sexicomedias? ¿Con qué se identifican ahora aquellos que buscan un referente de identidad, el cual encontraban en sus películas?

No hay nada que llene ese espacio, el público nos sigue buscando, sobre todo en Estados Unidos, donde más necesidad de identidad con lo mexicano tienen. Atendiendo a la situación de los migrantes, sensibilizándome, yo escribí, dirigí y produje una película llamada “Estufa/Bracero” en honor a ellos. También dirigí otras dos películas llamadas “Sexo, sudor y lágrimas” y “¿Por qué estoy tan bruja?”. Efectivamente tratábamos el tema de la pobreza pero de una manera no sufrida, porque la vida no es para sufrir.

10.-¿Qué lugar cree que ocupan las sexicomedias en la cinematografía mexicana?

Pues un lugar importante porque simplemente antes no había sexicomedia, no había albur, no había situaciones reales, lenguaje real.

ANEXO 2

Entrevista a Luis de Alba (25 de noviembre de 2012)

1.- ¿A qué sector de la población cree que representaban sus personajes de las sexicomedias?

Mi personaje de “Juan Camaney” representa a una clase media-baja, porque yo de ahí provengo. Yo crecí en La Lagunilla, Tepito, Garibaldi y mi personaje de Juan no es tanto un personaje, sino que soy yo. Por ejemplo mi personaje de “El chico de la Ibero” es una representación de la frustración personal, como actor y como clase social baja. Manejo esa frustración burlándome de la burguesía, del exceso de clasismo que tanto me duele, de la superioridad y del poderío.

2.- ¿Por qué cree que estas películas le gustaban tanto al público?

Porque se veía reflejado, se sentía identificado, sobre todo el público ciudadano. Se sentían identificados con el lenguaje que yo aprendí en los barrios donde crecí, el lenguaje de barrio. Por ejemplo con la palabra chido, la cual yo la puse de moda. Nosotros con estas películas abrimos una puerta al lenguaje popular, dijimos en cine palabras que todos usábamos en el barrio pero que nunca se escuchaban en los medios de comunicación. Ahora ya hasta están en el diccionario. Otra palabra que institucionalicé fue la de “naco”, la cual ya está incluida en el diccionario, pero no tiene el mismo significado con el que yo la usaba. En el diccionario aparece definida como “indio” pero yo la usaba para referirme a cualquier persona “normal” que desvirtuaba las actitudes y comportamientos fijados por las normas sociales. Todos somos nacos en algún sentido pero el naco nunca se define como tal, siempre hay alguien más naco que uno.

3.- ¿Qué opina de las críticas que hacen los intelectuales a las sexicomedias?

No me importa. Que sigan estudiando hasta que le encuentren lo que quieran. Por ejemplo yo me sorprendía cuando Carlos Monsiváis iba a mis espectáculos y ni

me saludaba. Después me enteré que escribió todo un capítulo sobre mí, pero parece que no entendía bien el concepto de mi show de entretenimiento.

4.- ¿Le interesa que sus películas tenga un lugar en la cultura popular?

No, no me interesa. A mí sólo me interesa tener salud para seguir entreteniendo a la gente. Por ejemplo hace dos semanas hice una película en los barrios bajos de Tepito. Regresé a mi barrio. Me interesa seguir entreteniendo al barrio.

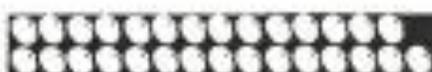
5.-¿Qué cambios encontró en el barrio de ahora con el barrio de hace 30 años?

Todo sigue igual, siguen usando el mismo lenguaje, las mismas técnicas de sobrevivencia, sigue habiendo la misma promiscuidad porque la pobreza sigue siendo la misma. La promiscuidad se da porque la gente en el barrio vivimos en espacios muy reducidos. Mucha gente en un cuarto o en una casa, con familias disfuncionales, padres viciosos o alcohólicos, lugares donde suceden cosas muy feas. En las películas apenas se tocan estos temas, pero no se tocan de fondo porque son muy tristes, por eso mejor nos reímos. Tal vez los cambios que veo es que hay mucha más droga, es más fácil de conseguir y de consumir, sin problemas.

6.- ¿Cree que hace falta entretenimiento enfocado a ese tipo de público de barrio y de clases bajas?

Definitivamente sí porque el medio del entretenimiento no ha canalizado los gustos de la gente popular, simplemente se dedica a idealizar lo que es la clase baja, la estereotipan como una clase de drogadictos, y hacen que los niños y jóvenes idealicen lo que es dañino para la salud y la sociedad y crean unos monstruos porque los jóvenes quieren ser esos personajes chingones que le entran a las drogas. Es un círculo vicioso.

Anexo 3



La taquilla dice: Las mejores películas estrenadas

(Cifras aproximadas)

MEXICANAS

TÍTULO	ACTOR PRINCIPAL	FECHA DE ESTRENO	COMPAÑÍA DISTRIBUIDORA	*INGRESOS ACUMULADOS
1 El Patrullero 777	Carlinhos	27 abril/78	Colombia	55,000
2 Noches de Cabaret	Sasha Montenegro	6 julio/78	Peinac	23,800
3 Dero para Seguro	India María	2 marzo/78	Rouil	17,800
4 Triángulo de las Bermudas	Hugo Stiglitz	16 marzo/78	Peinac	16,500
5 Las del Talón	Ana Luisa Peluffo	31 agosto/78	Peinac	13,500
6 El Lugar sin Límites	Lucha Villa	27 abril/78	Peinac	10,500
7 La Banda del Carro Rojo	Ana Luisa Peluffo	23 febrero/78	Peinac	5,700
8 El Niño y el Tiburón	Jorge Rivera	20 julio/78	Peinac	5,000
9 Oye Salomé	Sasha Montenegro	14 septiembre/78	Peinac	5,000
10 Cielito	Hugo Stiglitz	26 octubre/78	Peinac	5,000
11 El Arracadas	Vicente Fernández	23 marzo/78	Peinac	4,000
12 Los Japones no Esperan	Julio Alemán	5 enero/78	Peinac	3,300
13 Abacan los Karatekas	Jaime Monsó	10 agosto/78	Peinac	3,000
14 Apando	María Rojo	30 marzo/78	Peinac	3,000
15 Los de Abajo	Gloria Mestre	29 junio/78	Peinac	2,600
16 El Cuatro Sedes	Jorge Rivera	30 mayo/78	Peinac	2,500
17 Carreña	Valente Trujillo	2 febrero/78	Peinac	2,500
18 Así es mi Tierra	Carlinhos	1a. julio/78	Peinac	2,500
19 Divinas Palabras	Silvia Pinal	8 julio/78	Peinac	2,200
20 Liviana	Ranée Heráñ	8 julio/78	Peinac	2,300

TOTAL ENTRADAS BRUTAS APROXIMADAS AL MES DE OCTUBRE DE 1978: \$184,200,000.00

24

Reconocimiento a las Películas y Artistas más Taquilleros

La C.M.I.E., durante los días de su Segundo Gran Convención, premió con La Taquilla de Oro a las películas más taquilleras de 1991. Como justa recompensa a su valiosa aportación a la industria, la Cámara promueve

esta premiación por la importante labor de los que tienen a su cargo el difícil y arriesgado arte de la Producción Cinematográfica. Las películas premiadas fueron:

MEXICANAS



"LA POLICIERA"
Cinematográfica Calderón, S.A.



"OKEY, MR. FANCHO"
Diana Films, S.A.



"PICARDIA MEXICANA 2"
Diana Films, S.A.

PERRO CALLEJERO 2



"PERRO CALLEJERO 2"
Cinematográfica Jalisco, S.A.



"LAGUILLA, MI BARRO"
Televisión, S.A.



"LA NIÑA DE LA MOCHILA AZUL"
Internacional Films y Producciones Galaxi, S.A.

EXTRANJERAS



"SUPERMAN II"
Continental de Películas, S.A.



"FUERA DE TITANES"
Cinema International Corporation, S.R.L.



"EL HOMBRE ELEFANTE"
Organización Apolo, S.A.

BIBLIOGRAFÍA

Agrasánchez, Rogelio. (2001). *Cine mexicano*. Chronicle Book.

---- (2001). *¡Más! Cine mexicano*. Chornicle Books.

Aguirre Lora, Ma. Esther. (2001). *Rostros históricos de la educación*. México: FCE-UNAM

Amador, María Luisa. (1994). *Cartelera cinematográfica 1980-1989*. México: UNAM.

Anduiza V. (1984) V. *Legislación cinematográfica mexicana*. México: UNAM.

Arango Pinto, Luis Gabriel. (2002). *Estereotipos del mexicano popular en el cine: Un ejemplo en la comedia urbana picaresca de la década de los ochenta*. México: UNAM.

Araya U., Sandra (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. Cuadernos de Ciencias Sociales 127. Costa Rica. FLACSO.

Arce Fernández, Constantino et al. (1991). "Estereotipos regionales y nacionales: del conocimiento individual a la sociedad pensante". *Revista de Psicología Social*, ISSN 1579-3680, Vol. 6, Nº 1, 1991, pags. 7-22

Ardèvol, E. Muntañola, N. coord. (2004). *Representación y cultura audiovisual en la Sociedad contemporánea*. España: Editorial UOC.

Ardèvol, E; Pérez Tolón, L. eds. (1995). *Imagen y cultura; Lecturas en cine etnográfico*, España: Publicaciones del Área de Cultura, Diputación de Granada, Núm.3.

Aulenti, Lino (2011). *Storia del cinema italiano*. Padova: Libreria Universitaria. It. Edizioni.

Aumont, Jaques. (1998). *Análisis del Film*. Barcelona: Paidós.

Avilés, J., J. Ayala B., G. García, E. García R. y C. Monsiváis. "¡Amnistía para el cine!". Revista *El Buscón* (México) 1(1) noviembre-diciembre 1982 : 29-47.

Aviña, Rafael. (2001). *Una familia de tantas. Una visión del cine social en México*. México: Conaculta.

Aviña, Rafael, et. al. "El otro cine mexicano" en Revista *Somos*. Junio de 1995, Año 6, Especial No. 4. México: Editorial Eres S.A. de C.V.

Ayala Blanco, Jorge (2001). *La fugacidad del cine mexicano*. México: Océano.

--- (2004). *La grandeza del cine mexicano*. México: Océano.

--- (2006). *La herética del cine mexicano*. México: Océano.

--- (1990). *La disolvencia del cine mexicano: entre lo popular y lo exquisito*. México: Ed. Grijalbo.

--- (1985). *La aventura del cine mexicano*. México: Ed. Posada.

--- (1996). *La eficacia del cine mexicano*. México: Ed. Grijalbo.

Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Buenos Aires: Alianza.

- Banks, Marcus (1992). "Which Films are the Ethnographic Films?" en Peter Ian Crawford y David Turton (eds). *Film as ethnography*. Manchester: Manchester University Press: 116-129.
- Barahona Alonso, Fernando. (1999). *Antropología del cine*. C.I.L.E.H.
- Barbachano, C. (1974). *Acerca del anónimo receptor de la obra cinematográfica. El cine, arte e industria*. México: Salvat.
- Bartra, Roger. (2006). *Anatomía del mexicano*. México: DeBolsillo.
- (2005). *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*. México: DeBolsillo.
- Béjar Navarro, Raúl (2007). *El Mexicano. Aspectos culturales y psicosociales*. México D.F: UNAM
- Beuchot, Alberto Eduardo. (2006). *Espejos de luz. Aproximaciones a la hermenéutica cinematográfica en tres pasos*. México: Editorial Limusa.
- Boils, Guillermo (1996). "La vecindad: espacio vital en las ciudades mexicanas". *Revista Diseño y sociedad*. Núm. 6 - Primavera. Pág. 81-90. México: UAM-Xochilimco..
- Bollème, Geneviève (1990). *El pueblo por escrito. Significados culturales de lo popular*. México: Ed. Grijalbo.
- Bonfil Batalla, Guillermo et al. (2002). *Culturas populares y política cultural*. México: Conaculta.

- Brottman, Mikita (1997). *Offensive Films: Toward an Anthropology of Cinema vomitif*. Greenwood: Greenwood Press.
- Burin Mabel, et al. (1998). *Género y familia. Poder, amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. México: Ed. Paidós.
- Cabot, Mateu. (2011). "La crítica de Adorno a la cultura de masas. Constelaciones". *Revista de Teoría Crítica* [en línea]. 2011, vol. 3, pp. 130-147. Disponible en Internet: http://www.constelaciones-rtc.net/03/03_07.pdf ISSN 2172-9506.
- Carmona, Ramón. (1991). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, Francesco. (1996). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Cifuentes, Ana María (2010). "Sobre medios, masa, cultura popular en las crónicas de Carlos Monsiváis". *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, Núm. 36, enero-sin mes, 2010, pp. 147-156. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Coria, José Felipe (1995). *Iluminaciones del inestable cinema mexicano*. México: Editorial Paidós.
- (1997). *Un cabaret llamado arrabal. Nuevo cine mexicano*. México. Ed. Clío.
- Costa, Paola (1988). *La "apertura" cinematográfica: México 1970-1976*. Puebla: Universidad Autónoma de Puebla. Colección Difusión Cultural. Serie Cine.
- Cruz González Recillas, A. 2003. *El cuerpo del monotipo*. Tesis Licenciatura. Puebla: UDLA.

- Dávalos O. Federico. (1996). *Albores del cine mexicano*. México: Ed. Clío.
- De la Vega A., Eduardo (1994). *Bye, bye Lumière. Investigación sobre cine en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- De los Reyes, Aurelio. (1983). *Los orígenes del cine mexicano 1896-1900*. México: SEP. Colección Lecturas Mexicanas No.61.
- Del Río, Pablo y Amelia Álvarez. (1999). *La puesta en escena de la realidad cultural. Una aproximación histórico cultural al problema de la etnografía audiovisual*. España: Universidad de Salamanca.
- Díaz Barriga, M. (1994). "El relajo de la cultura de la pobreza". *Revista Alteridades* 4 (7). México: UNAM. Pp. 21-26.
- Eco, Umberto (1965). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Ed. Lumen.
- Erreguerena A., María Josefa (2009). *Los medios de comunicación masiva como actualizadores de los mitos: el mal en el cine, un ejemplo de la construcción imaginaria del mito*. México: FCE.
- Espinosa L., Rodolfo (2010). *La función del relato de la muerte en El Séptimo Sello de Ingmar Bergman*. Tesis no publicada. Querétaro: Liceo Estudios Superiores.
- Featherstone, Mike. (1991). *Cultura de consumo y posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Fernández Reyes, Álvaro. (2007). *Crimen y suspenso en el cine mexicano*. México: El Colegio de Michoacán.

Galindo, J. (1992). *Ideología y comunicación. El Estado, la hegemonía y la difusión masiva*. México: Premia Editora.

Gallardo, Francisco (2008). *Elementos para una antropología del cine: Los nativos en el cine de ficción de Chile*. Revista Chungará. Vol. 40. Núm. Especial Arica 2008. Págs. 317-325. Chile.

García Riera, E. (1972). *Cuando el cine mexicano se hizo industria*. Revista de la Universidad. México, junio 1972. Hojas de cine. México: SEP vol. 2.

--- *Historia documental del cine mexicano*. México: Universidad de Guadalajara. Secretaría de Cultura de Jalisco. CONACULTA. IMCINE, 1992-1996. Vol. 1.

--- *El cine independiente*. Unomásuno (México) 8 marzo-12 julio 1983.

--- *Situación del cine mexicano*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. México, octubre-diciembre 1976/enero-marzo 1977 : pp. 173-182.

--- (1998). *Breve Historia del Cine Mexicano. Primer Siglo 1897-1997*. México CONACULTA/IMCINE.

--- (1987). *México visto por el cine extranjero*. Vol. 1. México: Ed. Era.

García Tsao, Leonardo (1989). *Cómo acercarse al cine*. México: Conaculta-Limusa.

---- (2008) *El ojo y la navaja*. México: Punto de lectura.

Gaudreault, André (1995). *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.

Geertz, Clifford (1996) *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

- Giraldo, Octavio (1972). "El machismo como fenómeno psicocultural". *Revista Latinoamericana de Psicología*. Año/Vol 4 Número 003. Colombia: Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Pp. 295-309.
- Golovanevsky, L. (2004). *Cultura de la pobreza, cultura de la caída (los nuevos pobres) y la influencia de las transformaciones laborales en los modos de vida. Algunos abordajes de la literatura*. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Julio, número 024. Universidad de Jujuy. Argentina. Pp. 145-164.
- Gómez Jara, F. y D. S. de Dios (1973). *Sociología del cine*. México: SEP.
- González, Carla (2006). *Rutas del cine mexicano contemporáneo*. México: Ed. Landucci.
- Grau Rebollo, Jorge (2005). *Antropología, cine y refracción. Los textos fílmicos como documentos etnográficos*. España: Gazeta de Antropología, No. 21, 2005. Artículo 03.
- Gray, Gordon (2010). *Cinema: A visual Anthropology*. USA: Berg Publishers.
- Guttman, Matthew (1999). *Ser hombre de verdad en la Ciudad de México. Ni macho, ni mandilón*. México: Colmex-Ed. Paidós.
- Harris, Marvin. (1985). *Desarrollo de la teoría antropológica: una historia de las teorías de la cultura*. México: Ed. Siglo XXI.
- Herskovits, Melville J. (1995). *El hombre y sus obras*. México: FCE.
- Hinojosa, Lucila (2006). *Cine mexicano: de lo global a lo local*. México: Ed. Trillas.

- Huaco, G.A (1965). *The sociology of film art*. New York: Basic Books.
- Iglesias Prieto, Norma. (1991). *La visión de la frontera a través del cine mexicano*.
Mexicali: Ed. Colegio de la Frontera del Norte
- Jiménez, Armando (1997). *Cabarets de antes y de ahora en la Ciudad de México*.
México: Ed. Plaza y Valdés.
- (2009). *Picardía mexicana*. México: Ed. Diana
- Konigsberg, Ira (2004). *Diccionario técnico Akal de cine*. Madrid: Akal.
- Koop, David (2009). *Desaparecen los viejos cabarets de México*. UT San Diego
News en Línea. Consultado el 12 de octubre de 2012 en
[http://www.utsandiego.com/news/2009/nov/24/desaparecen-los-viejos-
cabarets-de-mexico/](http://www.utsandiego.com/news/2009/nov/24/desaparecen-los-viejos-cabarets-de-mexico/)
- Le Breton, David (1998). *Las pasiones ordinarias. Antropología de las emociones*.
Buenos Aires: Ed. Nueva Visión.
- (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Ed. Nueva
Visión.
- León de la Barra, E (1979). *Los de arriba*. México: Ed. Diana.
- Lewis, O. (1972). *La cultura de la pobreza*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- (1982). *Los hijos de Sánchez*. México: Glijjalbo.
- Lisón Arcal, José C. (1999). *Una propuesta para iniciarse en la antropología visual*.
Madrid: Universidad Complutense.

- Lozoya, Carlos Alberto. (2006). *Cine mexicano*. USA: Lunwerg Editores.
- Lowie, Robert H. (1985) *Historia de la Etnología*. México: FCE.
- Maciel, David R. (2000). *El bandolero, el pocho y la raza: imágenes cinematográficas del chicano*. México: Conaculta-Siglo XXI editores.
- Marcuse, George, E. y Dick E. Cushman. (1998) "Las etnografías como textos", en C. Geertz y J. Clifford. *El surgimiento de la antropología posmoderna*. Barcelona: Gedisa.
- Maus, Marcel (2006) *Manual de Etnografía*. México: FCE.
- Maza Pérez, Maximiliano. (1996). *100 años de cine mexicano*. México: Ed. ITESM y MARCO.
- McMillan David W and David M. Chavis G. *Sense of community: A definition and Theory*. Journal of Community Psychology. Vol. 14, January 1986. Vanderbilt University.
- Millan H. María Angélica (2004). *Investigación del factor que influye en la temática de producción del cine mexicano contemporáneo*. Tesis no publicada. Puebla: UDLA.
- Monsiváis, Carlos (1978). "Notas sobre cultura popular en México". Latin American Perspectives. Vol. 5. No. 1. Culture in the Age of Mass Media (Winter 1978). Sage Publications, Inc.
- (1981). *Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México*. Cuadernos Políticos, número 30, México, D.F: Editorial Era, octubre-diciembre de 1981, pp. 33-52.

- (1983). "Orozco". Revista *Nexos* en línea. 1 de diciembre de 1983.
- (1988). "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX", en Daniel Cosío Villegas, coordinador. *Historia general de México*. Tomo II, México: El Colegio de México.
- (2001). *Entrada libre. Crónicas de la sociedad que se organiza*. México D.F: Biblioteca Era.
- (2007) *Escenas de pudor y liviandad*. México: Ed. Gandhi.
- y Carlos Bonfil. (1994). *A través del espejo: El cine mexicano y su público*. México: Ed. El Milagro IMCINE.
- Paz, Octavio (2002). *El laberinto de la soledad*. México: FCE.
- Pérez Montfort, Ricardo (2007). *Expresiones Populares y Estereotipos Culturales en México, Siglos XIX y XX: Diez Ensayos*. México: CIESAS.
- Poloniato, Alicia (1980). *Cine y comunicación*. México: Ed.Trillas.
- Quezada, Mario A (2008). *Diccionario del Cine Mexicano 1970 – 2000*. México: UNAM
- Reyes, A. de los. (1988). *Cine y sociedad en México 1896-1930: vivir de sueños*. México: UNAM.
- Reyes Equiguas, Salvador. (2009). "Caminar para vender. Relatos de alfareros, copaleros y chiveros en sus andanzas por la mixteca" en *Caminos y Mercados de México*. Coord. Janet Long Towell y Amalia Attolini Lecón.

México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Históricas/Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Reyes Reyes de la M. (1984). *Memorias de un pentonto*. México: Ed. Posada.

Riding, Alan (1985). *Vecinos Distantes. Un retrato de los mexicanos*. México, D.F.: Ed. Planeta.

Rosas Mantecón, Ana. (1995). "Una mirada antropológica al público de cine".
Revista *El Cotidiano*, Num. 68. Marzo-abril 1995. México: UAM.

Rosbach, A. y Canel, L (1988). "Política cinematográfica del sexenio de Luis Echeverría". Hojas de cine. *Testimonios y documentos del nuevo cine latinoamericano*. Vol. 2. / F. del Moral G., comp. México: SEP-UAM-Fundación Mexicana de Cineastas. Colección Cultura Universitaria. Serie Ensayo.

Rozado, Alejandro. *Cine y realidad social en México. Una lectura de la obra de Emilio Fernández*. Guadalajara: U. de G. / Centro de Investigación y Enseñanza Cinematográficas.

Ruy Sánchez, A (1988). "Cine mexicano: producción social de una estética".
Verano 1988. Págs. 71-83. Reimp. *Hojas de cine: Testimonios y documentos del nuevo cine latinoamericano*. Vol. 2. / [F. del Moral G., comp.] México: SEP-UAM-Fundación Mexicana de Cineastas. Colección Cultura Universitaria. Serie Ensayo.

Safa, Patricia. "Vida urbana, heterogeneidad cultural y desigualdades sociales: el estudio en México de sectores populares urbanos" en *Revista Alteridades*, 1992 2 (1). Págs. 3-10.

Sánchez, Francisco (1990). *La crónica antisolemne del cine mexicano*. México: Universidad Veracruzana.

Sánchez De Armas, Miguel Ángel (2012). "Juego de ojos: el cine en el cardenismo". Revista *Razón y Palabra*. 3 de octubre de 2012. México: ITESM.

Sandoval, Lidia. (2012) "Marco histórico: Revitalización del cabaret La fiesta" en *Proyecto urbano arquitectónico. Casa de la cultura ecológica UACJ-La Fiesta. Parque ecotecnológico*. Élide Staines (Coord). México: Ed.UACJ

Schulz-Cruz, Bernardo. *El gay en el cine mexicano: Tres décadas de joterio 1970-1999*. México: Distribuciones Fontamara.

Stam, Robert (1999) *Nuevos conceptos de la teoría del cine*. Barcelona: Ed Paidós.

---- (2001). *Teorías del cine*. Barcelona: Ed. Paidós.

Stanislavski, Constantin (1984). *Un actor se prepara*. México: Ed. Diana.

Taibo I, Paco Ignacio (1979). *La risa loca. La enciclopedia del cine comico*. Vol. 2
México: Conaculta

--- (2004). *Historia popular del cine*. México: Conaculta

Tapia Campos, Martha Laura. *La dramática del mal en el cine mexicano*. México: UNAM.

Torres San Martín, Patricia (2001). *Cine y género. La representación social de lo*

femenino y masculino en el cine mexicano y venezolano. Tesis no publicada. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Toxqui G, María Áurea (2008). *El recreo de los amigos: Mexico City's Pulquerías during the Liberal Republic (1856-1911)*. Arizona: Universidad de Arizona. UMI.

Tylor, Sir Edward Burnett. (1958). *The origins of culture*. Nueva York: Harper & Brothers Publishers.

Ugalde, Víctor. (1984). "El mercado cinematográfico en 1984". *Revista Cámara*. México: Cámara Nacional de Cine. Año 1984.

Valenzuela Arce, José Manuel (1998). *Nuestros piensos: culturas populares en la frontera México-Estados Unidos*. México: Conaculta.

---- (2003). *Por las fronteras del norte: una aproximación cultural en la frontera México-Estados Unidos*. México DF: Conaculta.

Vanoye, Francis (2008). *Principios de análisis cinematográfico*. Madrid: Abada Editores.

Viñas, Moisés (1985). *Historia del cine mexicano*. México: UNAM, Filmoteca de la UNAM

--- (1992). *Índice general del cine mexicano*. México: Arte e Imagen.

Zavala, Lauro (1994). *Permanencia voluntaria: el cine y su espectador*. Veracruz: Universidad Veracruzana.

--- (2003). *Elementos del discurso cinematográfico*. México: UAM-Xochimilco.

- (2007). *Ironías de la ficción y la metaficción en cine y literatura*. México: UAM
- (2010). *La seducción luminosa. Teoría y práctica del análisis cinematográfico*. México: Ed. Trillas.
- (2011). *Los estudios sobre cine en México: Un terreno en construcción*. Consultado en internet el 21 de septiembre de 2011 en <http://cinesilentemexicano.wordpress.com/2011/01/01/los-estudios-sobre-cine-en-mexico-un-terreno-en-construccion-i-capitulos-1-8/>
- Propuesta de programa para la creación de la *Maestría en Teoría y Análisis Cinematográfico*. Consultado en internet el 20 de septiembre de 2011 en <http://laurozavala.info/attachments/MaestriaenTeoriayAnalisisCinematografico.pdf>
- *La tendencia transdisciplinaria de los estudios culturales*. Consultado el 09 de octubre de 2011 en: <http://www.difusioncultural.uam.mx/revista/mar2002/zavala.html>