



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Facultad de Artes y Diseño**

ESTEREOTIPOS QUE MARCAN UNA NACIÓN:  
Representaciones del mexicano en la animación

Tesina

Que para obtener el Título de:

Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta: Georgina Abril García Carbajal

Director de Tesis: Maestro Gerardo García Luna Martínez

México, D.F., 2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# AGRADECIMIENTO

*A mis padres Jorge García y Alicia Carbajal que siempre me impulsaron para ser mejor y mejorar cada día; por todo su apoyo, paciencia y amor a lo largo de mi vida y mi formación. A toda mi familia, quien siempre se preocupa por mí. A mi “familia tica”, por todo su cariño.*

*A todos los amigos que me apoyaron y dieron ánimo de que pronto acabaría, porque sabían que lo lograría: Mayra Hernández, Mireya Garcés, Silvia Cabrera, Ileana Rojas, Elydeth Rodríguez, Tony López, Célica Martínez. En especial a Eduardo Lagos, por su paciencia y porque el trabajo final lleva un pedacito de él.*

*A mi director de tesis: Mtro. Gerardo García Luna, quién siempre se mostró entusiasmado y cuyos consejos y guía hicieron posible la creación y culminación de este trabajo. A los maestros que con recomendaciones enriquecieron este escrito; Fernando Martínez Aroche, Manuel López Monroy, Norma Calette, Eugenio Murillo y Socorro Ordóñez.*

*Un agradecimiento especial a la Maestra Marcela Ruíz Orozco; ya que gracias a ella tomé interés y amor por el arte, quien me hizo mejorar al exigirme más, alentándome a estudiar esta hermosa carrera, donde quiera que esté muchas gracias.*

*Y a la **UNAM** y a la **Facultad de Artes y Diseño**, por darme la oportunidad de formar parte de ellas y enriquecer mi conocimiento con sus enseñanzas.*

*A todos y cada uno de ustedes, les dedico las páginas de esta tesis.*

**De corazón, GRACIAS.**

**Abril García Carbajal**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>1. UN CHAPUZÓN A LA SEMIÓTICA:</b>	
<b>Introducción al estudio de los signos</b> .....	7
1.1 Referentes históricos.....	8
1.1.1 Evolución nominal	
1.2 ¿Qué es Semiótica?.....	12
1.3 Tipos de Semiótica.....	13
1.3.1 Semántica, Sintáctica y Pragmática	13
1.4 Tipo de signos y organizaciones.....	14
1.4.1 Motivación y convención	15
1.4.2 Organización de los códigos.....	15
1.5 Significación del signo.....	16
1.5.1 Primer orden de significación.....	16
1.5.2 Segundo orden de significación.....	17
1.5.3 Tercer orden de significación.....	17
<b>2. EL MEXICANO NO ES COMO LO PINTAN:</b>	
<b>Un panorama iconológico de la representación del mexicano</b> .....	20
2.1 Antecedentes teóricos.....	22
2.2 Antecedentes prácticos.....	30
2.2.1 Otros referentes.....	59
<b>3. NI MUY MUY, NI TAN TAN:</b>	
<b>Análisis semiótico de los elementos</b> .....	65
3.1 Representaciones contemporáneas.....	67
3.2 Listado y análisis de elementos.....	80
3.3 Propuesta.....	90
3.3.1 Guion técnico.....	91
3.4 Conclusiones.....	92
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	96
<b>ANEXOS</b>	100

## INTRODUCCIÓN

---

Esta investigación se centra en el ¿por qué de los estereotipos del mexicano? Partiendo de un análisis y una descripción semiótica de varias animaciones extranjeras con personajes mexicanos. El objetivo general es investigar las animaciones realizadas fuera del país, partiendo de 1953 con “*Speedy Gonzáles*” –primera animación donde un personaje mexicano es protagonista– hasta animaciones más contemporáneas de comienzo del siglo XXI.

Los estereotipos, como lo menciona el escritor francés George Steiner, “son verdades cansadas”<sup>1</sup>. Verdades que siempre han estado ahí y perduran fortaleciéndose a través del tiempo. Nos encontramos entonces, ante estereotipos difundidos y fijados por generaciones que en la mayoría de los casos, no han tenido ningún contacto con el grupo estereotipado; siendo producto de una imagen formada y difundida culturalmente desde antiguas civilizaciones a través de recursos e intereses de la clase dominante; como lo son la arquitectura, escultura, grabados, pintura, literatura y los textos epistolares (principalmente en la edad media) hasta la actualidad, donde son difundidos por medios masivos de comunicación para especular sobre algo a lo que no se está familiarizado.

---

<sup>1</sup> Steiner George. *Imágenes y estereotipos acerca del mundo hispánico en Europa*, (Madrid: Víctor Bergasa, 2009. Pp728).

Este gran impacto de la representación del mexicano se forja a largo de la historia en medios de comunicación; como la literatura, el cine, la caricatura y la animación. El impacto es continuo debido a la eficacia y facilidad de retención de ciertos elementos que marcan tanto al que representa como al que es representado.

Entendiendo a México como un país multicultural hecho de distintas razas y lleno de historia, los primeros estereotipos parten de dos puntos: el primero surge en la colonia (1521); donde la decadencia de España acentuó vicios, afectando la psicología mexicana con la imagen del indígena o coloquialmente llamado “indio”. Durante siglos los indios han sido violentos y sanguinarios.... seres peligrosos y enigmáticos que matan con facilidad a sus semejantes y hostilizan a los extraños<sup>2</sup>. El estereotipo del indio se reforzó en la Independencia. El segundo surge con la imagen del revolucionario (1910). La revolución nos hizo salir de nosotros mismos y nos puso frente a la historia; al ser principalmente una revolución cultural.

Estas imágenes visuales, fueron retomadas en la prensa estadounidense y la cinematografía tanto internacional como nacional, convirtiéndose en un arquetipo recurrente; –que de acuerdo a Jung son representaciones, imágenes o esquemas congénitos con valor simbólico que forman parte del inconsciente colectivo, considerados modelos de cualquier manifestación de realidad<sup>3</sup>– en la sombra del mexicano, una sombra que sin saberlo ha adoptado y encarnado a él, volviéndose parte de su vida.

La subjetividad mexicana está compuesta por muchos estereotipos psicológicos y sociales, héroes, paisajes y panoramas históricos. El mexicano encuentra imposible renunciar a su historia, definirse en un grupo y entenderse como una nación, todo ello está fuera de su realidad. Quizá por esta razón, no hemos dejado de lado los estereotipos con los que nos pintan los extranjeros, sino que al contrario, los hemos acogido siendo más nacionalistas; apropiándonos del espacio para confirmarnos y reafirmarnos.

---

<sup>2</sup> Bartra, Roger. Crisis cultural e identidad de la condición pos mexicana Vuelta (México, 21, 1998 pp15).

<sup>3</sup> Jung, Gustav. Arquetipos e inconsciente colectivo (Barcelona: Paidós, 1970).

Agustín Basave en su libro *Mexicanidad y esquizofrenia* de 2010, describe al mexicano como tenue –debido a su no tan clara identidad, ingenuo –más que nada soñador, siempre tiene fe y esperanza, cortés –con sentido de fraternidad con sus compatriotas y extranjeros, discreto –por las inseguridades que conlleva por su identidad, místico -por creencias en la muerte y religiosidad y oblicuo por esta mezcla española-azteca.

Con cuatro constantes históricas que florecen en toda la sociedad mexicana: La religiosidad, amor por lo bello, el sentido del humor y el barroquismo<sup>4</sup>; una estrategia que busca contrarrestar efectos negativos o autorrepresivos (en este caso de la conquista española), mediante esta estrategia, niega su realidad pero mezcla elementos que de otro modo no podrían juntarse.

Y aún, pese a toda esta historia, es difícil comprender la compleja personalidad del mexicano y los estereotipos con los que ha sido caracterizado.

Se pretende en este trabajo recepcional, demostrar que la animación es más que dibujos graciosos y humorísticos, que se mueven bajo un orden lógico y que debemos interpretar de manera conceptual.

Después de investigar, delimitar y definir los estereotipos, ver cómo afectan a un determinado grupo o sector social, a fin de encontrar su origen. La propuesta final será, hacer una animación con los datos y elementos surgidos de la presente investigación, a modo de mostrar a los demás mexicanos cómo nos ven desde afuera y replantearnos ¿así nos vemos a nosotros mismos?, ¿así es nuestro entorno, acciones y características?.

Y lo más importante, que nos cuestionemos si hemos contribuido a alimentar y corroborar estos estereotipos del colectivo social, causando un círculo vicioso.

---

<sup>4</sup> El *ethos barroco* consiste en una combinación paradójica de un sensato recato y un impulso desobediente. “una estrategia que acepta leyes, pero que se inconforma con ellas, las somete a un juego de transgresiones que las refuncionaliza. Echeverría, Bolívar. Modernidad, mestizaje cultural y el ethos barroco, (México: UNAM 1994, Pp26).



## UN CHAPUZÓN A LA SEMIÓTICA: INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL SIGNO

El hombre, a lo largo de su historia siempre ha tenido la necesidad de comunicar y socializar; de ésta manera expresa sus ideas e inquietudes. Y mediante este proceso se entera y es consciente de lo que hay en su entorno. Para teorizar la afirmación aquí expuesta empezaremos definiendo a la comunicación como: la transferencia de un mensaje por parte de un emisor (A) a un receptor (B) por medio de un canal, durante esta transferencia de datos puede ocurrir interferencia o retroalimentación.

Modelos de este proceso de comunicación entre el transmisor y receptor hay muchos, nosotros lo simplificaremos de la siguiente manera basándonos en el escrito de Fiske de Introducción al estudio de la semiótica.<sup>5</sup>

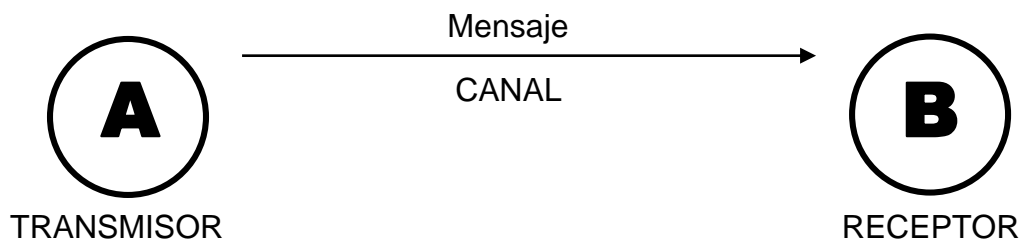


Figura 1. Esquema de la comunicación

<sup>5</sup> Fiske, John. La Semiótica: introducción al estudio de los signos. (España: Montesino, 1981, pp8).



Este trabajo busca enfatizar el análisis semiótico, tanto en la comunicación como en medios de representación gráfica, como generación de significado; pues para que el receptor entienda el mensaje, éste necesita signos que posean algún significado.

Para profundizar en este saber, un estudio necesario es el de la semiótica, Sebastián Serrano la define de “manera informal” como una ciencia que estudia las diferentes clases de signos, las reglas que gobiernan su generación y producción, transmisión e intercambio, recepción e interpretación<sup>6</sup>. En ella intervienen la comunicación y la significación. Su estudio interactúa con otras disciplinas como la lingüística, psicología, sociología, etc., y de esta manera, contribuye a definir el proceso de significación; que es donde determinamos el significado del signo mediante conceptos formados social y culturalmente por el interpretante\*.

## 1.1 REFERENTES HISTÓRICOS

### 1.1.1 Evolución Nominal

La palabra semiótica, etimológicamente proviene del griego *semeiōn* = signo y el sufijo *-ticos* = relativo a; Este término fue acuñado por el filósofo inglés John Locke (1632-1704) para la disciplina dedicada al estudio de los signos, así como su comunicación e interpretación.

La definición pasó por varias ramas de estudio, desde las científicas, físicas, matemáticas hasta las filosóficas.

Inicialmente tenía un sentido médico; Hipócrates (460-370 a.C.) en su texto *Prognóstico* habla de semiótica clínica; planteaba la medicina sobre el enfermo, cómo se manifiesta la enfermedad y cuáles son sus indicios. Posteriormente Galeno (130-216 d.C.) médico griego, desarrolló y delimitó, la especialidad médica *sintomatología* denominada *semeiotica*.

---

<sup>6</sup> Serrano, Sebastián. La Semiótica: una introducción al estudio de los signos. (España: Editorial Montesino. 1981. Pp8).

\* Haciendo alusión a la terminología descrita por Ch. S. Peirce.

En la retórica sofista; que era la técnica de hacer un discurso consciente de sí mismo, ya encontrábamos las primeras investigaciones semióticas, refiriéndose también a la semántica (estudio de relaciones entre significantes y significados) y la pragmática (estudia de qué forma se emplean estos signos). Así, de cada razonamiento se consideraba su estructura, validez y finalidad.

Gottfried Leibniz (1646 – 1716) en reflexiones semióticas expone la necesidad por estudiar, comprender y construir sistemas de signos, de notaciones simbólicas. Es John. Locke (1631 – 1704), filósofo inglés, quien en el siglo XVII incorpora el término al discurso filosófico que abarca los signos identificados con la lógica.

La primera afirmación de semiótica, la hace el filósofo americano Charles Sanders Peirce (1839 – 1914) y el lingüista suizo Ferdinand de Saussure (1857 – 1913) a finales del siglo XIX. Peirce considera a la semiótica como una teoría de conocimiento, quería elaborarla como “álgebra universal de los signos”. Ve aquello a lo que se refiere el signo; el usuario y signo se interrelacionan y cada elemento es comprendido en término de los otros. Para Peirce la relación entre los componentes del signo y la alteración de señales, es un mensaje comprendido como:

*Un signo o representamen es aquello que representa algo para alguien, en algún aspecto o sentido. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de una persona un signo equivalente o quizá un signo más desarrollado. Al signo que se crea lo llamo interpretante del primer signo. El signo representa algo, su objeto. Representa al objeto, no en todos los sentidos, sino en referencia a un tipo de idea, que en algunos casos he llamado terreno (ground) de la representación. (Peirce, 1986, p65)<sup>7</sup>*

Por otra parte, Saussure fundamenta la lingüística como necesaria para la existencia de la semiología. Afirma que el signo es un objeto físico con un significante (Imagen percibida del signo) y significado (Concepto mental que es común cultural), ambos se determinan y varían de acuerdo a la sociedad. El signo se relaciona con la realidad a través de los conceptos que la gente utiliza.

Ogden y Richards en 1932 indican que los símbolos están influenciados por pensamientos y referencias. Éstas influyen nuestra percepción de la realidad.

---

<sup>7</sup> S. Peirce, Charles. La ciencia de la semiótica, (Buenos Aires: De Nueva Visión, 1986).

A continuación los esquemas de Peirce y Saussure en los que nos centraremos:

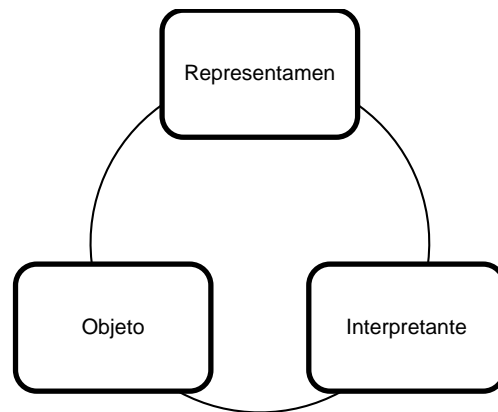


Figura 2. Esquema según Peirce.

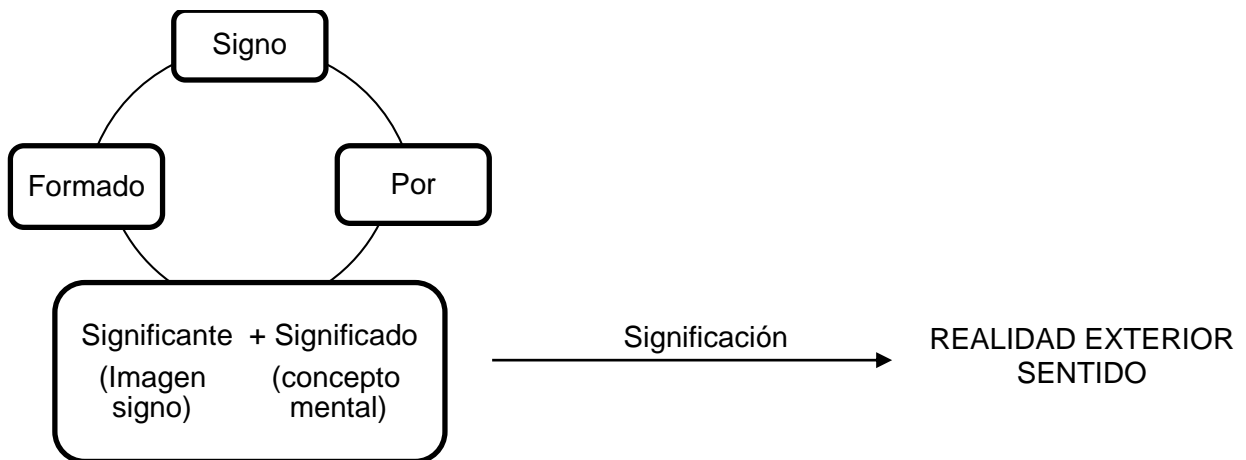


Figura 3. Esquema según Saussure.

Del esquema Saussuriano podemos inferir el concepto de valor, entendido como una nueva relación entre el signo y otros signos. El valor es el objeto que constituye un sistema y está formado por cosas diferentes y cosas similares; el valor de un elemento se obtiene por comparación con otros elementos del sistema, definiéndose por oposición o negativa: Es lo que otros NO son (un mexicano es lo que NO es un argentino o un francés), determinando así el sentido.

Los significados son los conceptos mentales con los cuales se dividen y categoriza la realidad para así comprenderla. Por ello, los significados están hechos por el hombre y se determinan de acuerdo a la cultura a la que pertenece. Según Fiske la significación del signo se determina por los límites de los significados que guardan relación dentro de un sistema.<sup>8</sup>

A fin de esclarecer más la postura con respecto a la semiótica de Peirce y Saussure, se presenta el siguiente cuadro comparativo:

Saussure	Peirce
Interés lingüístico El signo lingüístico vincula un significado con un significante	Interés filosófico Se ocupa del modo en que el hombre conoce la realidad.
Busca el sentido en las relaciones estructurales, considerando la relación entre el signo y otros signos en el mismo sistema (aquello que podría ser, pero que no es)	Busca el sentido en las relaciones estructurales
El signo consiste una forma física y un concepto mental asociado que es una aprehensión de la realidad.	Ve al signo, aquello a lo que éste se refiere y sus usuarios como una relación trádica.
Los signos se relacionan con la realidad a través de conceptos que la gente utiliza	Los elementos del signo interactúan y sólo pueden ser comprendidos en términos de los otros.
El signo es una entidad física; consiste en un significado (componente mental) y significante (componente material)	El signo refiere a algo diferente a sí mismo –el objeto- y es comprendido por alguien –el interpretante.
El significante es la imagen del signo o representación física externa. El significado es el concepto mental al cual se refiere	La importancia de la semiótica es el acto de significar, se interesa en la relación signo-objeto-interpretante.
Distingue el símbolo del signo por el grado de arbitrariedad.	Clasifica en tres categorías (tricotomías): 1. Cualisigno, Sinsigno y legisigno 2. Icono, índice y símbolo 3. Rema, signo, dicente y argumento
El símbolo se distingue por continuidad asociativa entre el significante y el significado	El símbolo es un ente viviente clasificado fundamentalmente en iconos, índices y símbolos
El signo se define por relaciones, Hay una reciprocidad, no existe significado sin significante, se determinan entre sí.	Todo signo remite a otro signo y quien lo interpreta son los conocimientos del sujeto
La relación que un signo muestra con otros se describe en términos de paradigma y sintagma	La experiencia tiene papeles importantes en la comunicación y la significación

<sup>8</sup> Fiske, John. Introducción al estudio de la comunicación, (Colombia: Norma, 1984, pp146).

No obstante, ambos llegan a la conclusión de que el signo es central para cualquier comprensión de la cultura y para ello, hay que categorizar los signos según la manera como se relacionen.

## 1.2 ¿QUÉ ES LA SEMIÓTICA?

La semiótica se define, entonces, como el estudio de los signos y su funcionamiento. Y tiene tres realidades principales de estudio:

**Signo:** Estudia tipos de signos, su significado y la relación con quien los usa.

**Código:** variedad para satisfacer las necesidades de una sociedad o para explotar los canales de comunicación disponibles para su transmisión.

**Cultura:** Lugar donde operan códigos y signos que depende de su existencia y uso.

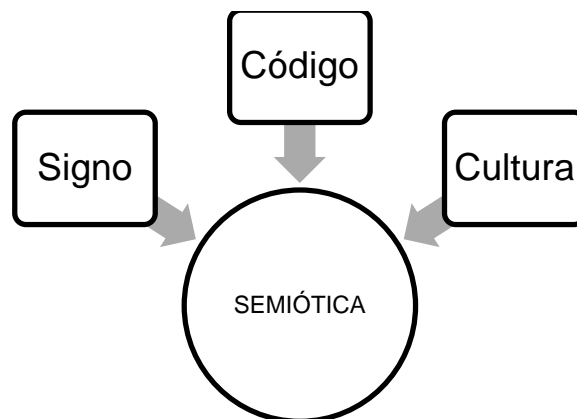


Figura 4. Áreas del estudio de la semiótica.

La semiótica se centra en el texto y los modelos lineales en el proceso de comunicación; ya que la conducta comunicativa de una sociedad está organizada, escribe y explica un cúmulo de conexiones entre personas, palabras, objetos y espacio.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Serrano, Sebastián. La semiótica: una introducción a la teoría de los signos (España: Montesinos, 1981, pp121).

En la semiótica el lector es más activo y está determinado por su experiencia cultural; así, el lector crea el significado del texto mediante sus experiencias, actitudes y emociones.

Para la semiótica, la comunicación es la generación de significados en los mensajes. El significado es un proceso activo, el sentido es el resultado de la interacción signo-interpretante-objeto, y puede ser variable de acuerdo con el contexto y tiempo.

### **1.3 TIPOS DE SEMIÓTICA**

Desde el punto de vista metodológico la semiótica se divide en tres tipos:

La semiótica teórica; que define conceptos básicos interrelacionados: signo-sistema. Se encarga de delimitar el objeto y construir un aparato teórico para tratarlo.

La semiótica descriptiva; describe situaciones comunicativas mediante la segmentación y clasificación. Establecer y ofrece reglas obligatorias con organización secuencial.

Semiótica Aplicada; se aplica específicamente a un tema (cine, el lenguaje, en este caso la animación). Tiene un objetivo y análisis más delimitado y específico.<sup>10</sup>

#### *1.3.1 Semántica, Sintáctica y Pragmática*

La semántica se entiende como el estudio de las relaciones entre significantes y significados, es decir, el significado de los enunciados y oraciones.

En la sintáctica se hace un estudio del análisis de la relación entre los distintos símbolos o signos del lenguaje. Estudia la relación que existe entre un objeto y su nombre. En el caso del diálogo, parte del receptor al emisor para el estudio del mismo.

Por otro lado la pragmática estudia las relaciones entre significantes y usuarios y su contexto, es decir, de qué forma se emplean los signos en la comunicación.

---

<sup>10</sup> Idem. Pp12

## 1.4 TIPOS DE SIGNOS Y SU ORGANIZACIÓN

El signo es central para cualquier comprensión de la semiótica, por ello Saussure y Peirce categorizaron los signos por su relación Significante-Significado (Saussure) y Signo-Objeto (Peirce). Los signos se evalúan en signos propiamente dichos, en la forma en que se organizan en sistemas y los contextos en que aparecen. Cuando agregamos un significante diferente al significado, la interpretación y/o el mensaje pueden cambiar completamente.

*El signo puede solamente representar al objeto y aludir a él. No puede dar conocimiento o reconocimiento del objeto... objeto es aquello acerca de lo cual el signo presupone un conocimiento para que sea posible proveer alguna información adicional sobre el mismo. (Peirce, 1986, p24).<sup>11</sup>*

Peirce definió tres categorías que muestran una relación diferente entre signo-objeto:

- Icono: se parece físicamente a su objeto; se ve y se oye parecido. Intenta reproducir la estructura abstracta de la relación entre sus elementos.
- Índice: conexión real y directa entre signo-objeto Ej. (humo es índice fuego)
- Símbolo: No hay conexión representamen y objeto. El símbolo comunica porque representa algo. Su conexión depende de una convención o regla aprendida (interpretante)

Saussure no cree necesaria la relación Significante-Significado; la relación se determina por convenciones, reglas o acuerdos entre usuarios. Para él los tipos de signos son:

- Signo arbitrario: No es motivado, funcionan según normas acordadas.
- Signo icónico: Semejantes a las cosas que representa. La forma del significante está determinada por el significado.

---

<sup>11</sup> S. Peirce, Charles. La ciencia de la semiótica, (Buenos Aires: De Nueva Visión, 1986)

#### 1.4.1 Motivación y convención

Para Saussure mientras más motivado, más icónico y más coacción haya más significado tendrá el significante. Por ello, un signo menos motivado, requerirá conocer las convenciones acordadas entre los usuarios; sin ellas el signo carece de sentido.

La convención es un acuerdo de cómo debemos responder a signos arbitrarios. Nuestra experiencia con la convención, nos permite responder en forma apropiada y es necesaria para la comprensión de cualquier signo, ícono o índice. Los signos sin convención, no comunican.

#### 1.4.2 Organización de los códigos

Saussure organiza los códigos en dos tipos:

Paradigmas: conjunto de signos de los cuales se *selecciona* el que se usará. Se selecciona sólo una unidad; todas las unidades deben tener concordancia y características que lo hagan parte de un mismo paradigma. Cada unidad debe diferenciarse en su significante y significado de otras. Cuando nos comunicamos hacemos selecciones de un paradigma. En esta investigación, usaremos al paradigma como maneras de cambiar las imágenes animadas: corte, movimiento, aparición, tipo de ropa, objetos, etc.

*Donde hay selección hay significado, y el significado de lo que seleccionamos está determinado por el Significado de lo que no seleccionamos. (Fiske, Introducción al estudio de la comunicación, 1984)*

Sintagmática: mensaje en el que se *combinan* los signos escogidos (forma + símbolo). En la dimensión sintagmática importan las reglas para la combinación de unidades, su sentido se determina por su relación con otros en el sintagma.

Para comprender los signos, la clave está en entender sus relaciones estructurales con otros signos, es decir la selección en su dimensión paradigmática y la combinación en la sintagmática. Todos los mensajes que comunicamos incluyen esta selección y combinación.



Los códigos son sistemas de organización de los signos, están regidos por reglas aceptadas por los miembros de la comunidad que los utiliza. Los códigos de significación son sistemas de signos y significaciones. Expresan un significado. Dependen de un acuerdo entre usuarios y se interrelaciona con la cultura. Cumplen una función social o comunicativa y pueden ser transmitidos por medios/canales. Cuando observamos la realidad es en sí misma un proceso de codificación, ya que damos sentido a los datos que nos rodean; al percibir se originan paradigmas y sintagmas.

Los códigos cumplen funciones comunicativas y sociales, son códigos representativos los que producen textos y tienen existencia independiente, mientras que los códigos presenciales indican aspectos del comunicador y su situación social; el comunicador tiene que estar presente. Sus funciones son llevar información indicativa (Información del hablante y su situación; con la finalidad de aprender sus emociones, actitudes, estatus, etc.) e interactiva (administrar esta interacción con el comunicador).

## **1.5 LA SIGNIFICACIÓN DEL SIGNO**

El valor es lo que determinará el significado de un signo, puede tener un elemento disímil que puede cambiarse o un elemento similar que puede comprobarse. La significación se obtiene mediante conceptos mentales para categorizar la realidad a fin de entenderla. Los significados son elementos artificiales creados por nosotros, nuestra sociedad y cultura; es alterado por quien lo interpreta.

Roland Barthes diseñó un modelo sistemático para analizar el significado, basándose en las órdenes de significación.<sup>12</sup>

### *1.5.1 Primer orden de Significación*

Denotación (lo que es)

Se refiere a la realidad física del objeto significado, lo que representa es directo. Los significados denotativos, siempre serán los mismos, lo que cambia es su connotación.

---

<sup>12</sup> Fiske, John. Introducción al estudio de la comunicación (Colombia: Norma, 1984, pp73).

Connotación (cómo es)

Es el cómo se representa, la interacción cuando el signo encuentra las emociones del usuario y sus valores culturales. Los significados son subjetivos, o por lo menos intersubjetivos: el lector aplica su conocimiento de codificación sistemática de la imagen. Con esto, el significado resulta afectado y la connotación es más social y arbitraria\*.

### *1.5.2 Segundo orden de Significación*

Otro orden usado por Barthes es el mito; se refiere a ideas falsas. Es la manera que tiene la cultura de entender y explicar algo. Van cambiando para cubrir necesidades culturales. Los mitos resultan el significado generado por aquellos grupos de la sociedad que tienen el control del lenguaje y los medios de difusión.

Si la connotación es el sentido de segundo orden del significante, el mito es el sentido del segundo orden del significado. La connotación y el mito marcan el orden en el cual la interacción entre Signo-Usuario-Cultura es más activa.

### *1.5.3 Tercer orden de Significación*

Este orden es simbólico. Un objeto se convierte en símbolo cuando adquiere la convención y un significado que le permiten representar otra cosa, esta semiosis la logra por medio de la metáfora y la metonimia.

La metáfora transpone cualidades de un plano de la realidad a otro, expresa lo que no es familiar en términos que sí lo son. Se vale de la semejanza y la diferencia y trabaja en conjunto con el paradigma, de forma que la comparación contraste.

Son unidades con rasgos distintivos en un paradigma. La metáfora es imaginativa y existe por la asociación y similitudes entre los diferentes planos. Funciona paradigmáticamente al transponer valores de un plano de la realidad o el significado a otro, estas transposiciones ocurren entre unidades de un paradigma.

---

\* Basa sus reglas en convenciones que el lector/interpretante ha aprendido, esto varía culturalmente.

La metonimia asocia significados dentro del mismo plano, su definición es hacer que una persona represente al todo. A partir de ella construimos el resto de la realidad desconocida. Puesto que la selección de la metonimia determina cómo construiremos el resto de la imagen de un hecho. Hawkes (1977) dice que las metonimias trabajan sintagmáticamente, exigiendo al lector construir el resto del sintagma a partir de lo que aporta el signo.

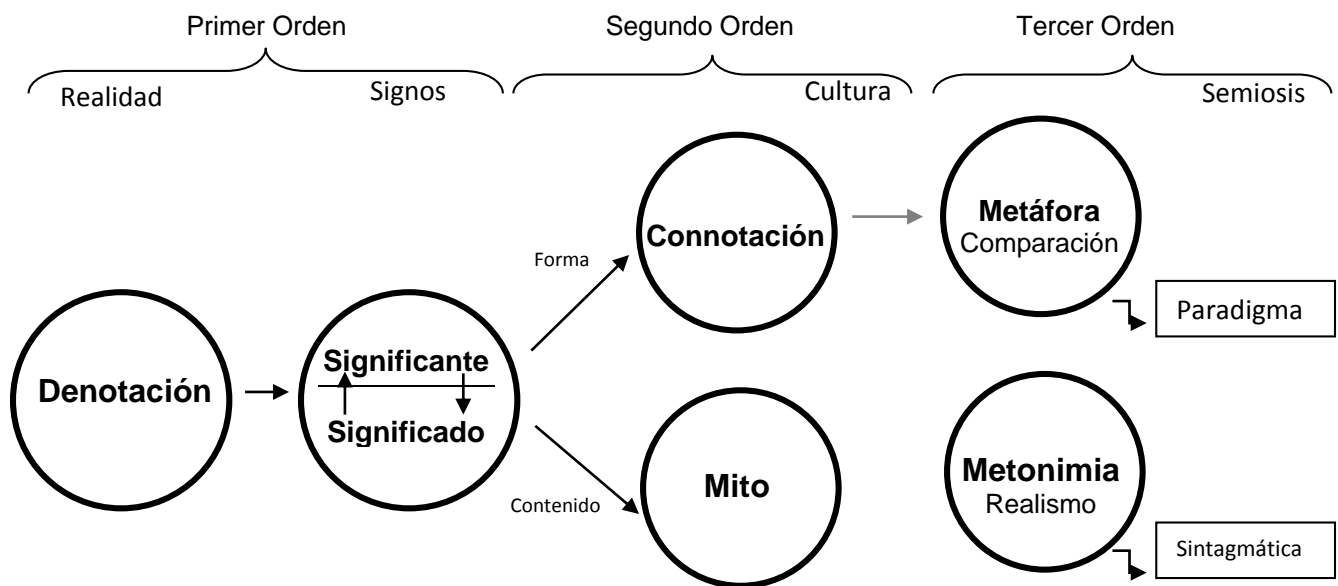


Figura 5. Órdenes de Significación según Barthes

La connotación trabaja de manera metafórica; dan mayor énfasis a la similitud entre los planos y minimizan las diferencias.

Como veremos más adelante, Las caricaturas son ejemplos de mensajes que intentan llevar información de manera simple y directa, pero con significados complejos. Para hacer la aplicación de la semiótica en esta investigación seguiremos una serie de normas, estas son un ejemplo de evaluación que describen prácticas comunes de un grupo o sociedad.

El principal objetivo es la interpretación de estas imágenes, citando a Martine Joly:

*La interpretación de las imágenes se sitúa en el centro del debate semiológico que, pese a plantearse la significación de las imágenes en cuanto intención de la obra, acaba, indefectiblemente, preguntándose lo que ocurre con esta significación cuando pasa por la lectura e interpretación (Joly, La interpretación de la imagen, 2003)*

La semiótica nos muestra el trasfondo y verdadero significado de los elementos que, si bien están ahí, hay que ver detenidamente con una lupa para entender su por qué y su significante. Nuestro mundo, está lleno de significantes, que, si somos buenos observadores sabremos entender.

Cuanto más avancemos la investigación más encontraremos metáforas que son desviaciones de normas lingüísticas, a veces son tan comunes que se transforman en clichés (o estereotipos en este caso) y llegan a perder impacto y originalidad.

Convirtiéndose en un orden repetitivo de elementos y que por tanta repetición se quedan tatuados en el imaginario.

Los análisis que realizaremos se tratarán entonces, de identificar los significantes tatuados en la representación e identidad del mexicano; para después transformarlos en signos cuando los hayamos relacionado con significados o conceptos mentales derivados de nuestra cultura, les daremos una connotación y se hará la prueba de la conmutación; donde identificaremos los rasgos distintivos de las caricaturas, dentro de un paradigma o sintagma y definiremos esa significación. A fin de demostrar que se va más allá de dibujos animados dirigidos a un sector infantil; muchos de ellos mandan un mensaje secundario, que no muchos ven; pero se queda en su inconsciente colectivo.



## **EL MEXICANO NO ES COMO LO PINTAN: UN PANORAMA ICONOLÓGICO DE LA REPRESENTACIÓN DEL MEXICANO**

Sabiendo a grandes rasgos la historia de México, encontramos que realmente es un país muy joven (si consideramos su independencia y florecimiento como nación mexicana a partir de 1820, son apenas 194 años). En este lapso, ha habido muchas caracterologías y estereotipos de los mexicanos, los principales y lamentablemente denigrantes surgieron en 1913 en la prensa estadounidense; donde representaban el atraso cultural, las limitaciones raciales y la decrepitud moral.

Para poder explicar estas formas simbólicas de nuestra identidad nacional –como lo son la imagen del revolucionario con bigote, sombrero alado, sarape, cananas y montado en burro o caballo– empezaremos por describir etimológicamente la palabra *estereotipo*, que viene del griego *stereos* = sólido y *tipos* = impresión, molde.

Actualmente se define como la imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable, es decir, el estereotipo está dentro del proceso de socialización fijado por el conocimiento cognitivo que se encuentra mediatizado por normas, valores y motivaciones de la persona que categoriza.

Del estereotipo parte la palabra *estereotipia*, que es la repetición involuntaria de expresiones verbales, gestos y movimientos que tienen lugar en algunas enfermedades psiquiátricas y neurológicas. De esto se deriva la palabra *estereotipar*, que significa fijar mediante su repetición frecuente una idea, un gesto, una frase, etc. Entonces, nos hallamos ante algo que se repite infinidad de veces hasta “moldearnos” y fijarse en la sociedad; para bien o para mal.

Los estereotipos, provienen de los arquetipos; el *arquetipo* deriva del griego *arjetipon* formada por *arjé* = elemento fundamental, principio, origen y *tipos*= impresión o modelo “modelo principal”, “primera idea”. Los arquetipos son estructuras cognitivas simplificadoras de la realidad que modelan el pensamiento y actitudes de la sociedad guiados por sus propios pensamientos y creencias.

El psiquiatra suizo Carl Gustav Jung (1875 – 1961) introduce el término arquetipo para designar las imágenes originarias y básicas que constituyen la memoria del “inconsciente colectivo”; es decir los contenidos comunes y universales en la sociedad, a partir de él se establece una influencia sobre nuestras experiencias y comportamientos emocionales. Sin embargo los contenidos del inconsciente colectivo son tipos arcaicos o primitivos.<sup>13</sup>

Por otra parte, el imaginario social es una cuestión cultural donde la sociedad dispone de información adquirida en su desarrollo histórico (como valores, creencias, estereotipos, etc. Que pueden venir de hechos reales o imaginarios) transmitida a sus miembros subjetivamente por medio de mensajes que proyectan la imagen que cierta sociedad tiene o cree tener de sí misma. La simplificación de la realidad se centra en aspectos significativos en una época determinada; estas simplificaciones distorsionan la realidad social, dando paso a los estereotipos.

Es muy importante marcar la diferencia entre arquetipo y estereotipo pues serán términos que usaremos a lo largo de esta investigación. A modo de esclarecer las diferencias y características se presenta el siguiente cuadro comparativo:

---

<sup>13</sup> Jung, Carl Gustav. Arquetipos e inconsciente colectivo (Barcelona: Paidós, 1970, Pp11).

Estereotipo	Arquetipo
Imagen o idea mental aceptada por el colectivo social con capacidad inmutable.	Marca la forma de desarrollo de una idea. Es un modelo original o primario.
Generalmente es negativo.	Funciona como un símbolo universal o tradicional.
Pretende definir, tipificar y caracterizar de forma generalizada a un grupo social.	Representan modelos de personajes que explican formas de ser, de una personalidad universal.
Es creado por los medios y fomentado por las masas. Se asume como verdadero.	Se heredan cognoscitivamente, varían de la época y las formas de vida
Tiene características sencillas, básicas, superficiales y repetitivas basadas en la experiencia.	Término psíquico que ordenan sistemas de aptitud.

Como vemos, la brecha que diferencia al estereotipo del arquetipo es muy delgada. Los estereotipos son simplificaciones generalizadas que se refieren a modelos contemporáneos, establecidos a un contexto específico. Los arquetipos, por otro lado, son modelos universales; símbolos contruidos en diversos contextos culturales que han llegado al conocimiento general por sus rasgos sociales o psicológicos característicos que pertenecen al imaginario colectivo.

La simplificación y el tono satírico en los estereotipos facilitan la creación de caricaturas, figuras pintorescas o grotescas de pensamiento.

En este capítulo se hará una recapitulación de la representación estereotípica del mexicano. En la parte teórica se enlistarán los escritos, tratados y definiciones de estereotipos y en la parte práctica la representación gráfica del mexicano, que fortaleció ciertos estereotipos y arquetipos más que otros a lo largo de la historia.

## 2.1 ANTECEDENTES TEÓRICOS

En 1922 el filósofo y periodista estadounidense Walter Lippman describe la primera conceptualización de los estereotipos denominándolos como imágenes mentales que simplifican la realidad mediante la categorización. Los caracterizan un

“pseudoambiente” intermedio entre nosotros y la realidad, influyendo notablemente en nuestra percepción.<sup>14</sup>

Considera que su función es defensiva, es decir, defienden nuestro estatus social, tanto individual como grupalmente. Además, señaló que los estereotipos son resistentes al cambio. Llegan a desvincularse de los cambios que ocurren en la realidad, porque las imágenes mentales son más simples que el flujo de los acontecimientos reales.

Posteriormente en 1950 Adorno, Frenkel, Levison y Sanford en **La Personalidad autoritaria: estudios en prejuicio**, asocian a los estereotipos a procesos de pensamiento propios de personalidades intolerantes y autoritarias, a modo de justificar su odio a cierto grupo. Sugiere que los estereotipos están influidos por factores externos: características del grupo estereotipado y factores internos: motivaciones, incentivos y hábitos del grupo estereotipador.

Cuatro años más tarde en 1954, Gordon Allport, psicólogo de Massachusetts en los libros **Handbook of social Psychology** y **The Nature of Prejudice** hace una separación entre estereotipos y prejuicios, no obstante se encuentran estrechamente conectados en el proceso de categorización; la categorización forma clases de hechos, objetos o personas, es una asimilación que permite identificar con rapidez objetos relacionados.

La palabra prejuicio viene del latín *praeiudicium* formada por el prefijo *pre* = antes y *ius*= derecho, justicia y quiere decir “juicio previo, decisión prematura”. Los individuos perciben el mundo desde su propia cosmovisión y juzgan y/o especulan los elementos que ignoran y desconocen. Los prejuicios dan lugar a los estereotipos; una vez formados se crea una cadena retroalimentaría prejuicio-estereotipo.

Por otra parte, Gaetano Cersósimo considera que los estereotipos, han sido creados por un estatuto, una imagen a medio pintar, con el fin de categorizar y sintetizar:

*... son generalizaciones o imágenes falsas del mundo sociocultural implícitos en creencias, prejuicios sociales, supersticiones, etc.*  
(Cersósimo, Los estereotipos del costarricense, 1977)<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Lippmann Walter. Public Opinion, (United States: Filiquarian Publishing, LLC, 2007, pp384).

<sup>15</sup> Cersósimo Gaetano, Los Estereotipos del Costarricense: un análisis de estereotipos sociales como instrumento de control y dominación, (Costa Rica: Facultad de Ciencias Sociales UCR, 1977, pp131).



El prejuicio es una creencia exagerada asociada a una categoría. Su función es justificar nuestra conducta en el proceso de categorización. En la categorización se forman clases de hechos que nos guían en nuestra formación, de esta manera, se identifican objetos relacionados y pese a que tienen cierta parte verídica, pueden ser más o menos racionales. Estas categorizaciones se atribuyen a personalidades intolerantes y autoritarias.

Para 1986 Hamilton y Troler escriben sobre la relación entre los estereotipos y las correlaciones ilusorias (informe erróneo de un observador relativo al grado de asociación entre dos variables o clases de acontecimientos) producidas por un sesgo de información<sup>16</sup>. En sus estudios, Hamilton encontró que hay tendencias a sobrestimar la información, así como la conducta del grupo infrecuente, debido a la distintivita de ambos. Más contemporáneamente, Francisco Morales enfatiza que el estereotipo se incluye dentro de un proceso de socialización fijado por el bagaje cognitivo y actitudinal aprendido por generaciones que no ha conocido al grupo estereotipado.<sup>17</sup>

A modo de esclarecer la relación del arquetipo y el juicio con el origen de los estereotipos:

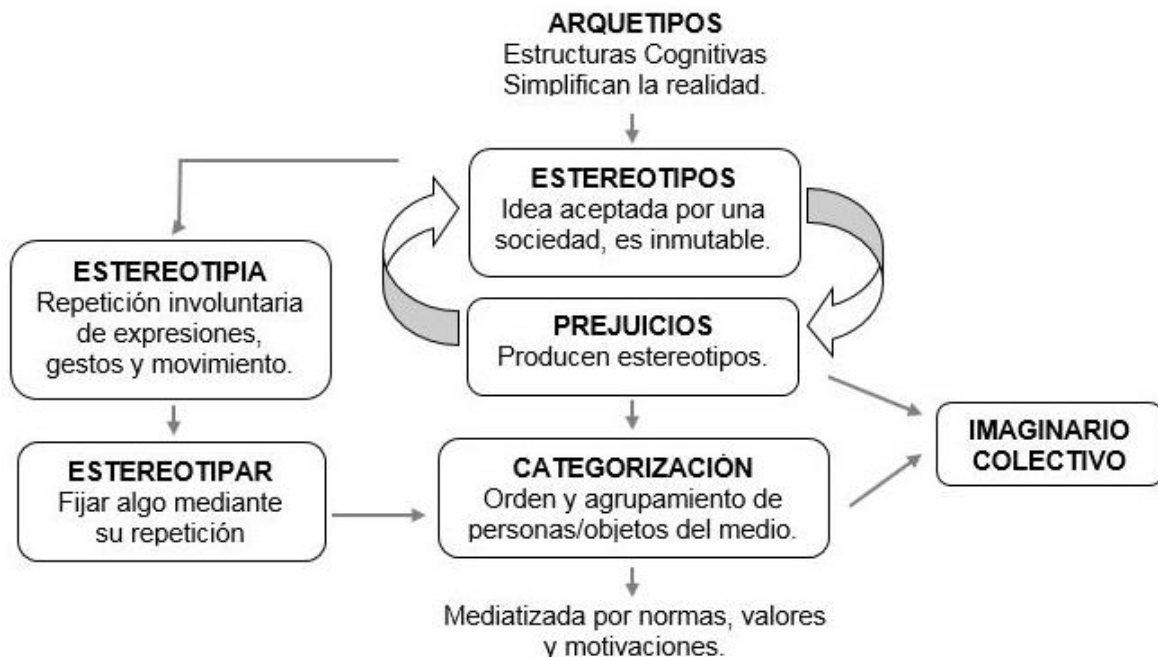


Figura 6. Cuadro de relación de los estereotipos

<sup>16</sup> Hamilton D.L. –Troler T.K. Stereotypes and stereotyping (New York: J.F. Dovic & S.L. Gaertner, 1986, Pp127-163).

<sup>17</sup> Morales J. Francisco, Del prejuicio al racismo: Perspectivas psicosociales, (España: Universidad de Castilla La Mancha, 1996. p104).

Aterrizando en los estereotipos mexicanos, en 1908 el sociólogo y escritor Andrés Molina Enríquez escribe el libro **Los grandes problemas nacionales**, en el sostiene al mestizaje como base y fundamento de identidad nacional<sup>18</sup> con el fin de unir a los mexicanos e integrar la población europea e indígena; esto influyó considerablemente la ideología de la Revolución Mexicana que se caracterizó por la afirmación de las nacionalizaciones, apoyado por las masas y la supervaloración de la identidad mexicana como fuente de energía política<sup>19</sup>.

El estado postrevolucionario difundió esta “identidad nacional” a través del país reforzado por intelectuales como José Vasconcelos, Samuel Ramos, Leopoldo Zea, Alfonso Caso, Andrés Henestrosa, Octavio Paz y Roger Bartra, cuyos escritos buscan definir la esencia de lo mexicano, así como los muralistas Diego Rivera, José Clemente Orozco y Rufino Tamayo.

Los valores, la religión, las artesanías, los trajes típicos, el lenguaje popular, las canciones y el pasado prehispánico, estuvieron omnipresentes en los productos nacionales, las artes y los actos oficiales. Convirtiendo al mestizaje en la fórmula unificadora de sociedad y forjadora de una nueva nación; una nación mexicana atrapada en el mestizaje cultural permanente.

*A falta de un enemigo externo, la nueva inteligencia se preocupó por definir los factores de cohesión que una vez plasmados en la revolución habrían de unificar al país. Este momento histórico exigía dar una expresión concreta a lo mexicano, dada la efervescencia popular y la fijación de homogeneidad prevaleciente, el factor de identidad étnica fue el mestizaje (Basave, México Mestizo, 2011).<sup>20</sup>*

---

<sup>18</sup> Basave, Agustín. México Mestizo. (México: FCE, 2002, p. 70).

<sup>19</sup> Bartra, Roger. La crisis del nacionalismo (Revista Mexicana de Sociología, Vol. 51, N.3, 1989, Pp191-220).

<sup>20</sup> Basave, Agustín, México Mestizo (México: FCE, 2002. Sección 8).

Es aquí donde surge el primer error del Mexicano al buscar un nacionalismo mal entendido e imaginario, puesto que en su psicología es un ser mixtificado que ha propuesto una imagen falsa de sí mismo.

María Luisa Rodríguez-Sala, miembro del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, en su libro: “**El estereotipo del mexicano: Estudio psicosocial**” de 1965, hace el primer análisis de las representaciones que se tiene de México y su sociedad. Rodríguez-Sala escribe que desde el punto de vista psicosocial hay datos estructurados en función de ciertos cuadros cognoscitivos y afectivos. En la confirmación de estereotipos basándose en Murphy Gardner está el prejuicio “condicionado, la perspectiva del grupo, la interferencia y exclusión”.

En sus estadísticas los atributos positivos, indican enfrentarse a la vida con una actitud optimista, abierta y positiva (un claro ejemplo lo vemos con nuestra visión ante la muerte, reírse de la muerte es la forma en la que el mexicano la encara, comprende y asimila a nuestro vivir). Características en el escrito de Ma. Luisa Rodríguez-Sala:

CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Agresivo	Activo	Chistoso	Burlón
Alegre	Bien parecido	Cortés	Chismoso
Comunicativo	Estatura media	Divertido	Desconfiado con otros y consigo mismo
Desconfiado	Fuerte	Emprendedor	Desordenados
Despreocupado	Moreno	Hospitalario	Despreocupado
Doble personalidad	Peso medio	Ingenioso	Doble personalidad
Egoísta		Leal	Egoístas
Hipócrita		Limpio	Fanático
Individualista		Optimista	Solitario
Ingenioso		Pasional	Hipocresía
Machista		Práctico	Irritable
Mal humor		Religioso	Mal hablado
Optimista		Servicial	Malhumorado
Pasional		Sociable	Orgullosa
Revolucionario		Soñador	Pelado
Sociable		Trabajador	Pensamiento primitivo (ignorantes, pobres e incultos)
		Valiente	Resentido
			Sentimiento Inferioridad
			Supersticioso
			Violento

Tras el auge del cine mexicano (1939 – 1945) con representaciones estereotípicas que nutren el imaginario popular en sus producciones cinematográficas, en 1980 se escriben tratados sobre el estereotipo de la mujer y de la sociedad en el cine mexicano, tal es el caso de Emilio García Riera, quien, en 1987 escribe la serie de libros **México visto por el cine extranjero**, donde reúne personajes, ambientes y escenas de cerca de dos mil películas, a fin de mostrar lo mexicano como alusión de los países pobres, la escenografía de la miseria y abandono.

Julia Tuñón en sus dos libros: el primero de 1986 **Historia de un sueño: el Hollywood tapatío**, que narra la idea de crear un "Hollywood tapatío" en la década de los 40 para crear un cine mexicano con matices regionales. Tuñón llega a la conclusión de que los años de auge cinematográfico fueron base de la formación de estereotipos que harían que el cine fungiera una labor ideológica, a través del proceso identificación-transferencia que implica el "reconocimiento" de un arquetipo<sup>21</sup>. Así se transmitirían estereotipos que configurarían una homogénea identidad nacional. En su segundo libro de 1998; **Mujeres de luz y sombra en el cine mexicano: la construcción de una imagen**, hace un análisis del estereotipo de los personajes femeninos en 1940; recatados, amorosos y perseverantes. A partir de los años 40 se construye una imagen canónica donde se resta participación social, histórica y de lucha a la mujer.

Para 1988, Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra en su antología "**Puros cuentos: historia de la historieta en México**" argumentan que la historieta refleja la pasión por registrar los tipos y las costumbres de la sociedad mexicana. Además de hacer la descripción de la historieta y la caricatura política estadounidense con una recopilación de 1920 hasta 1960, donde vemos la crítica social del país en época revolucionaria; una de las primeras representaciones prejuiciosas por parte del extranjero.

David Maciel escribe en el 2000 **El bandolero, el pocho y la raza: imágenes cinematográficas del chicano**, donde hace un análisis de la errónea y falsa representación del chicano mediante la representación negativa; los hombres son bandoleros revolucionarios, *latinlovers*, borrachos perezosos. Las mujeres sensuales,

---

<sup>21</sup> Tuñón, Julia; Historia de un sueño: el Hollywood tapatío (México: Universidad de Guadalajara UNAM 1986).

presas de pasiones incontrolables, faltas de moral, valores e inteligencia. Según argumentistas, guionistas, actores y directores, la minoría "primitiva" en Estados Unidos es la mexicana, desbordante de atavismos, crueldades, miedos, supersticiones que claramente se refleja en el cine de 1900 a 1960.<sup>22</sup>

En el 2001, Gabriel Arango Pinto, Sociólogo de la UNAM, da una ponencia en el XXI Congreso Anual del Instituto de Estudios Latinoamericanos, en la Universidad de Austin, Texas, sobre **“El mexicano visto a través de su cine: un ejemplo en la comedia urbana picaresca de la década de los ochenta”**. En ella cita a Pierre Sorlin:

*La realidad se encuentra, sin duda, al fondo de las cosas, pero el filme no transmite sino la realidad ‘vista por’, ‘transformada por’ quienes lo hacen. (Pierre Sorlin, 1985, pp221)*

Indica que el cine capta sólo un aspecto del individuo, sustituyendo el todo y haciendo a un lado las demás características. El mexicano es macho, borracho y bigotón; dicha representación cambia a partir de 1980 con el auge de la comedia picaresca, al encontrarse ante un cine mexicano en crisis, las producciones bajan la calidad y aumentan la producción, siendo los narcos, braceros, cabareteras y personas del barrio los personajes principales.

Los personajes son de clases populares y se mueven en torno a tres características: *“relajento”* (el ‘relajo’ envuelve a lo cómico, el desorden y la falta de seriedad, liberándolo de las reglas de la vida cotidiana), *“chingón”* (del verbo chingar, denota hacer violencia sobre otro; herir, rasgar, violar – cuerpos, almas, objetos–, destruir, desgarrar, humillar, castigar y ofender. Para el mexicano la vida es una posibilidad de chingar o de ser chingado<sup>23</sup>) y *“caliente”* (*mujeriego siempre con apetito sexual*). Todas estas características son lo que provee al mexicano de libertad, superioridad y machismo. No obstante, Gabriel Arango llega a la conclusión que las películas de comedia picaresca

---

<sup>22</sup> Maciel, David; El bandolero, el poncho y a raza: Imágenes cinematográficas del chicano, Introducción de Carlos Monsiváis (México: Siglo XXI, 2000. p11).

<sup>23</sup> Paz, Octavio; El laberinto de la soledad, (México: F.C.E., 2009. Cap. IV Los hijos de la malinche).

sólo representan a **UN** mexicano; no a **EL** mexicano en sí, reproduciendo una realidad manipulada, trabajada e interpretada.

En el 2004, Cristina Palomar escribe el artículo: **El papel de la charrería como fenómeno cultural en la construcción del Occidente de México**<sup>24</sup>. Toca el tema del charro como representación de mexicanidad y símbolo nacional (e internacional para uso turístico). El charro condensa un discurso nacionalista moderno; una identidad afincada en un pasado mítico que se proyecta al futuro sobre la necesidad de producir una identidad social, cultural y política nueva y acorde con el nuevo contexto.

Para el 2006 Maya Koszarska escribe el artículo: **Visión polaca del mundo: el estereotipo mexicano**<sup>25</sup>. Aquí describe que para los polacos el mexicano es cruel, de estatura baja, moreno, bigotón que siempre lleva un sombrero, bebe tequila y duerme todo el tiempo; esto es claramente una influencia del cine norteamericano. Haciendo énfasis a la representación de las novelas que representan las clases pobres y cuyo efecto no sólo influyó la televisión polaca, si no, todas las cadenas de televisión en los países que se transmitieron.

Por último, en el 2007 Ricardo Pérez Montfort escribe “**Expresiones populares y Estereotipos culturales en México**”, un tratado de diez partes que reúne las expresiones más comunes en los siglos XIX y XX –a través de la lírica, la música y la danza–, de la sociedad mexicana conocidas en otros países. Montfort analiza como los medios de comunicación masiva y las políticas nacionalistas, inventaron y difundieron los estereotipos culturales mexicanos; la construcción de estereotipos se ha apelado a tres vertientes: lo negro, lo indio y lo hispano que combinadas han formado lo mestizo, lo criollo y lo mulato que constituyen parte de la representación de lo latinoamericano.

Todos estos escritos aluden la visión extranjera del mexicano y señalan que el medio de comunicación encargado de transmitir estas imágenes estereotipadas, es el

---

<sup>24</sup> Palomar, Cristina. El papel de la charrería como fenómeno cultural en la construcción del Occidente de México (México: Revista Europea de Estudios latinoamericanos y del Caribe, No. 72, abril 2004, p83).

<sup>25</sup> Koszarska, Maya. Visión polaca del mundo: el estereotipo mexicano (Polonia: Revista online de la Facultad de Filología Hispánica en Poznan, 2006).

cine, seguido por fotografías, postales, pinturas o dibujos. El peso que ha tenido el cine mexicano en su época de oro es un elemento importante y crítico en esta transmisión de esta imagen reticente en la mente del público nacional y extranjero.

## 2.2 ANTECEDENTES PRÁCTICOS

Como se acaba de describir, el cine fue un medio de comunicación que difundió fácilmente estereotipos y representaciones de las culturas, los roles y los personajes que ha representado. De este fenómeno, los mexicanos no hemos sido la excepción, sino la comprobación efectiva a la norma; el cine transmite una serie de figuras intercambiables y previsible debido a que los guionistas deben adaptarse al público. De esta manera, los estereotipos favorecen la persuasión, la ficción y la concreción de personajes; mientras retroalimenta el Prejuicio-Estereotipo.

Las primeras producciones que retrataron el mundo mexicano, su gente y sus paisajes son parte fundamental en la representación que conocemos actualmente; pues son estos retratos visuales los que abrieron una ventana para que el resto del mundo, pudiera conocer más sobre el país, su gente y su cultura.

*El cine es un vehículo de conexión entre el mundo de las ideas y el ámbito de los cambios sociales y la política. Las imágenes cinematográficas son influidas por la cultura popular, acontecimientos sociales del momento y bases ideológicas... La ideología dominante de la sociedad es reforzada por la ideología presentada en las películas. (Linton, But it's only a movie, 1978)<sup>26</sup>*

Consecutivamente, a las representaciones cinematográficas se aunaron dibujos de la prensa estadounidense, postales, calendarios y caricaturas. A continuación se hablará cronológicamente de ello, iniciando en 1894 hasta 1970.

---

<sup>26</sup> Linton, James. But it's only a movie, (EEUU: Jump Cut, No. 17, abril 1978, pp16).

\* Kinetoscopio; precursor del proyector cinematográfico desarrollado por William Laurie Dickson mientras trabajaba con Thomas Edison. El 14 de agosto de 1894 Edison autoriza la exhibición del Kinetoscopio en México

El primer registro cinematográfico del mexicano son los charros de la compañía de **Circo de Buffalo Bill Wild West Show** grabados con el *kinetoscopio*\* en Filadelfia, espectáculo que concentraba ecuestres de India, Rusia, Alemania, Arabia, Estados Unidos y México. México estaba representado por un grupo de charros capitaneados por Vicente Oropeza, declarado campeón del mundo en lazo y jineteo en Brooklyn.

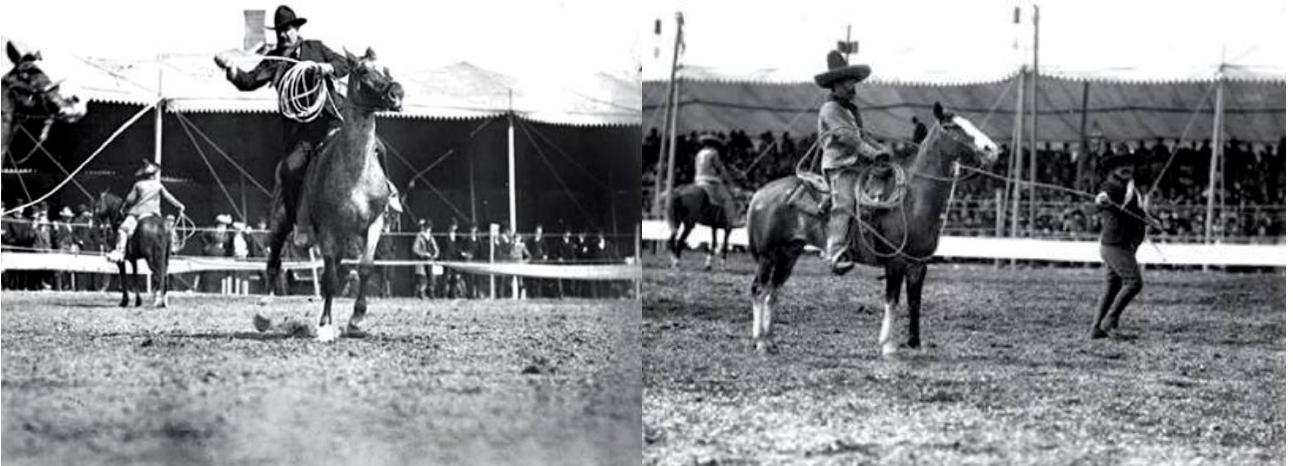


Figura 7. Vicente Oropeza, charro del *Buffalo Bill's Wild West Show* en Nueva Jersey, Estados Unidos en 1894. Podemos observar su vestimenta de charro mientras el público disfruta el espectáculo.

En 1894 el director estadounidense William K.L. Dickson muestra la primera representación del mexicano en la película *Mexican Knife Duel*. En ella los actores Pedro Esquivel y Dionecio González se enfrentan en un duelo a cuchilladas. Desde entonces el cine norteamericano jugará un importante papel en la representación dominante del mexicano vándalo y violento.

Una de las primeras películas del Cine Silente con temática mexicana fue **A Mexican Legend**<sup>27</sup>, producida por Pathè Frères en 1910. Esta película narra la historia de una colonia de monjes que es atacada y amotinada por indios; los monjes son brutalmente maltratados y lanzados vivos dentro de una tumba de piedra, en ella hay una imagen de Cristo que guía a un monje a la salida para buscar ayuda. Quienes vienen a ayudarlos del motín son los charros de una hacienda. La película no contó con mucha

<sup>27</sup> The Film Index, (EUA, noviembre 1910, Vol. VI, No. 19, p45).



promoción y en México fue desaprobada por considerar que agredía la religión católica y aun sabiendo que los ataques a iglesias era una realidad, no justificaba su proyección.



Figura 8. A Mexican Legend

Fuera del cine, la fotografía también fue un medio por el cual se expandieron los estereotipos; al ser más transportables podían llegar a varias partes del mundo.

Las fotografías del alemán Hugo Brehme en 1911 retrataron el movimiento revolucionario, tuvieron gran demanda en postales al ser la forma más económica, accesible y rentable de difusión fotográfica. Su trabajo se reúne en su primer álbum **México Pintoresco** publicado en 1923 en inglés y alemán, pionero en su género.

La publicación de Brehme es el primer acercamiento que tendría Eisenstein con México, esto se ve reflejado en ¡Que viva México!, mostrando gran afinidad entre el fotógrafo alemán y el cineasta ruso.<sup>28</sup>



Figura 9. Brehme, postal con caudillos de la Revolución, 1912.

<sup>28</sup> De los Reyes, Aurelio; Hugo Brehme y Sergei Eisenstein; una convergencia, (México: Alquimia, Vol. 6, No. 16, invierno 2002-2003, pp23).



Figura 10. Brehme, Hombres y niños en el paraje de Amecameca, Edo. De México, 1925. Inv. 372742, Sinafo-INAH

En Estados Unidos diferentes empresas comerciaban las postales, en su mayoría editadas en Alemania, Suiza y Austria. Por su cantidad de imágenes y sus temas, los fotógrafos estadounidenses Winfield Scott, Charles B. Waite y Edward Weston, como la italiana Tina Modotti contribuyeron a reafirmar estereotipos nacionales que atraían la mirada del exterior.



Figura 11. Charles B. Waite, Vendedora de aguas, 1904. Inv. 120063, Sinafo-INAH.



Figura 12. W. Scott, Familia entre magueyes, 1908. Inv. 120723, Sinafo-INAH.



Figura 13. Tina Modotti, Folclore Mexicano, 1928

El tono satírico y burlón de los estereotipos facilita la creación de figuras caricaturescas, que exageran características o comportamientos. Debido a la Revolución Mexicana en el siglo XX, México capta la atención de la prensa internacional. Las amenazas de invasión, la incapacidad de llegar a acuerdos y la tardanza de saldar deudas se vio reflejada en la caricatura política.

De 1911 a 1917 la **caricatura norteamericana** retrata al mexicano sucio, feo, cruel, violento, pistolero, primitivo, bruto, flojo pero ambicioso, infantil, borracho y analfabeto. Representados como serpientes, gusanos, perros salvajes o alimañas, frente a una imagen liberal, pulcra, demócrata y superior estadounidense.



© 1916, by John T. McCutcheon

Figura 14. "Es por tu propio bien" John T. McCutcheon. Chicago Tribune, 1916  
En esta imagen vemos una fuerte crítica a la representación del mexicano como un alumno sucio, borracho, falto de orden que desobedece al "Tío Sam".  
A diferencia de los otros países que han sido reformados, él se reusa a progresar/obedecer.

Este es otro punto clave donde el mexicano adquiere características negativas, un estereotipo prejuicioso que lo acompañará a lo largo de su existencia, como señala el escritor mexicano Juan Manuel Aurrecochea:

*La Caricatura funciona por repetición. Termina por construir patrones que se repiten una y otra vez, hasta consolidar una idea que permanece* (Aurrecochea, Puros Cuentos, 1988).<sup>29</sup>

La prensa estadounidense muestra su visión acerca de la inferioridad racial, cultural y moral de los mexicanos, así como la naturaleza flexible y porosa de los estereotipos. Los estereotipos se basan en tres constantes:

1. Pensamiento retrógrado cultural y racialmente.



Figura 15. Febrero 1913, San Francisco Examiner, ejemplifica la incapacidad de México para avanzar. El mexicano espera el progreso que se escapa (como el sol) Mientras él malgasta tiempo y energía.

Compara el progreso de México con correr en una cinta; mucha energía gastada, pero sin progresar. Y no progresará hasta que renuncie a la violencia (pistola) y el anarquismo (antorcha)

2. Limitación racial; basado en la genética inferior del mexicano –por ser un híbrido–, destacado por torpeza, hedonismo y barbarie.

3. Decrepitud moral; es deshonesto, con amor a la violencia y la crueldad.

Muestra inclinación a robar.

<sup>29</sup> Aurrecochea y Bartra; Puros cuentos: La historia de la historieta en México, (México: CONACULTA, Dirección General de Publicaciones, 1988, pp58).

Los estadounidenses se consideraban la antítesis, en todos los sentidos, de los mexicanos, los factores que nos caracterizan como mexicanos son más culturales que de origen racial.

*El peón (mexicano) promedio es mentalmente infantil y moralmente un salvaje... Villa, Zapata, (Pascual) Orozco, ellos son simplemente salvajes con inteligencia superior (y) que salen del campo porque se les ofrece la oportunidad para asesinar, robar y torturar. (The nation, 1914).<sup>30</sup>*

Las caricaturas en la prensa estadounidense nunca hacen ninguna alusión a lo que pudiera significar la Revolución en cuanto a progreso social o económico para el pueblo mexicano, sus líderes siempre aparecen como salvajes sanguinarios y corruptos.

Quien pudo hacer un poco flexible este estereotipo fue Villa, al desafiar a Carranza y manifestar su admiración hacia el presidente Wilson. En 1914 se le veía como honesto, abstemio, de orígenes humildes y trabajador. Pese a todo esto, Villa no era más que un mestizo y mexicano al fin de cuentas, que no pudo romper las cadenas de un estereotipo omnipresente. Como un héroe-guerrero, algunos de sus atributos estaban fuera de los límites de la mexicanidad.



Figura 16. New York Times, 1913

En 1913 la prensa estadounidense retrata a Villa como un amistoso, ambicioso, agresivo, activo y efectivo líder y vencedor. Los titulares tomados de New York Times en el otoño de 1913 capturan el sentimiento de este Pro-villismo inicial.

En la imagen Villa está echando del país a Huerta y su dictadura.

<sup>30</sup> The Nation (traducción propia), (25 december 1914, p615).

Debido a estas representaciones, como explica Aurrecoechea: es muy probable que el estadounidense todavía asocie la palabra México con el estereotipo despectivo propuesto por la cultura popular y la caricatura periodística de 1910.



Figura 17. El progreso de la Revolución Mexicana, Jay Norwood Ding Darling, Des Moines Register, 4 abril 1914. Mexicano (que hace alusión a Pancho Villa) representado con bigote, gran sombrero y cuchillo, comiéndose de una violenta tajada a México, representado con la manzana.

En el siguiente cuadro, se especifican las principales características con las que se representaba la imagen del revolucionario mexicano en la prensa estadounidense:

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL MEXICANO EN LA PRENSA DE E.U.A		
OTROS	VICIOS	VICIOS
Infantil	Sinvergüenzas	Promiscuos
Jerárquicos	Incapaz de gobernarse	Borrachos
Ruidoso	Cruels	Codiciosos
Ilegítimos	Católicos (Religiosidad)	Mentirosos
Indios	Decadentes	Rateros
Trabajadores Ineficientes	Falta de Credibilidad	Flojos
Molesto	Cobardes	Débil moral
Peligrosos	Anarquista	Sucios
Inferiores	Analfabetos e lletrados	Pendenciero
	Lascivos	Intemperante
		Traicioneros

De 1908, iniciando con the *Greaser's Gauntlet* a 1918 con *Guns and Greasers*, las películas de *greasers* –término despectivo para mexicanos mestizos– se hicieron muy recurrentes en el cine hollywoodense. En estas películas, los *greasers* eran responsables de robos, raptos y violencia. Incapaces de albergar sentimientos positivos. Casi siempre eran traicioneros, vengativos, dominados por la lujuria y avaricia. Durante este periodo, las películas reforzaron las ideas negativas de la sociedad dominante –en todos los casos estadounidenses quienes siempre ven peligrar su vida y tranquilidad, causado por los mexicanos, cuya naturaleza los hace problemáticos – respecto a los mexicanos; que parecen seres obsesionados con el sexo y la violencia.<sup>31</sup>

Estos personajes siempre se mostraban con traje, anchos sombreros, saco y pantalones con elaborados bordados, botas de cuero fileteadas y piel morena como diferenciación de los buenos, los blancos anglosajones.



Figura 18. Fotograma muestra la representación de un *greaser*.

*...al describir a los greaser los estadounidenses no intentaban ser muy precisos. La intención era mostrarlo como figura representativa de lo extranjero: como “el Otro”. A medida que degradaban al otro, los norteamericanos se iban cubriendo de un sinfín de virtudes (Orellana, La mirada circular, 1999).<sup>32</sup>*

<sup>31</sup> Maciel, David; El bandolero, el pocho y la raza: imágenes cinematográficas del chicano (México: Siglo XXI, 2000 p39).

<sup>32</sup> Orellana, Margarita, La mirada circular, Artes de México y del Mundo (México: 1999 pp162).



En 1919, la bailarina rusa Anna Pavlova hace una gira por México, e inmediatamente se enamora del **Jarabe Tapatío** y lo aprende, siendo una de las primeras bailarinas clásicas en ejecutarlo. Su interpretación en la Plaza de Toros de la Condesa en México tuvo tanto éxito; que decidió integrar la danza mexicana en sus presentaciones mundiales. Esto alagó tanto a las autoridades culturales de México que decidieron convertir al Jarabe Tapatío en la “Danza Folklórica Nacional” de México”



Figura 19. Ana Pavlova vestida de “China Poblana” popularizó internacionalmente la fiesta mexicana a través de la danza.



En 1924 la revista semanal **Mexican-american**, se dedicó a informar sobre lo que llamaba “*the pulse of Mexico*”, enfocado al consumo norteamericano.

Narraba un México exótico y desconocido, hablaba de la “norteamericacianización de la sociedad mexicana”, de sus tradiciones y folclore cultural. Sus portadas, ilustradas por Rafael Pruneda, siempre hacen alusión al charro, paisajes y personajes identificables con el estereotipo mexicano.

En términos generales, la búsqueda de una imagen mexicana preparada para satisfacer un consumo internacional pareció buscar una visión mucho más

Figura 20. Mexican-American Vol. 1 No. 11. 9 de Agosto de 1924  
Portada que muestra paisaje desértico y al charro ya como un símbolo de identidad mexicana.

homogénea, Además de ser el resultado de una simplificación -clara responsabilidad de políticos, artistas y literatos mexicanos-, esta homogeneidad se puso a merced del turista y el consumidor estadounidense.<sup>33</sup>

En 1930, el escultor colombiano Rómulo Rozo hizo la escultura **El pensamiento**, con el fin de homenajear al pueblo de México. Rómulo ya habiendo asimilado la cultura mexicana y enamorado por el arte escultórico prehispánico, buscaba la manera de expresar esa sabiduría y pensamiento indígena heredado a los descendientes mestizos.<sup>34</sup> La escultura fue exhibida en la Biblioteca Nacional de México, lamentablemente debido a una interpretación completamente diferente y fuera de contexto; fue banalizada, plagiada y comercializada por el cine hollywoodense como **Lazy Pancho**, esta imagen invadió deplorablemente el imaginario colectivo en los años 40 y 50 con el afán de vender películas, objetos e ideas. A raíz de ello, la imagen de Rozo que proyectaba de la idiosincrasia reflexiva del mexicano, fue pervertida y pasó a representar el estereotipo del mexicano flojo, borracho y dormilón.



Figura 21. *El pensamiento*, Rozo, 1930  
Museo de Arte de la Paz, Bolivia

<sup>33</sup> Montfort, Ricardo; *Expresiones Populares y Estereotipos Culturales en México* (México: CIECAS, 2007 pp247).

<sup>34</sup> Rozo Krauss, Rómulo; *Rómulo Rozo, escultor Indoamericano* (México: Delfos Editor, 1990).

La primera película sonora, con temática mexicana estuvo a cargo de Sergei Eisenstein; director de cine soviético, que en 1932 captura en el documental **Que Viva México**, los aspectos y características mexicanas. El documental narra diversas historias que se entrelazan por medio de las costumbres y nuestra relación con la muerte, festejada en el *día de muertos* –principal tema que llamó la atención de Eisenstein y que lo trajo a México–. La película no pudo ser terminada y se armó y editó conforme las notas y guiones que había dejado sin articular.



Figura 22. En la película “Que Viva México” (1932) Sergei retrata las costumbres mexicanas y la estrecha relación con la muerte, mediante calaveras, sombreros, indígenas, y paisajes desérticos.

La película comienza mostrando el México precolombino, sus pirámides y la relación que guarda con su gente, pasando por las tehuanas, la religiosidad mostrada en la fiesta a la virgen de Guadalupe, la tradición de los festejos y la extracción del pulque, percibe el abuso de los hacendados a la gente pobre –y su posible pensamiento de una pronta revolución debido a injusticias– hasta llegar a la muerte y su celebración.

Una de las principales características de la película, es que la mayoría de los actores son gente común; Eisenstein quería retratar un México real y palpable. A través del documental, observamos un México árido con magueyes por doquier, el típico poblador con sombrero de ala, sarape y bigote y mujeres con falda larga, trenzas y reboso. En dos escenas muestra la imagen de *Lazy Pancho*, justificando el descanso por un arduo trabajo o para cubrirse del sol abrazador.

Eisenstein con su calculada fotografía, planos limpios y estructuración de tomas sintetizó lo mejor de la plástica mexicana del siglo XX.



Figura 23. Fotogramas extraídos de la película *Que Viva México*, que refleja la representación típica y estereotípica de México y el mexicano.

De 1920 a 1940 se percibe en el cine la búsqueda de la imagen mexicana que satisfaga el consumo internacional; una imagen simplificada y afianzada por el nacionalismo y regionalismo. Basándose en que la idea de lo mexicano era una poderosa ilusión cohesionadora, que sirve para legitimar al Estado moderno.<sup>35</sup>

El cine con temática de la Revolución surge en la década de los treinta como género artístico, empezó con la documentación de las campañas militares de Pancho Villa. Convirtiéndose en una figura importante del cine hollywoodense. En 1914 Raoul Walsh interpreta a Villa en su juventud en el documental de Mutual Film Corporation: “**The life of General Pancho Villa**”, donde el mismo Pancho Villa recibió un adelanto de \$25.000 por dejar grabar sus batallas de día<sup>36</sup>.

<sup>35</sup> Carreño King, Tania; *El Charro: La construcción de un estereotipo nacional* (México: INEHRM, 2000, pp23).

<sup>36</sup> Contrato disponible en: Museo de la Ciudad de México, Archivo Federico González Garza, folio 3057.

Villa reúne todos los prejuicios raciales y estereotipos de la época relativos a personajes de origen mexicano; sintetiza los rasgos de una imagen deformada. Su personalidad se caracteriza por la indecisión y frivolidad, su representación oscila entre el bufón y el asesino a sangre fría.

Desde entonces y hasta la actualidad, Villa es el personaje central donde se trata superficialmente su vida y su lucha. En cuyas producciones los intérpretes nunca serán mexicanos o de orígenes latinos.



Figura 24. Raoul Walsh en *The Life of General Pancho Villa* (1914), George Humbert en *Why America Will Win* (1918), Wallace Beery en *Viva Villa* (1934).



Figura 25. Domingo Soler en *Vámonos con Pancho Villa* (1936), Rodolfo Hoyos en *Villa!!* (1958), Ricardo Palacios en *Los 7 de Pancho Villa* (1967).



Figura 26. Yul Brynner en *Villa Rides* (1968), Mike Moroff en *Young Indiana Jones and the Curse of the Jackal* (1992), Antonio Banderas en *And starring Pancho Villa as himself* (2003).

A inicios de los años 30, se empieza a representar al chicano –personas de origen mexicano que nacen en Estados Unidos–, como personaje secundario, envuelto en historias de amor imposible chicano-estadounidense debido a las diferencias existentes. En 1935 las representaciones de chicanos dejan de lado características negativas. Como Dolores del río en la película *In caliente*, una bailarina chicana que trata de vengarse haciéndose pasar por otra mujer. O el abogado Johny Ramírez en *Bordertown*, que se enamora de la esposa del dueño del casino donde es socio, pero que ésta le rechaza por sus diferencias sociales y raciales.



Figura 27. El abogado de *Bordertown* (1935), La bailarina en *In Caliente* (1935) y los pescadores en *Tortilla Flat* (1942). Todas muestran las limitaciones que tiene el chicano en Estados Unidos.

Para 1940, por primera vez los chicanos desempeñan papeles positivos en películas que prueban su valentía durante la segunda guerra mundial.

Por su parte la representación de chicanas de 1930 a 1950 se basa en mujeres sensuales, presas de pasiones incontrolables, que carecen de moral, valores e inteligencia. Para 1950 las películas insistieron en la nobleza de los chicanos, aunque siempre destacaban la importancia de que un blanco estuviera a su lado para salvarlos del peligro o reformar su vida.

En 1942, una encuesta revela al mexicano como el menos apreciado por el público norteamericano, en este mismo año se estrena la película americana de western; **Down Mexico Way** de Joseph Santley. La película narra la historia de un cantante vaquero que viene a ayudar a la gente del pueblo de Sage City, víctimas de una estafa por

“productores norteamericanos”. La película, sin embargo, no tuvo buena aceptación en México; mostraba un México falso que no nos favorecía.<sup>37</sup>



Figura 28. Poster de la película *Down Mexico Way*, 1942.

En 1944 la película animada de Disney; ***The Three Caballeros*** muestra al gallo Pancho Pistolas un personaje mexicano muy alegre que aparece vestido de charro, cantando rancheras y disparando como loco sus pistolas. Los dibujos se abren paso entre una avalancha de sarapes, sombreros, guitarras, piñatas, cerámicas, burros y charros. Para luego mostrar a la cantante Dora Luz y la bailarina Carmen Molina con traje de charro.



Figura 29. Pancho Pistolas canta: “Tres felices cuates que portan zapares bajo galoneados sombreros”

Los tres caballeros vuelan por todo México en un sarape a modo de alfombra voladora, para presenciar el jarabe tapatío, las ruinas, las posadas, las trajineras en Xochimilco y terminar en Acapulco.

<sup>37</sup> Icaza, Alfonso, El Redondel, 16 de marzo de 1942.

En México fue vista como un homenaje al país y a su cultura, sin embargo, la creación de Pancho Pistolas en realidad era una estrategia de Estados Unidos llamada “política del buen vecino”, programa propuesto en 1940 por el presidente Franklin Roosevelt cuyo objetivo consistía en mejorar sus relaciones y crear un sentimiento de fraternidad para conseguir apoyo político contra las potencias del bloque de la Segunda Guerra Mundial y abastecimiento de materias primas.

El imperialismo estadounidense resolvió sus cuestiones políticas y económicas en un terreno simbólico, mediante la práctica de penetración cultural.<sup>38</sup>



Figura 30. Fotogramas extraídos de la película *The Three Caballeros*, 1944  
En ellos se aprecia el colorido que alude al folclore mexicano y la música ranchera.

<sup>38</sup> Kaufman, J.B.; *South of the Border with Disney: Walt Disney and the Good Neighbor Program* (EUA: Disney Editions, 2009, pp335).



Hollywood nos imaginaba con resistencia a perder un color folclórico identificado, empeñados a seguir siendo primitivos, pintorescos, temperamentales, violentos, etc. Pero era Hollywood el interesado en mantener dicha imagen. En 1945 la película ***Anchors Aweigh*** muestra una reconstrucción de la calle Olvera en los Ángeles, donde el prodigioso bailarín Gene Kelly interpreta junto a una niña con atuendo típico el “Mexican Hat Dance”. En la calle se ven artesanías, cerámica, petates, sombreros, veladoras, canastas, chicanos vestidos con sarapes y chinas poblanas caminando.



Figura 31. Fotogramas del *Mexican Hat Dance* en *Anchors Aweigh*, 1945  
Muestra una calle llena de elementos del folclore mexicano así como la representación de la niña con blusa bordada de manta, fajilla y trenzas.

En 1947 la película ***Honeymoon*** de RKO y escrita por la alemana Vicki Baum, molestó a los norteamericanos; debido a que estaba directamente dedicada al mercado latinoamericano. Mostraba personajes considerados irreales; los estadounidenses presuntuosos y los mexicanos inteligentes, aristócratas y de clase alta. Quizá por ser una escritora no tan cercana al estereotipo negativo, Baum retrató positivamente al mexicano, siendo de las pocas películas en esta época que lo hicieron.

Contrariamente, en 1948 la película ***The Treasure of the Sierra Madre*** producida por John Houston, muestra al personaje *Gold Hat*, como a un horrible, desaliñado, burlón, y de pintoresco carácter. El hombre, que acababa fusilado, era el único mexicano de la película que hablaba inglés y el líder de los bandidos. *Gold Hat* fue interpretado por el Mexicano Alfonso Beyoda, esta película significó el retorno al cine Hollywoodense del clásico bandido mexicano, desaparecido en tiempos de guerra.



Figura 32. Personaje *Gold Hat* en *The Treasure of the Sierra Madre*, 1947  
Muestra un aspecto sucio y un sombrero roído “*Badges? We ain’t got no badges! We don’t need no badges! I don’t have to show you any stinking badges!*”

Para 1950 ya se había consolidado en el imaginario colectivo y en el consumo lo típico mexicano. Los elementos que se redujeron a estereotipos inidentificables fueron cuatro: el paisaje, los atuendos, los bailes y las artesanías. La creación y construcción de estos estereotipos nacionales mexicanos fueron un proceso de norteamericanización; una imagen idílica del México charro y alegre.<sup>39</sup>

En 1945 las instituciones turísticas mexicanas tuvieron gran impulso, la **Asociación Mexicana de Turismo** se encargó de la promoción de México en el extranjero, principalmente Estados Unidos y el sureste de Canadá apoyando filmaciones y haciendo gran difusión, tanto en agencias de viajes como en gasolineras y aeropuertos, con carteles que mostraban las bellezas naturales de México y representaciones que exaltaban nuestra mexicanidad.

Antes de desaparecer, la Asociación Mexicana de Turismo, la Asociación Mexicana de Empresas Turísticas y la Asociación Mexicana de Hoteles se integraron a la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, conservando las siglas AMAV. La AMAV fue fundada el 7 de julio de 1945. Actualmente existe una institución nacional y una correspondiente a cada entidad de la República.



Figura 33. Departamento de Turismo, Secretaría de Gobernación, México, 1945.

<sup>39</sup> Montfort. Expresiones populares y estereotipos culturales en México (CIESAS, 2007 p 298).



Figura 34. Departamento de Turismo, Asociación Mexicana de Turismo, Secretaría de Gobernación, México, 1957

En 1953 la **Dirección General de Turismo**<sup>40</sup> publicó un calendario con fiestas típicas mexicanas en determinadas regiones. Su propósito era presentarlas como algo utilizable en el turismo. La fiesta nacional y regional se convertiría en el atractivo nacional por excelencia. Consolidando en esta época como típico mexicano: las artesanías, las comidas regionales, los atuendos locales y la fiesta con mariachis, banderas de papel picado, jaripeos, peleas de gallos, juegos de azar, charros y chinas poblanas bailando jarabe tapatío<sup>41</sup>. Con respecto al turismo norteamericano, los mapas y guías identificaban los lugares mediante atuendos, bailes y objetos artesanales.

Otro componente importante en el que se apoyó el turismo, fue la canción mexicana; elemento definitorio de la mexicanidad y nacionalismo presente en el discurso cultural de gran parte del siglo XX. Para los años 60 el bolero ranchero se había agotado comercialmente por la acción de los medios de comunicación que lo habían generado, conducido y manipulado.

<sup>40</sup> Institución creada por el Presidente Miguel Alemán en los años 50, en 1958, se transformó en Departamento Autónomo de Turismo por decreto del entonces Presidente Adolfo López Mateos.

<sup>41</sup> Montfort; Expresiones y Estereotipos Culturales en México, pp21



Figura 35. Lo “típico mexicano” ya había logrado una clara aceptación en el mundo de la postal turística hacia los primeros años treinta.



Figura 36. Poster de la Dirección General de Turismo, México, 1947.

Dentro de los componentes que impulsaron la imagen mexicana en el extranjero, están las aerolíneas, que, al igual que la Asociación Mexicana de Turismo y la Dirección General de Turismo, mostraban una imagen colorida de lugares, tradiciones y personas de México. Tal es el caso de aerolíneas extranjeras como **AirFrance**, **PanAm** y **Southern Pacific**, como la aerolínea nacional **Mexicana de Aviación**.

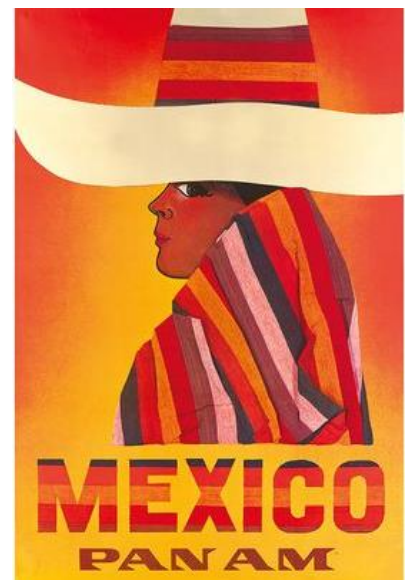
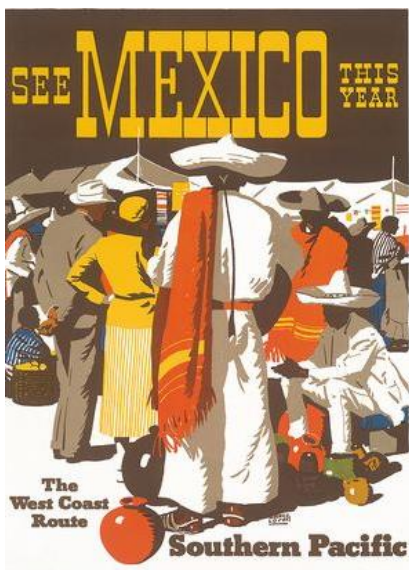


Figura 37. Southern Pacific (1935), Air France, París - México direct (1952), PanAm México (1968). Todos los posters muestran un estereotipo constante.

Desde principios del siglo XX, el charro de los cómics evoluciona hacia un género aventurero que ya no abandonará. Esta representación abre paso a personajes temerarios como El zorro, el Charro Negro, el Águila Negra, la Sombra Vengadora, etc. Personajes que años después serán llevados a la pantalla grande.

En 1943, el escritor español José Mallorqui, inspirado en la saga de “El Zorro”; crea el personaje **El coyote**, que, si bien es un justiciero californiano, es representado con la vestimenta de un charro mexicano y los nombres de episodios aluden a la cultura mexicana. Este personaje fue sumamente popular en la literatura española, a lo largo de 10 años la serie tuvo 192 títulos. El Coyote no se quedó sólo en el papel; alcanzó adaptaciones radiofónicas y cinematográficas; como la película del cineasta español Joaquín Romero Marcheto “*El Coyote*” y “*La justicia del Coyote*” de 1954.

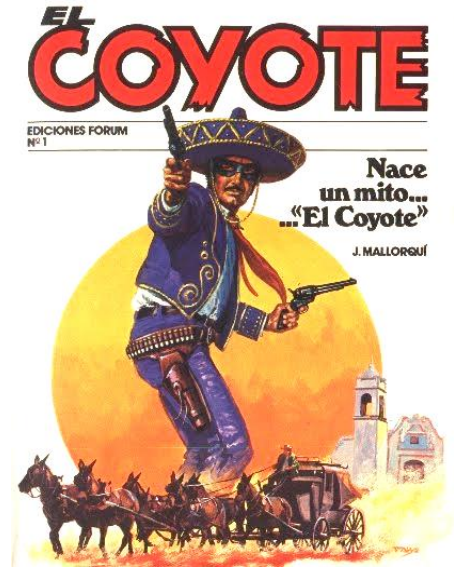


Figura 38. *El Coyote*, No.1 1943  
El Coyote un justiciero californiano que viste como charro.

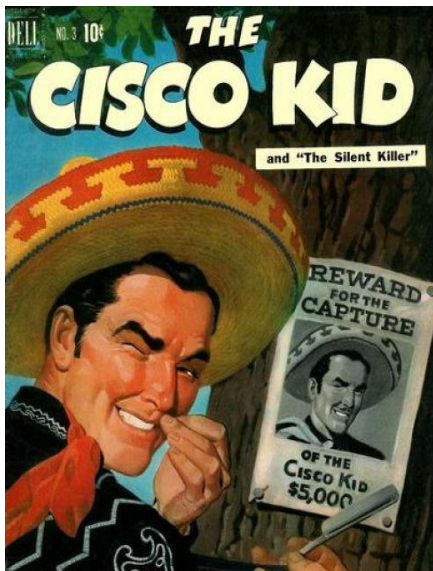


Figura 39. *Cisco Kid*, No. 3, 1951.  
Cisco es un héroe astuto, valeroso y justiciero.

Un caso peculiar es el personaje de **Cisco Kid**, creado en 1907 por el escritor estadounidense O. Henry (William Sydney Porter) en el cuento “*The caballero’s Way*”. Era un forajido cruel, sanguinario y de orígenes no hispanos. En 1950 por encargo de *King Features Syndicate* de Nueva York (agencia fundada en 1915 que distribuye tiras de prensa, columnas periodísticas y pasatiempos en diversos periódicos.), le encarga al guionista Neoyorquino Rod Reed y al dibujante argentino José Luis Salinas revivir y seguir con la historia.

Aquí, *Cisco Kid* se transforma en un caballero mexicano valeroso y gentil defensor de los oprimidos y que combate el crimen y la corrupción en Nuevo México.

En la pantalla grande fue protagonizado por el estadounidense Warner Baxter, ganador del premio Oscar en 1928 por su interpretación. Cisco tuvo dos seriales radiofónicos de 1942 a 1956 y una serie de televisión de 156 episodios entre 1950 y 1956.

*Cisco Kid* se publicó en 300 diarios alrededor del mundo como “La Razón” y la revista “*Patoruzito*” de Buenos Aires, en publicaciones de España como “Chicos”, “Levante” y Madrid” hasta 1968.



Figura 40. Fotograma de “*The Cisco Kid*” 1927. En 1928, Warner Baxter obtuvo el premio Oscar la interpretación de Cisco, un galante justiciero.

Dentro del mismo ámbito de los cómics, en 1953, la editorial Grafidea S. L. en Barcelona, crea a un charro en la misma línea de aventurero y valiente: ***El Charro Temerario***, escrito por Pedro Muñoz y dibujado por Matías Alonso. La serie trata de Juan Miguel, joven apuesto con valores humanos indiscutibles, no obstante su vida da un giro inesperado cuando su novia es asesinada y él es acusado injustificadamente por varios crímenes. La aventura transcurre entre México y California en el siglo XIX y aunque su género era *western*, en vez de pieles rojas, tenía aztecas nobles y dispuestos a ayudar – como el típico nativo norteamericano–, pero con una connotación de inferioridad.



Figura 41. *El Charro Temerario*, Barcelona, No. 15 “Frente a frente”, 1953.



Figura 42. *El Charro Temerario*, Barcelona, No. 40 “El último jefe Azteca”, 1954.

Esta representación española, no dista mucho de la representación norteamericana: se sigue viendo a un personaje principal de piel morena, cabello negro, valeroso y galante. Y a los villanos, siempre con un aspecto sucio y desaliñado.

El primer dibujo animado en que es protagonista un mexicano es **Speedy Gonzáles**, que nace en 1953, en el cortometraje *Cat-Tails for Two*, creado por el animador estadounidense Robert McKimson, creador de la mayoría de los *Looney Tunes* de *Warner Brothers*. Este personaje destaca por su vestimenta, ojos grandes, pelaje oscuro y un diente de oro, además de estar siempre sonriente y jocosos.

En 1955, el caricaturista Friz Freleng y el animador Hawley Pratt rediseñan al personaje como lo conocemos actualmente, ganando el premio de la academia por mejor corto animado, en 1955. Esta es la primera representación estereotipada en el mundo animado, de donde surge otro estereotipo; el *Lento Rodríguez* o *Tranquilino*.

En las figura 43 y 44 se muestra la evolución de Speedy en tres años. Su pelaje pasa a ser menos oscuro y se le dibuja un sombrero para hacerlo “más mexicano” Se le quitan los dientes y ojos grandes y se le pone una vestimenta de campesino (haciendo alusión a los campesinos de la Revolución Mexicana).



Figura 43. Speedy Gonzáles  
Robert McKimson  
Cat-Tails for two, 1953.



Figura 44. Speedy Gonzáles  
Freleng y Prat  
Speedy Gonzáles 1955.

Sin embargo, en 1999 la caricatura fue sacada del aire por estereotipar a los mexicanos como flojos, borrachos y mujeriegos Según la vocera Laurie Goldberg y la Asociación de Lucha por los Derechos Civiles de los Hispanoamericanos de EUA; el protagonista era víctima de la marginación y era políticamente incorrecto.

Speedy vuelve a la pantalla tres años después gracias a más de 10 mil peticiones de televidentes latinos a Cartoon Network; para ellos Speedy es un ícono cultural, es parte de nuestra identidad y además es un buen ratón<sup>42</sup>.

## A Speedy return

Cartoon Network putting Mexican mouse back in lineup

By **SHELLEY ENLING**  
Cox News Service

**N**ew York — He foiled Sylvester the Cat. Now the cunning Mexican mouse known as Speedy Gonzales has apparently outwitted the forces of political correctness.

The Atlanta-based Cartoon Network is returning Speedy Gonzales to its programming mix later this month after an outcry from fans.

The Cartoon Network yanked Speedy's cartoons from the air in the late 1990s. Some fans say owner Ted Turner ordered the move because he believed the cartoons — which included the likes of Speedy's lazy cousin Slowpoke Rodriguez — perpetuated an offensive Mexican stereotype.

Cartoon Network spokeswoman Laurie Goldberg claimed in March that the Speedy cartoons simply weren't that popular compared with other selections in an archive of 8,500 cartoons.

That has changed, she said Thursday.

"We never had a demand for it before. Now there's this vocal group that wants it back. If it does well, it will stay, and if it doesn't, it won't. After all, we are a business," Goldberg said.

In recent months, thousands of fans — many of whom are Hispanic — created a brouhaha by lobbying hard to get the fastest mouse in all of Mexico back on the network.

Conservative radio personality Rush Limbaugh said Speedy's removal was political correctness gone too far. The League of United Latin American Citizens, the nation's oldest Hispanic-American rights organization, called Speedy a "cultural icon" who displayed plenty of admirable pluck.

One die-hard fan, Matthew Hunter, launched an online petition in April to get Speedy back on the air and gathered more than 2,500 signatures.

"It's been silly not to have Speedy on the air, because people watch him in Latin America and they love him," said Virginia Cueto, associate editor of *HispanicOnline.com*, an English-language Web site based in Florida. "It will be good to have him back."

Thousands of Hispanics and others have logged on to HispanicOnline's message board to voice their support for Speedy's return.

Said one fan: "Speedy is more of a positive symbol. He always brings down that loco Daffy Duck to the point that the latter finally started respecting Speedy. People like Speedy."

Speedy starred in more than 47 Looney Tunes shorts and won an Academy Award in 1955.

The Cartoon Network, owned by AOL Time Warner Inc., has exclusive rights to show the cartoons in the United States. It took control of the Warner Bros. stable of animated movies in 1960.

According to the Cartoon Network's Web site, Speedy cartoons will air throughout late June and July.

Among the Speedy shorts scheduled are "Speedy Ghosts to Town" and "Well Worn Daffy," which will air on "The Looney Tunes Show" in June.

**Turner:**  
Did he tan Speedy?

"It's been silly not to have Speedy on the air, because people watch him in Latin America and they love him. It will be good to have him back."  
Virginia Cueto, associate editor of *HispanicOnline.com*

Figura 45. Página de un periódico que habla de la salida de aire de la caricatura en Cartoon Network, apelando que Speedy es un estereotipo "positivo".

<sup>42</sup> League of United Latin America Citizens (Lulac), La Nacion, 13 abril 2002 Argentina, Marcelo Stiletano.



Por su parte, México también influyó a la creación de estereotipos; la Época de oro del cine mexicano era también la época de oro del cardenismo; lapso en que Lázaro Cárdenas fue presidente de México (1934 – 1940), el país avanzó económica e industrialmente con la reforma agraria, la organización de obreros y la expropiación petrolera; así como con la introducción a la educación socialista, y al nacionalismo revolucionario. El cine fue una herramienta para cohesionar al país tras décadas de guerras civiles y religiosas. En el cine, el barrio se transformaba en el epicentro de grandes historias y el charro jalisciense en el arquetipo del macho mexicano.

En 1936, la película ***Allá en el Rancho grande***, de Fernando de Fuentes, estaba llena de nacionalismo y señas de identidad: paisajes, costumbres, vestuarios, léxico, comportamientos, etc. Correspondientes de la invención de un nuevo folclore mediático. *Allá en el Rancho Grande*, fue la primera cinta Mexicana estrenada en Estados Unidos y ganadora del premio internacional en el Festival de Venecia de 1938 por mejor fotografía. Esta producción abrió las puertas a otras películas que consolidarían, posteriormente, la *Época de oro del cine mexicano*.



Figura 46. Fotograma de la película “Allá en el Rancho Grande” de 1936. En ella vemos a un México revolucionario, con una fuerte tendencia a recalcar las costumbres mexicanas, como el mariachi, las fiestas, la vestimenta y los paisajes.

A fines de los cincuenta, el cine mexicano experimenta recurrencia y agotamiento de su capacidad de entretenimiento: comedias rancheras, melodramas y filmes de rumberas ya no tienen el mismo éxito de antes. El cine de Luis Buñuel, los filmes de luchadores y el cine independiente, mantuvieron a flote una industria poco creativa y agotada.

Este es el caso de *Nazarin*, de 1958, del cineasta surrealista español Buñuel naturalizado mexicano. Ganadora de la Palma de Oro en el festival de Cannes, narra la historia de Nazario, un sacerdote que ejerce en México durante el gobierno Porfirista y que predica la palabra a gente de escasos recursos. Súbitamente todo cambia al proteger a una prostituta, provocando su exilio, haciendo replantear su propia fe.

Figura 47. *Nazarin*, Buñuel, 1958  
La película retrata los escenarios de un México pobre, religioso y un tanto fragmentado por los estragos de la revolución.



Partiendo de estos estereotipos se hace una retroalimentación de los prejuicios, logrando que el cine mexicano caracterice a sus personajes bajo estereotipos ya establecidos, siendo principales representantes Pedro Infante, Jorge Negrete y María Félix. Mientras los hombres encontraban en Pedro Infante el éxito mediante golpes y trabajo duro, las mujeres encontraban mediante María Félix la posibilidad de dejar la pobreza siendo determinante, hermosa y sutil.

Otro caso, donde el mexicano ha alimentado la formación de su propio estereotipo, se refleja en las mascotas del mundial.

En 1970, el personaje de la Copa Mundial de Fútbol; **Juanito**, un niño con 11 años de edad es representado con un sombrero tradicional de paja y playera de la selección mexicana. Físicamente es regordete, moreno con ojos rasgados y cabello lacio.



Juanito fue el primer personaje humano que fungía como mascota. Su sombrero identificaba perfectamente su lugar de origen. Esta imagen fue muy conocida y mundialmente difundida; puesto que el mundial de México en 1970 fue históricamente el primer evento en su categoría en ser televisado. Juanito, por su inocencia fue un símbolo que representaba el juego limpio.

Figura 48. *Juanito*, Mascota de la Copa Mundial de Fútbol, México 1970

Para 1986, la mascota de la Copa Mundial de Fútbol cambió la fórmula y creó a **Pique**, un chile con sombrero de mariachi, gran bigote, y vestido con los colores nacionales. Físicamente es delgado, chaparrito, sonriente y con los ojos rasgados. Nada más autóctono que eso: un chile verde picante lleno del sabor mexicano, cuya pasión era jugar fútbol.

En la canción del Mundial llamada Pique de 1984 interpretada por Juan Carlos Abara podemos escuchar características de los mexicanos:

*“...Soy mexicano gracioso, alegre, fiestero, amable y picoso.  
Vamos a ser los mejores brindando cariño, amistad y canciones.  
El pique ha comenzado, en juego está el balón,  
Latir de corazones al ver que se ha anotado el primer gol.”*

Pique también hace un juego de palabras con su nombre, en México en lenguaje coloquial decir, “Estoy picado” alude a que se está muy concentrado o inmerso en algo y si decimos “El pique ha comenzado” alude al juego, al encuentro.

Mostrar estos personajes mundialmente fue un arma de doble filo para el mexicano y su cultura; su finalidad era dar a conocer las costumbres y cultura mexicana, sí, pero la otra parte de la navaja; estas



Figura 49. *Pique*, Mascota de la Copa Mundial de Fútbol, México 1986

representaciones quedan en el inconsciente e imaginario de un gran número de personas de diversos países, con un aspecto negativo, falso y estereotipado.

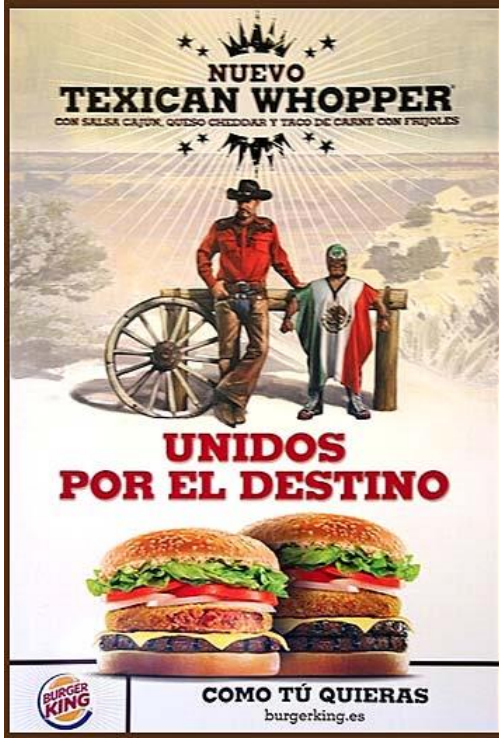
### 2.2.1 Otros referentes

En esta sección pondremos otros referentes, que si bien no son tan conocidos, muestran mucho de los estereotipos o características del mexicano en la publicidad de diversos países. La mayoría de los rasgos que representan son exagerados.

En 2007, la compañía BBDO en Rusia hizo la publicidad de los chicles **Wrigley** sabor limón, que asociaron con el sabor mexicano. De esta manera, los limones y los chicles forman diversos elementos, forzando esta mezcla de limones con símbolos típicos mexicanos. Entre estos elementos encontramos el Sombrero de charro, las maracas y la guitarra, la agencia en desarrollarlo fue mexicana. Una campaña muy forzada, pero que llevó una imagen de México a un país lejano.



Figura 50. Real New Orbit Line 100% Mexican taste, Orbit, Russia 2007



En 2009 la cadena mundial de comida rápida Burger King lanza la *Texican Whopper* en Reino Unido. La finalidad de esta campaña era la fusión de los sabores texano y mexicano, a modo de latinizar el producto agregándole chile y cebolla. Tanto en el Cartel como en el comercial, vemos a un luchador mexicano robusto y sonriente. En el comercial vemos como el personaje texano y el mexicano, son “unidos por el destino” complementándose y haciendo la mezcla perfecta, la buena mancuerna.

Figura 51. Cartel de *Texican Whopper*, Burger King, Gran Bretaña 2009  
El cartel de la campaña fue considerado denigrante al hacer una clara diferencia entre los personajes. El mexicano es más gordo, moreno y chaparro.

Los elementos que encontramos, serán el referente de luchador, el sarape, el sombrero y los colores patrios.



Figura 54. Fotogramas del comercial: *Texican Whopper*, Burger King, Gran Bretaña 2009

En febrero de 2010, la misma agencia de publicidad BBDO de Toronto, Canadá lanza la campaña ***Real Mexicans Know where to get real Mexican*** para Quesada Mexican Grill, restaurant de comida que prepara Burritos Gourmet. A cargo de los directores creativos Peter Ignazi y Carlos Moreno, el director de arte Tood Cornelius y el fotógrafo Matt Barnes.

En los carteles vemos la calavera que se utiliza en día de muertos, con pantalón de charro y sombrero de ala, una familia de luchadores (donde el padre es gordo) y un mexicano con sarape, sombrero y sandalias durmiendo bajo la mesa.

La publicidad hace uso de estos recursos, debido a que estos elementos han tenido éxito y son funcionales en el mercado. Recurriendo una y otra vez al charro, la muerte, el luchador y la fiesta; pues son elementos mexicanos identificables que venden.



Figura 53. *Real Mexicans Know where to get real Mexican*, Quesada Mexican Grill, Canadá 2010.

El 30 de enero de 2011, el programa inglés ***Top Gear*** de la cadena BBC, se vio envuelto en problemas diplomáticos por comentarios racistas contra los mexicanos. En un capítulo donde hablaban del *Mastretta MXT*, el primer auto diseñado y ensamblado en México por los hermanos Carlos y Daniel Mastretta; los presentadores se olvidaron completamente del auto y empezaron a hacer críticas racistas a los mexicanos. Richard Hammond comentó:

*“Los carros reflejan las características nacionales, lo que significa que los autos mexicanos serán flojos, irresponsables y flatulentos, dormidos mientras miran un cactus, usando una manta con un hoyo en medio como un abrigo, causantes de la recesión global”*

Ante los hechos, el embajador de México en Londres, Eduardo Medina Mora, exigió a la BBC, la disculpa pública de los presentadores.

“Recurrieron a insultos vergonzosos, vulgares e inexcusables para remover prejuicios contra los mexicanos y su cultura, así como contra su representante oficial en el Reino Unido”.

En el 2011 el programa nocturno de la cadena ABC: Jimmy Kimmel Live, hizo una parodia al superhéroe de Marvel *Capitán América*. La parodia retrata la historia de Guillermo; un guardia de seguridad mexicano convertido en **Capitán México**.

Antes de presentar el sketch, Jimmy Kimmel menciona la falta de éxito de la película *Capitán América* en otros países porque “otros países no querían ver a nuestro capitán pateándoles el trasero”, por ello hicieron una versión mexicana.

Este *Capitán México*, es de baja estatura y robusto. Su atuendo es verde, blanco y rojo aludiendo a la bandera. En el antifaz tiene una M por México y su escudo es un sombrero de paja (como el que usa Pique, la mascota del Mundial México). Este superhéroe es muy carismático y glotón, sin olvidar su expresión “ay, ay, ay...”.



Figura 54. *Captain Mexico*, Jimmy Kimmel Live, ABC, Estados Unidos 2011.

Por último, el Dj francés David Guetta lanzó en 2012 su video musical **Play Hard**, mostrando un México bizarro, con certámenes de belleza, plagado de tribal, bailes y cultura nortea. Al principio del video vemos como un personaje lleno de tatuajes llega a comprar unas botas de tribal, mostrando un México corrupto que se mueve por dinero. Muchos no saben si describir este video como un homenaje al tribal, parodia o burla; el video exagera las situaciones mostrando un México amante y apasionado por el tribal con cierto sentido del humor.



Figura 55. Fotogramas *Play Hard*, David Guetta, Paris 2013

En todos estos ejemplos, vemos que el estereotipo mexicano se encuentra en diversos ámbitos como el cine, la televisión, la literatura, el internet, la música, la publicidad, el gobierno, etc.

Los ejemplos más recientes demuestran lo radicado de este estereotipo, y no es de esperarse menos; esta imagen se arraiga y crece cada vez más, alimentado por grandes centros de poder. Estos países usan la imagen como forma de retención de poder y difusión de ideología dominante, mostrando a la industria cultural masiva como la solución al problema de la alineación del hombre. Los medios de comunicación son necesarios e incuestionables para esta colonización cultural de pensamiento por medio de imágenes que penetran en el imaginario a través de los canales de formación de la estructura mental.



Tanta culpa tienen otros países como México al ser indiferente y estereotiparse a sí mismo, ni siquiera nosotros tenemos una identidad nacional de respeto ni a la cultura, ni a nuestra historia, ni mucho menos a nuestros indígenas.

Esto marca, y seguirá marcando un punto crítico en nuestra estereotipación, la estrategia de los intereses capitalistas lanzada a la sociedad consumista de un México típico, pintoresco pero primitivo es tan exitoso y funcional internacional; que el mismo gobierno mexicano, ha puesto en bandeja de plata, sin saber que el extranjero lo transformaría en una característica negativa para su consumo y venta permanente; haciendo que el capitalismo funcione y se mantenga.

*En toda sociedad, donde una clase social es dueña de los medios de producir la vida, también esa misma clase es la propietaria del modo de producir las ideas, los sentimientos, las intuiciones, en una palabra el sentido del mundo. Para la burguesía, en definitiva, se trata de invertir la relación real entre base y superestructura: las ideas producen la riqueza por medio de la única materia que les queda limpia: la materia gris y la historia pasa a ser la historia de las ideas. (Dorfman y Maelart, 2009, p90).<sup>43</sup>*

---

<sup>43</sup> Dorfman, Ariel y Matelart, Armand. Para leer al pato Donald, comunicación de masa y colonialismo, (México: Siglo XXI, 2005).



## NI MUY MUY, NI TAN TAN: ANÁLISIS SEMIÓTICO DE ELEMENTOS

---

Después de definir la gran influencia de los países a través de medios masivos de comunicación, este capítulo se enfocará a la parte de la animación, analizando semióticamente sus componentes a fin de comprender su finalidad y significado.

Las animaciones anteriormente citadas: *Los Tres Caballeros* y *Speedy Gonzáles* fueron una introducción a las primeras representaciones animadas. Aunque varíe el género o país, encontramos una línea de elementos recurrentes. Las caricaturas son ejemplos de mensajes cuya finalidad es transmitir un conjunto de información de una forma simple y directa; usan significantes sencillos para significados complejos<sup>44</sup>. Por ello, se basa en lo icónico y su forma está determinada por la apariencia del objeto, mostrando características que se acercan a una metonimia.

---

<sup>44</sup> Fiske, John. Introducción al estudio de la comunicación, (Colombia: Norma, 1984).

Por lo general, las caricaturas exageran una cualidad física o moral –sea positiva o negativa– debido a tres principios: espontaneidad, libertad y expresión.

No podemos hablar de la animación sin la caricatura disyuntivamente, puesto que una se basa en la otra.

La palabra animación derivada del latín *anima* significa soplo o aliento divino con el que se infunde vida, por extensión el animador que da alma o carácter, da movimiento. Según la definición de ASIFA (*Association Internationale du Film d'Animation*):

*Por cine de animación se debe de entender por principio una creación cinematográfica realizada imagen por imagen... el cine de animación es el resultado de una colaboración de instrumentos y técnicas diversas y diferentes del registro automático. En una película de animación los sucesos tienen lugar por primera vez en la pantalla.*

Los dibujos animados, las historietas y las películas cinematográficas nacieron simultáneamente, se relacionen entre sí aunque se muestren independientes. Esto marcó una tendencia a lo largo del siglo XIX; un ejemplo de la transición de las tiras cómicas a la animación es el de James Stuart Backton que en 1896 trazó cuadro por cuadro el retrato de Edison; siendo la primera experiencia de animación cinematográfica.

El cómic fue un importante elemento que influyó e impactó el cine de animación:

*Los cómics se basaron en la fragmentación funcional del soporte papel, para representar icónicamente y consecutivamente en cada fragmento acotado de tal soporte unas porciones de espacios escénicos captados en un momento dado. Los comics son por lo tanto, un medio icónico-estructural, como lo fueron las películas mudas que incorporan, en torno a 1909, rótulos escritos. (Gubern y Coma, 1988 p19)*

Los estereotipos de personajes sometidos a representaciones icónicas características se establecen a partir de rasgos peculiares, convirtiéndose en señas permanentes de identidad.

### 3.1 REPRESENTACIONES CONTEMPORÁNEAS

Centrándose en el salto de la historieta a la animación, en México la historieta se desarrolló en 1921, en los periódicos el Universal y el Heraldo de México, esta historieta tomaba temas del momento y personajes mexicanos.



El primer personaje caricaturizado fue Don Catarino, un charro de Silao, medio calvo, de bigote ralo y panza prominente, protagonista de la **historieta Don Catarino y su apreciable familia**, creada por Salvador Pruneda e Hipólito Zendejas para El Heraldo en 1921.



Figura 56. *Don Catarino*, Hipólito Zendejas, México 1921.

Para 1934, los dibujos se unieron al nacionalismo, mexicanizando el lenguaje de caricaturas extranjeras. Los estereotipos animados se establecieron en México con los cortometrajes de Alfonso Vergara: *La noche Mexicana*, *El Jaripeo*, *El tesoro de Moctezuma* y *Los cinco cabritos y el lobo*. Estos cortos mostraban un México rural, fijando un estereotipo que más que símbolo de identidad, sirvió como referente del que pretendía distanciarse un país que ya se proclamaba urbano y moderno.

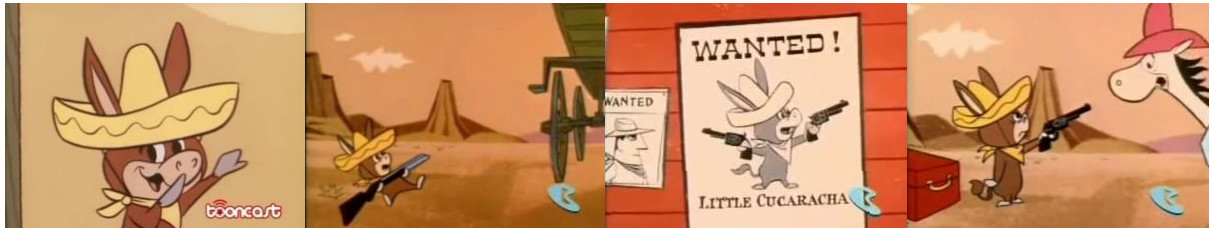
Las representaciones de personajes mexicanos no han variado mucho desde 1960, a continuación se enlistan personajes en animaciones contemporáneas, detallando sus principales características físicas y psicológicas:

PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Speedy Gonzáles</b> <i>(Speedy Gonzáles, Estados Unidos 1953)</i>	Piel oscura Ojos grandes y negros Cabello negro Robusto y bajito	Pantalón y camisa blanca de manta Pañuelo rojo Sombrero grande	Héroe Valeroso Inteligente Rápido Protector Galán Mujeriego Alegre Fiestero Toca la guitarra, canta y baila	Lleno de cactus Desértico y árido Casas blancas con techo de teja roja
				
<b>Lento Rodríguez</b> <i>(Speedy Gonzáles, Estados Unidos 1953)</i>	Piel oscura Ojos grandes adormilados Orejas caídas Alto y muy delgado	Pantalón y camisa blanca de manta Pañuelo verde Sombrero grande	Perezoso Borracho Violento Muy Lento	<b>OTROS ELEMENTOS</b> Cantan Cielito Lindo y La Cucaracha Música ranchera Comen salsa Tabasco Celebración 5 mayo  Cantinas Pulque y tequila. Pistolas *Lazy Pancho
				

En Speedy Gonzales se reflejan los prejuicios erróneos que había en la época en que se creó (1953). Más a fondo, Speedy era una especie de Robin Hood; no importaba que fuera más pequeño y menos fuerte que su rival, el gato (que en este caso representaba la burguesía de Estados Unidos), su astucia y rapidez siempre le hacían salir victorioso. Quizá como reflejo de que si los pueblos dominados tuvieran astucia y fuerza, podrían derrocar a los que estaban en el poder.

Sin embargo, el carácter positivo, sólo estaba en Speedy; los demás personajes muestran características negativas: son flojos, viciosos, torpes y sin iniciativa. Si no están durmiendo como *Lazy Pancho*, están ebrios en una pulquería o de fiesta.

PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Baba Looney</b> <b>(Pepe Trueno)</b> <i>(Tiro Loco</i> <i>McGraw,</i> <i>E.U.A. 1959)</i>	Es un burrito Pelaje café Ojos grandes y negros Bajito y rechoncho	Sombrero grande Pañuelo amarillo	Inteligente Prudente Observador Alegre Carismático Optimista Valiente Leal Rápido	Desértico, frontera con México  OTROS ELEMENTOS Pistola Toca la guitarra



Baba Looney, siempre se muestra como el compañero leal y razonable –a diferencia de su torpe compañero–, sin embargo no puede separarse de Tiro Loco; sin él no sería capaz de hacer nada. Y esta superioridad, se refleja en la diferencia de estatura y color, centrando la importancia y protagonismo en su compañero estadounidense.

En un capítulo se explica la historia de Looney, quien al principio era un peligroso ladrón llamado “El Cucarachita” (forma degradante de referirse a alguien sucio, peligroso y rápido, considerado como una plaga) que desapareció misteriosamente sin dejar rastro. Pero que en realidad, recibió un golpe en la cabeza y se volvió bueno y prudente.

Baba Looney, al igual que Speedy Gonzáles tiene un pelaje oscuro y aluden a animales comunes (pero de baja categoría) de México: el ratón y el burro. Pese a la representación física son astutos e inteligentes, carismáticos y alegres. Cuyas habilidades entre otras, es saber manipular armas y la guitarra.

PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Pedro García</b> ( <i>Candy, Candy</i> , Japón 1976)	Moreno Chaparro Regordete Cabello negro Ojos pequeños negros Barba y bigote	Pantalón azul Camisa roja Sombrero y Sarape con greca amarillas	Violento Machista Golpeador Brusco Sin sentimientos Burlón Estricto Arrogante Grosero Ratero Borracho	OTROS ELEMENTOS Siempre está sudando Al final cambia y se vuelve bueno y con más sentimientos.  *Lazy Pancho



En la serie Japonesa de 1976 Candy Candy el personaje Pedro; un proletariado Mexicano es contratado para transportar y vender a Candy Candy en México. Pedro es representado como un hombre agresivo, violento, machista y borracho.

Su avaricia lo lleva a aprovecharse de las situaciones para obtener dinero. En varias ocasiones abusa de su fuerza golpeando a la indefensa niña.

Pese al estereotipo negativo en gran parte del episodio; al final Pedro logra forjar un lazo de amistad; haciendo que cambie y se vuelva bueno y con sentimientos; todo gracias a la ayuda de Candy, aquí volvemos a tocar el punto de que el mexicano, no podría salir adelante, ni ser independiente sin la ayuda de alguna persona externa que no sea de su misma nacionalidad.

PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Familia López (Ricardo, María y Lina)</b> ( <i>The Thornberrys</i> , Estados Unidos 2000)	Tez morena, Robustos nariz grande, labios carnosos, ojos almendrados y negros, cabello café Bigote	Vestido de manta con bordado Faldas floreada Blusa de manta Peinado trenza Huaraches. Usan botas	Amables Humildes Guardan tradiciones Valor por la familia Místicos Artesanos Carismáticos Alegres Optimistas Mística Sabia Protectora Valor por la familia	Árido y desértico Cactus y nopales Casas pobres, desgastadas Techo de lámina Pueblo muy rural  OTROS ELEMENTOS Música ranchera/mariachi Sarapes Burros como transporte Colores vivos Máscaras Día de Muertos Sombreros grandes El burro tiene acento mexicano marcado



En el especial que se dedicó al “Día de los Muertos” los Thornberrys visitan un pueblo en México a fin de documentar esta tradición mexicana. La familia López es una familia de artesanos, humilde, inteligente y muy tradicionalista.

Encontramos un México árido y rural, con una comunidad de artesanos. La familia López les enseñan a los Thornberrys sobre el día de muertos, la ofrenda, como hacen el pan, como adornar las tumbas y celebran en una procesión.

Aquí vemos otra vez la representación de un burro (despeinado y aturdido) con un acento mexicano muy marcado como una representación negativa.

El capítulo pone profundo énfasis a la importancia de la familia y los valores. Así como lo fiestero de los mexicanos y su gran superstición.

En estas caricaturas del siglo XX, no vemos cambio alguno en la representación del mexicano habitante de un espacio rural y fiestero, vestido de sombrero y que eufórico dispara sus pistolas.



PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Mucha Lucha</b> (Canadá 2002 – 2005)	Piel morena Ojos café Máscaras con motivo mexicanos	<b>Banditos de los muertos:</b> Charros con traje rojo, sarape y botas, tienen sombrero grande y bigote.	Valores Tradiciones Buenas acciones Héroes  Villanos Malvados Rateros Locos	piñatas 5 de mayo: piñata de Ignacio Zaragoza Día de muertos calaveras de dulce Frijoles, tacos y churros. Les gusta la fiesta y bailar Juego de fútbol Sale el Chupacabras, Speedy y El místico
				

La Animación Mucha lucha, muestra un ambiente puramente mexicano, lleno de luchas, piñatas, fiestas y tradiciones. El mexicano representado pasa de ser un campesino de un ambiente rural a un luchador de ambiente más urbano.

Los personajes principales se preocupan por ser héroes con honor, valores y tradiciones. A diferencia de la Pulga, (otra alusión a un insecto) que es sucio, perezoso y con un toque de maldad, que de vez en cuando sale a la luz.

La caricatura toca elementos como el fútbol, el día de muertos, la celebración del 5 de mayo, el *chupacabras* y también muestra a personajes mexicanos importantes como el mismo Speedy Gonzáles y el luchador El Místico.

PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Nadie</b> ( <i>El Cazador de la Bruja</i> , Japón 2007)	Morena clara Alta y atlética Cabello café claro con pequeña trenza	Sarape y botas	Protectora Enojona Gruñona Veloz Audaz Inteligente	Árido y seco Cactus Casas cuadradas blancas o de colores Muchos postes de luz
<b>Margarita</b> ( <i>El Cazador de la Bruja</i> , Japón 2007)	Morena Cabello negro Ojos grandes y morados Curvas prominentes	Mandil Trenza	Amable Cariñosa Optimista Amorosa Sensual	OTROS ELEMENTOS Toman siestas Gasolinería Pemex Vocho Tacos, chiles, enchiladas Pared balaceada Canción de tacos Mariachi guitarra Sombreros grandes Llaveros de calavera
				*Lazy Pancho



Otra serie que se desarrolla en México es el anime japonés: El cazador de la bruja. Centrándose en la historia de la protagonista Nadie, es una caza tesoros o caza recompensas.

Su nombre Nadie, es eso, ella se siente pequeña e inferior en un mundo sin familia y sin amigos. Cuando conoce a la otra coprotagonista, -quien es un tesoro y debido a su trabajo como cazadora la tiene que entregar- el lazo es tan fuerte que la protege como si fuera parte de su familia. Las representaciones de mujeres, como lo vemos en esta animación son amables, sonrientes y siempre envueltas de sensualidad y sumisas.

A lo largo de la serie vemos elementos mexicanos como la comida, las casas, calaveras, una gasolinería Pemex, mariachis, etc. Así como una afición por los tacos, que tiene su propio slogan en una canción.

PERSONAJE	FISIOLOGÍA	VESTIMENTA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>El tigre: Las aventuras de Manny Rivera</b> (México-Estados Unidos 2007 – 2009)	Manny Rivera: Moreno Ojos grandes café Cabello rizado café	Jeans, Chamarra, Playera, Máscara y botas	Héroe/Villano Alegre Travieso Valiente Leal	Desértico , cactus Casas blancas con techo de teja roja Casas con arcos Iglesias Artesanías y azulejos
	Padre: (White Pantera) Alto y Musculoso Moreno Cabello negro Bigote	Saco blanco y pantalón de vestir negro (Mauricio Garcés) Máscara de luchador y botas de oro.	Héroe Optimista Valeroso Carismático	OTROS ELEMENTOS Dr. Chipotle Monstruo de guacamole Burro de mascota Mayas Perro chihuahua Elote, frijoles y tacos Sombrero y sarape Calaveras Cantan la cucaracha Música mexicana Bigote prominente Catrina Mariachis Villanos con sombrero negro y bigote hacia arriba Papel picado Piñata Luchadores Chupacabras
	Abuelo: (Puma Loco) Bajo y regordete Diente de Oro	Guayabera negra, Sombrero con calaveras botas	Villano Alegre Gruñón	



En el tigre: las aventuras de Manny Rivera, vemos también un ambiente puramente mexicano. Este es el ejemplo más acercado a México. El personaje principal no es bueno ni malo, pues vive en el dilema de ser un héroe como su padre o un villano como su abuelo. Manny tiene de mascota a un burro y el personaje coprotagonista se llama Frida (haciendo alusión a Frida Kahlo y Diego Rivera).

En la caricatura se muestra un estereotipo bastante neutral, con elementos mexicanos como la catrina, el Chupacabras, los mariachis, la gastronomía y la música.

PERSONAJE	VESTIMENTA	FISIOLOGÍA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Consuela</b> ( <i>Padre de Familia</i> , Estados Unidos 2010)	Morena Ojos grandes, negros Labios gruesos rojos Cabello corto café Robusta y chaparrita	Uniforme rosa Delantal, guantes Siempre lleva un paño y líquido para limpiar	Lenta para entender Inexpresiva Introvertida Desobediente Amorosa No entiende bien inglés Dice palabras en español	OTROS ELEMENTOS Siempre está limpiando Piñata Charro que dispara rapados, con tatuajes y armas Sombrero y bigote Cruza la frontera Hijo encarcelado



El personaje de Consuela en *Padre de Familia* muestra una crítica representación de una empleada indocumentada, que no habla mucho, es lenta para entender y sólo sabe decir unas cuantas palabras en inglés.

Consuela sólo sabe limpiar, en todos los capítulos se mofan de eso, incluso cuando tiene un accidente automovilístico, lo primero que hace es limpiar su sangre; como una adicta a la limpieza y como acento a que es lo único que sabe hacer.

Además de la connotación negativa; su hijo está en la cárcel, su esposo se quedó en México y ella tiene que cruzar la frontera para verlo. Otro estereotipo negativo que pone al mexicano como un indocumentado persiguiendo el sueño americano y que no puede aspirar a más que ser servidumbre de los estadounidenses.

PERSONAJE	VESTIMENTA	FISIOLOGÍA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>Le Mexican</b> ( <i>Capitan Biceps</i> , Francia 2011)	Moreno Ojos pequeños y rasgados Cabello negro Bigote	Traje amarillo Sombrero con grecas Botas con espuelas Antifaz rojo	Villano Malvado Violento Dormilón Astuto Revolucionario	Árido y seco con cactus México, el país de la siesta por su clima cálido  OTROS ELEMENTOS Tiene cuchillos, bombas, látigo y pistolas Mariachi masivo (trompeta, maracas y guitarra) Avienta cactus Taco con salsa picante  *Lazy Pancho

En el cortometraje *Capitan Biceps* vemos un villano llamado *Le Mexican*, que lucha por promover una “revolución de la siesta” que pone a dormir a todos en París. Al principio el héroe no puede con él, porque es más astuto.

Esta animación tuvo una fuerte crítica, puesto que hace referencia a clichés excedidos por los mexicanos: un gran sombrero, sarapes, mariachis, tacos y un agresivo acento. *Le mexican* es flojo y violento, pero no es un mexicano nato, sólo se adueñó estas características porque era lo que mejor le acomodaba a su manera de ser.

En una conferencia, el creador de *Capitan Biceps*, Pascal David aseguró que la serie sólo caricaturiza de manera bruta situaciones divertidas y personajes absurdos más que tratar de transmitir algún mensaje.

PERSONAJE	VESTIMENTA	FISIOLOGÍA	PSICOLOGÍA	AMBIENTE
<b>El Macho</b> <b>(Eduardo Pérez)</b> <i>(Mi Villano</i> <i>Favorito, Estados</i> <i>Unidos 2013)</i>	Moreno claro Un poco calvo Cabello lacio negro Barba negra Nariz grande Ojos pequeños café Peludo Estatura baja Robusto y regordete Tiene tatuada la bandera de México en el pecho	Camisa roja Pantalón negro Botas  TRAJE VILLANO Máscara de luchador Traje azul de luchador con adornos Botas Capa roja	Villano Malvado Despiadado Peligroso Muy macho Fiestero Bailador Cariñoso Amable Extrovertido Galán	Desértico Cactus y nopales Casas cuadradas con balcones y arcos Cables de luz y semáforos  OTROS ELEMENTOS Celebración 5 mayo Baila cielito lindo y la cucaracha Su mascota es una gallina Le gusta abrazar Vochos Frijoles, churros, tacos, salsa picante Piñata Sombrero nacho con guacamole Luchas Mariachis Sombreros y sarapes Mojito  *Lazy Pancho



En la reciente película animada Mi villano favorito 2, se representa a “El macho” un villano mexicano, muy patriota con un tatuaje de la bandera en su pecho, que se caracteriza por ser malvado, despiadado y peligroso.

El macho, es galante, su mascota es una gallina. Pese a ser malvado es muy amable y le gusta abrazar al por mayor, ganándose la confianza de la gente y pasando desapercibido como villano.

Además se ven elementos que aluden a México como la fiesta del 5 de mayo, tacos, frijoles, churros, piñatas, elementos de la fiesta típica mexicana, los bailes; así como las canciones de la cucaracha y cielito lindo.

A lo largo de 60 años, el estereotipo del mexicano no ha tenido grandes cambios; sólo se le agregan o quitan elementos, pero sigue estando fijo. Su evolución del siglo XX al siglo XXI fue dejar de ser un campesino para pasar a ser un luchador, un indocumentado o un narcotraficante.

Una característica muy común, es confundir elementos españoles (Como la música, los toros, la danza flamenca y la vestimenta) como mexicanos u otros elementos como los cactus que sólo se dan al norte del país en zonas muy desérticas.

Las caricaturas tienen como directriz explotar al máximo los clichés y estereotipos universales existentes en el inconsciente colectivo; utilizando el humor.

Hemos visto la misma figura retórica del mexicano; un conjunto de características que enfatizan una idea, a fin de reforzar y reafirmar lo que representa (en este caso la representación del mexicano). Es decir, da a entender más de lo que expresa, persuadiendo al receptor que lo capta. Y es en esta figura retórica donde vemos presente la ironía, la metonimia, la sinécdoque –a modo de que una parte representa el todo, caracterizando a estos personajes ficticios– y su personificación.

Esta figura retórica se ha convertido en una figura repetitiva determinando la proliferación y arraigo del estereotipo que conocemos actualmente.

A modo de ejemplificar la tipología anterior y sus elementos más comunes, se generó la siguiente infografía:

# El mexicano en la animación

## VESTIMENTA



## AMBIENTE

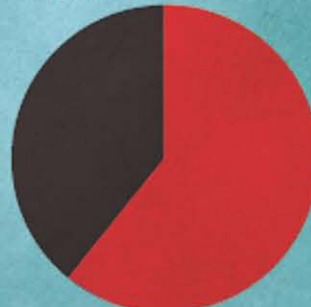


95% Moreno  
61% Bigote  
44% Gordo  
39% Chaparro



33% Valeroso  
33% Leal  
33% Alegre  
28% Protector

## Héroe



## Villano

28% Malvado  
28% Perezoso  
28% Violento  
22% Arrogante



## ALIMENTOS



Cielito lindo

Jarabe tapatio

Rancheras

La cucharacha

## TRANSPORTE



## VICIOS

♥ Mujeriego  
🍺 Borracho  
🔥 Enojón  
✝ Religioso

## ICONOGRAFÍA COMÚN





### 3.2 LISTADO Y ANÁLISIS DE ELEMENTOS

A continuación se enlistan elementos generales ordenados por el más recurrente para analizar su significación, en el primer orden de denotación y connotación.

En cuanto a las características físicas, encontramos 12 comunes, que si bien no demarcan la diversidad de rasgos mexicanos vemos un canon constante:

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	
Denotación	Connotación
Tez morena	Piel bronceada, generalmente se atribuye a la clase trabajadora o campesina, puesto que labora prolongadamente bajo el sol. Muchas culturas atribuyen la tez morena a personas inferiores, mientras otras, lo ven como signo de sensualidad.
Bigote	Señal de virilidad, valentía, fuerza y fortaleza. El 70% de los personajes analizados tienen bigote. Lo que diferencia el bigote de los villanos, es que es más desaliñado y exuberante
Gordura	Significa descuido hacia el cuerpo mismo, ya sea por pereza o por problemas de salud.
Ojos negros	Color común del linaje mestizo del mexicano, los genes predominantes son indígenas que tienen ojos almendrados y oscuros.
Cabello negro	Es uno de los colores más comunes de cabello, se usa como medio de diferenciación y/o exclusión hacia los caucásicos o arios.
Estatura baja	Otro signo de inferioridad, por parte del representador, los personajes de otra nacionalidad son más altos que el personaje mexicano.
Estatura Alta	Generalmente representada en mujeres para connotar su femineidad y sensualidad.
Robustez	Señala una persona fuerte, resistente y vigorosa. Muchas veces las personas más robustas son las que realizan trabajo duro constante.
Nariz grade Labios carnosos	Rasgos toscos y marcados, la nariz y los labios carnosos los vemos generalmente en personas de raza afroamericana e indígena. Hace una clara distinción del origen étnico.
Cabello café	Segundo color común de cabello, representado en un 30%
Delgadez	Significa poca salud, desnutrida o pobre que no tiene recursos para tener una alimentación sana. Generalmente los villanos son delgados y altos)

La vestimenta que llevan estos mexicanos es muy variada, incluso se confunde con vestimenta española y vaquera; los básicos son vestidos y pantalones de manta, indumentaria de charro, sarape y sombrero:

VESTIMENTA	
Denotación	Connotación
Sombrero grande	Elemento constante en la representación del mexicano surgido en la revolución. Hay dos tipos: el sombrero de charro que denota más rango y el sombrero de paja que usa la clase baja, y que es, el más utilizado en estas representaciones. Su función es cubrir de los fuertes rayos del sol que hay en México.
Máscara de luchador	Utilizada principalmente para ocultar la identidad; le permite al portador ser lo que siempre ha querido ser y descubrir lo que en verdad es. En la parte negativa, refleja las carencias y lo que fuimos, esconde el verdadero ser.
Sarape	También se utiliza para cubrir el cuerpo del sol o del frío. Los colores y figuras con las que es representado hacen alusión a motivos prehispánicos.
Botas	Elemento propio de los charros y mariachis.
Vestimenta de charro	Es muy común ver mariachis y charros. Estos representan nivel social más alto; su indumentaria es muy vistosa y brillante.
Pañuelo en el cuello	Usado por los trabajadores o jornaleros para cubrirse del sol. También es un elemento utilizado en las fiestas Sanfermines en España.
Ropa de manta	Significa humildad, austeridad y escasez. Esta ropa es común verla en campesinos e indígenas.
Peinado de trenzas	Mediante el cabello se identifican oficios, clases, castas, edades y sexos. El cabello trenzado era distintivo de la mujer casada. Es común ver este peinado en personas indígenas.
Flores en la cabeza	Significan sensualidad, resaltan la feminidad de la mujer. Aunque es un símbolo del flamenco español.
Huaraches	Calzado que utiliza la gente humilde y campesina. Lo usaban también los antiguos pobladores de México.
Camisa roja	Resalte de color, significa alerta. Lo usan personajes extrovertidos.
Rebozo	Indumentaria tradicional casi obligatoria de la mujer.

Por la parte del lenguaje, en las representaciones analizadas, se hace un uso desmedido y exagerado de *spanglish* (Mezcla del idioma inglés con palabras en español), así como el acento grotescamente marcado al hablar inglés, e incluso al hablar en español. Si bien, la imagen es muy importante, el lenguaje y las expresiones coloquiales en estas caricaturas, refuerza la representación mostrada.

LENGUAJE	
Denotación	Connotación
Loco	Utilizada entre los villanos; insensato, que excede lo común.
Amigo	Palabra muy utilizada; una de las principales características de los mexicanos es que somos muy amistosos y amables
Señor/"Siñor"	Utilizada para referirse a alguien con respeto. Vulgarismo, arcaísmo con carácter rústico (transforma la e en i)
¡Ay, ay, ay!	Expresión que denota preocupación, asombro, aflicción o dolor.
Ándale	Se emplea para empezar o proseguir una acción.
Arriba	Interjección utilizada para incitar o animar a alguien para que se apure.
¡Caramba!	Expresión coloquial de asombro
<i>Mijo</i>	Deformación del término "mi hijo" utilizada en países de América Latina. No es necesario que sea familiar; se usa con quien se tiene afecto y cariño.
Macho	Adjetivo para referirse al sexo masculino, alude a un hombre fuerte, vigoroso, necio y valiente
¡Yepa!	Interjección para llamar la atención de alguien o denotar alegría
Compadre	Expresión que hace referencia a un amigo o compañero. De igual forma no es necesario conocer a la persona a quien se le dice.
<i>Hijole</i>	Interjección coloquial que expresa asombro, sorpresa, enojo o admiración.
Grito de guaco	Todos gritan como charro para expresar su alegría, sea charro o no

Respecto a las características psicológicas, serán divididas en 3 rangos: positivas, negativas y los vicios:

Las características positivas han sido influenciadas por la clase media en México, su vida se rige por conceptos de familia, religión, moral, política, amor. Todos estos, conceptos europeos adaptados al nuevo entorno de la cultura criolla.

CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS - POSITIVAS	
Alegre	Característica principal del mexicano representado, siempre hace fiesta, está alegre por todo, aunque la situación sea mala. Quizá su felicidad se debe a que no trabajan y no tienen preocupaciones.
Leal	Siempre será incondicional a su compañero, amigos y familia. Siendo uno de los valores principales e importantes de los personajes.
Optimista	Aunque la situación sea negativa, siempre verá la solución. Es muy apasionado y carismático en todo lo que hace (sea para bien o para mal).
Amable	Característica principal de los mexicanos, incluso con los extraños se mostrarán amables y calurosos.
Inteligente Prudente	Funge como la parte inteligente, racional y consciente de su compañero protagonista (que generalmente es de nacionalidad estadounidense)
Protector	Siempre hay una fuerte necesidad de protección por la familia y seres queridos.
Héroe	El 40% de las representaciones analizadas son héroes audaces, valientes o atrevidos
Calmado	Se muestra muy introvertido en cuanto a su misma persona y la relación que tiene con los demás.
Galán	Síntoma de "Don Juan" que se le atribuye por su sangre latina
Veloz	El ser pequeño lo hace sumamente ágil y veloz
Valora la familia	Una de las cosas que más valora es la familia, pese a que no sea biológica, pero que considera como tal (amigos, compañeros, etc.)
Tradicionalistas	Conservan sus tradiciones y se enorgullecen de ellas (esto lo vemos en fiestas representado en el 50% de las caricaturas analizadas)
Cariñosos	Forma de demostrar afecto a los demás, incluso si se acaba de conocer. Abrazando efusivamente a las personas o sonriéndoles.

Las características negativas y vicios que perjudican más la imagen del mexicano; son más recurrentes y son fuente de muchas críticas e inconformismo.

CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS - NEGATIVAS	
Villano	En el 60% de los casos, es villano. Los villanos nunca examinan su conciencia, no pueden cambiar su condición. Generalmente son feos, otro estereotipo del enemigo al ser moreno y desaliñado.
Malvado	Es maligno y perverso, sin importar los medios para obtener lo que quiere.
Enojón	Es una persona que se enoja o molesta muy fácilmente.
Violento/Peligroso	Sumamente violento y de sangre fría; ataca con golpes o pistolas.
Gritón	Muy expresivo, se queja o expresa su alegría muy ruidosamente.
Lento	Es muy lento para entender las cosas, también es lento en su dicción, sus movimientos y acciones.
Macho/Brusco	Hace menos a las mujeres, sus actitudes son bruscas ante las mujeres y personajes masculinos.
Sin sentimientos Inexpresivo	No muestra empatía por nadie, no muestra sus sentimientos, porque es un signo de debilidad.
Sarcástico Burlón	Siempre será el personaje que se burla o hace chistes de los demás y de cualquier situación. O se burla de los demás o él es burlado.

La desconfianza es un elemento que resalta en el carácter del mexicano. No confía en nadie y su desconfianza es irracional. Además es irritable y violento, convirtiéndose en su debilidad. Los portadores del carácter mexicano y la cultura nacional se han vuelto melancólicos: lentos, tristes, amargos y lánguidos, atemorizados y con intensos deseos de soledad.

## CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS - VICIOS

Fiestero/Bailador Borracho	Por todo hace fiesta, pero cae en los vicios del baile y el alcohol. Siempre le veremos ebrio en una cantina.
Mujeriego	Mientras más conquistas tengan, mejor, le da estatus de "macho".
Arrogante Iracundo	Sentimiento de superioridad hacia los demás, cuando se le lleva la contraria es fácil que reaccione violentamente.
Fanático	Es muy religioso y devoto, son capaces de entregarlo todo. Son supersticiosos e imaginativos
Ratero/Tramposo	Bandidos que hacen trampa para llegar a su objetivo. La contraparte, es el bandido que roba al rico para repartirlo a los más necesitados
Perezoso	Siempre está durmiendo, no le gusta el trabajo, prefiere las cosas fáciles.

El entorno en el que estos personajes se desenvuelven; siempre es el mismo: desértico, árido y sin vida. Si bien México es un país con una gran diversidad de ecosistemas, el desierto sólo representa 40% de la superficie del país principalmente en los estados de Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Sinaloa y Durango. Pese a esto, la representación sigue siendo la misma. Una representación difundida por Estados Unidos debido a que la pequeña porción que conocen en su frontera; son precisamente estados desérticos.

ESPACIO	
Denotación	Connotación
Árido	Ambiente seco, árido, se entiende que no se pueden sacar muchos recursos puesto que la tierra es pobre.
Caluroso	El sol es intenso, lo que causa que la gente esté bronceada.
Cactus Nopales	La flora principal (80%) es el saguaro; cactus típico del desierto de Sonora. Los nopales son representados en un 20%
Casas blancas Techos teja roja Arcos/Balcones	Las casas son rurales y simples, dando a entender que son de gente humilde y de pocos recursos. Las casas de gente con mayor estatus tienen más adornos como arcos y balcones.
Postes de luz Faroles Papel picado	Las calles las vemos atosigadas por postes y cableado eléctrico, causando ruido visual. También vemos faroles de colores así como el papel picado que adorna las calles con colores vivos o patrios.

El croma es fundamental en la imagen; nos afecta y produce sensaciones. El color ejerce una triple acción: Impresiona y llama la atención, provoca una reacción y emoción y adquiere un calor de símbolo capaz de comunicar una idea donde su naturaleza de pertinencia es valorada cultural y contextualmente.

En su libro Teoría del color, Johann Wolfgang von Goethe afirmó que el color de lo que vemos depende e involucra una tercera condición: la percepción.

Basándonos en el estudio de Goethe y en una base perceptual influenciada por la significación social occidental, en la siguiente tabla se muestra la connotación de los colores más utilizados para la representación del mexicano y su ambiente:

CROMA	
Denotación	Connotación
Rojo	Símbolo de energía, vitalidad, dinamismo, pasión, aventura, poder y espontaneidad. Su aspecto negativo es que expresa, agresividad, violencia, temperamento y peligro. (generalmente usado por los villanos) Lo vemos como un énfasis de color, atrae rápidamente la atención.
Amarillo	Color luminoso, provoca el buen humor y la alegría. Estimula la vista y actúa sobre el sistema nervioso. Denota optimismo, jovialidad, felicidad, amistad, calidez y suavidad. Su parte negativa denota precaución, cobardía, amenaza y traición.
Verde	Simboliza esperanza, vida, fuerza, naturaleza, confianza, armonía, prosperidad y alegría. El verde claro significa tradición, disciplina y monotonía
Magenta	Expresa diversión, emoción, energía y juventud
Blanco	Significado asociado con la pureza, inocencia y pulcritud. Aunque también alude a la simplicidad y monotonía.
Anaranjado	Representa alegría, diversión, amistad, felicidad, brillantez, actividad, vitalidad. Es un color que aumenta el optimismo y la confianza.
Azul cielo	Transmite seriedad, confianza y serenidad; favorece la paciencia y la amabilidad. Símbolo de la profundidad con efectos calmantes,
Azul rey	Inspira energía, vigor, fuerza, regocijo, profesionalidad, credibilidad, autoridad y motiva la concentración
Rosa	Simboliza suavidad, dulzura, calidez, confort y modestia. Crea un efecto compasión, ternura, delicadeza y fragilidad.
Morado	Color melancólico que representa misterio e introspección y estatus. Lila: novedad, vivacidad, genialidad, cordialidad y convivencia
Café	Representa crecimiento, preparación, solidez, seguridad, tradición, seguridad, robustez
Pardo	Alude la neutralidad, austeridad, discreción y modestia
Negro	Denota poder, misterio, elegancia, fuerza y sobriedad. La parte negativa, representa depresión, muerte, amenaza y miedo.



Existen también otros elementos, algunos son identificables fácilmente. Estos elementos son muy variados, pero todos tienen una explicación lógica de por qué están ahí y acompañan la representación del mexicano:

OTROS ELEMENTOS	
Denotación	Connotación
Guitarra Maracas Trompetas	Instrumentos que el mexicano siempre sabe tocar y saca de la nada, la guitarra, se convierte en su compañero inseparable. Además que con ello anima las fiestas o la situación.
Pistolas Canana Cuchillo	Todo mexicano tiene pistolas a los costados, cananas en el pecho y cuchillos, los utilice o sólo sean adornos siempre será representado de esa manera.
<i>Lazy Pancho</i>	Esta representación aparece en 50% de las representaciones, lo que indica que todavía perdura la idea que el mexicano al ser perezoso duerme con un sombrero y sarape que lo cubre.
Lucha Libre Fútbol	Entretenimientos por excelencia del mexicano, si no ve luchas, está viendo o jugando un partido de fútbol, en ambos deportes se vuelve sumamente aficionado.
Tacos Chile/Guacamole Frijoles Sombrero nacho Churros	Este, es el menú gastronómico diario: tacos que parecen más tacos estadounidenses de la cadena Taco Bell. Chile que acompaña todo, guacamole como botana, frijoles que son básicos, sombreros de nacho (que es más un invento estadounidense) y los crujientes churros.
Calaveras	Representan nuestro culto y respeto por la muerte; es una forma de representar que el alma sobrevive en otro mundo después de la muerte física.
Mariachi/charros	Podemos encontrar donde sea un mariachi o gente vestida de charro, es un atuendo común en los mexicanos. Seguro tenemos un traje en el clóset.
Burro Perro chihuahua Gallinas	Las mascotas por las cual muestra gusto son los burros; animales necios, obstinados representan estupidez y pereza. Cabalgarlo es símbolo de humildad y modestia. El perro chihuahua como mascota y las gallinas como mascota y producción. Los animales representan simbólicamente lo inconsciente e instintivo; el alter ego del hombre.
Piñata	Elemento representativo de la fiesta mexicana. En todas las fiestas temáticas, nos encontraremos con una piñata de colores vivos y de 7 picos.

Denotación	Connotación
Música ranchera La cucaracha Cielito lindo Jarabe tapatío	El repertorio de música para fiestas o cualquier ocasión gira en torno a la música ranchera. Todos saben bailar la cucaracha, cielito lindo y el jarabe tapatío también llamado <i>Mexican Hat</i> .
Tequila/pulque/cerveza Cantina	Es fácil encontrar cantinas, las bebidas más comunes son el Tequila, el mezcal, el pulque y la cerveza. Esto refuerza la representación de que siempre está dormido porque está ebrio.
5 mayo Día de muertos	Celebraciones más importantes de los mexicanos. Por los que se hacen fiestas. Gran admiración por Ignacio Zaragoza.
Bandera mexicana	Símbolo de soberanía así como de pertenencia a un grupo o nación, aquí al usar los colores patrios o la misma bandera se remarca en nacionalismo del mexicano.
Chupacabras	Criatura mítica del folclor mexicano, lo representan de la misma manera en las animaciones.
Vocho	Automóvil de fabricación alemana que se popularizó rápidamente en México. Siendo el auto predilecto por más de 40 años. Era considerado el auto del pueblo por su bajo costo.

Estas representaciones y símbolos se han vuelto irrefutables del conjunto cultural del hombre; parten de nuestra representación colectiva, los demás reconocen y fijan a México de acuerdo a esta tipicidad caricaturesca.

La animación va más allá; es una composición compleja de íconos, índices y símbolos que transmiten de manera simplificada un mensaje, y aunque tengan menos motivación debido a que presentan menos coacciones, al ser transmitido por un medio masivo de comunicación como lo es la televisión, llegan a una extensa población.

Estos personajes usan estereotipos que sirven de arquetipo para reproducir una forma pictórica, hacen la realidad más humana en conciencias débiles, donde la fantasía domina las imágenes del mundo exterior.

### 3.3 PROPUESTA

Vistos los elementos más representativos en torno al mexicano, nos encontramos a un mexicano moreno, de cabello negro, con bigote y facciones marcadas. Que siempre viste de charro, con sombrero, sarape y pistolas.

Un mexicano alegre, valeroso, amable y carismático pero malvado, enojón, violento y religioso. Cuyos vicios giran en torno a la diversión en las fiestas, pues son éstas las que le dan seguridad, donde pasado y futuro se reconcilia. Es el único lujo que puede darse la clase baja. Su estado permanente de ebriedad, pues a través del alcohol silencia su depresión y melancolía y las mujeres.

A partir de esto, se entreteje la mitología de las diversas mascararas del mexicano, ser singular en el que se contraponen la ferocidad y la misantropía, la burla y el estoicismo, el capricho y la pereza, la bestialidad y la falta de aspiraciones.

Su lenguaje se limita a expresiones coloquiales como ¡ay ay ay! y ¡ándale, arriba! Este mexicano se alimenta de tacos y chile y bebe tequila y pulque.

Su entorno se limita a un desierto lleno de cactus, el sol abrazador y casitas blancas con techo rojo. Sus animales de compañía son los burros y las gallinas.

Los elementos que nunca pueden faltarle son una guitarra, la música ranchera y la bandera mexicana.

Estos elementos son pilares de ordenamiento, puntos de apoyo fijos forjados y reforzados por años, medios y generaciones.

### 3.3.1 Guion técnico

Basándose en las tablas de características, las acciones y situaciones de los personajes en las animaciones analizadas, se realizó el guion para la animación final. La finalidad será mostrar cómo ven al mexicano en el exterior y reafirmar la aceptación del mexicano con estos estereotipos, dejando a su juicio y criterio si las situaciones son verdaderas, falsas o exageradas.

Esc.	Acción	Encuadre	Audio	Tiempo
1	Se ve una persona parada, a la cual le aparece vestimenta de charro, sombrero, sarape y bigote.	Full shot	Los mexicanos nos vestimos a la moda; de charro, sombrero, sarape y bigotito, ¡cómo no!	00'00"-00'08"
2	Aparece mapa geográfico de México y una bandera crece en medio del país.	Extreme shot	Se escucha "El son de la negra"	00'08"-00'12"
3	Acercamiento al mapa, se ve un desierto y aparecen cactus y nopales.	Long shot	México es un desierto lleno de cactus... ¡ah y uno que otro nopal!	00'12"-00'18"
4	Se ve un Medium shot a un close up resaltando cada una de las características mencionadas.	Medium shot – Close up	Los mexicanos somos morenos, chaparros, peludos y panzones ¡muy machos!	00'18"-00'26"
5	Vocho se transforma en burro, el personaje se muestra sorprendido/enojado.	Long shot	En México todos nos transportamos en Vocho... o "ya de perdis" en burro.	00'26"-00'33"
6	Desfile de personajes famosos.	Full Shot	México ha exportado ídolos como Zapata, el Chapulín colorado, el Chicharito y el Santo...	00'33"-00'40"
7	Personaje sentado en una mesa con los cubiertos en la mano, van apareciendo los platillos mencionados.	Americano	Nuestra dieta se basa en tacos, guacamole, burritos, frijoles, y harto chile.	00'40"-00'47"
8	Insert a bebidas mencionadas.		Y para acompañar un pulque, una cerveza o un tequilita.	00'47"-00'53"
9	Acercamiento de un mexicano ruborizándose.	Close up	Los mexicanos somos alegres, amables, leales y valientes.	00'53"-00'58"
10	El personaje se vuelve malvado y sombrío.	Close up	Pero también somos, malvados, violentos, peligrosos y burlones....	00'58"-01'04"
11	Hombre viendo a mujer y haciendo cara de galán.	Medium shot	A los mexicanos nos encantan las mujeres... Se escucha fragmento de la canción "El aventurero".	01'04"-01'14"
12	Aparecen en el globo de habla, las expresiones más usadas por los mexicanos.	Close up	Cuando estamos felices gritamos "¡Ay, ay, ay!, ¡ándale, arriba, arriba!, ¡Yepa! ¡Yepa!	01'14"-01'21"
13	El mexicano abraza a una persona y esta tiene cara desconcertada.	Americano	Los mexicanos somos amigos y compadres de todos...	01'21"-01'25"
14	Se ve a Lazy pancho durmiendo bajo un cactus, con una botella en la mano.	Long shot	México es el país de las siestas, porque somos perezosos o siempre estamos borrachos.	01'25"-01'32"
15	Aparecen mariachis por todos lados.	Extreme shot	En México hay mariachis por todas partes, que sólo tocan el cielito lindo y la cucaracha.	01'32"-01'38"
16	Se ve una serie de animales.	Full shot	Tenemos de mascotas gallinas, burros, chihuahueros y chupacabras... ¡ah no, esos no!	01'38"-01'46"
17	El personaje de repente saca una guitarra y la toca, después la avienta y baila jarabe tapatío.	Full shot	Los mexicanos, en nuestro tiempo libre tocamos la guitarra o bailando el Jarabe Tapatío.	01'46"-01'52"
18	Santo de cabeza y veladora.	Close up – full shot	Somos sumamente supersticiosos, pero eso sí, muy religiosos.	01'52"-01'57"
19	El personaje abre su abrigo y muestra cananas, pistolas y cuchillos.	Americano	Los mexicanos aún llevamos cananas, pistolas y cuchillos, porque uno nunca sabe...	01'57"-02'04"
20	Jugador con máscara y balón pita un silbato.	Full shot	Nuestros deportes favoritos son el fútbol y las luchas.	02'04"-02'08"
21	Se ve el retrato de Ignacio Zaragoza, después se ve una calaverita.	Insert	En México siempre andamos de fiesta, somos conocidos por celebrar el 5 de mayo y día de muertos.	02'08"-02'16"
22	Fiesta donde se rompe una piñata.	Long shot	Pero ahí la dejamos porque tengo un bailongo. ¡Y viva México ca...!	02'16"-02'22"

### 3.4 CONCLUSIONES

Los primeros indicios de estereotipos, comenzaron con el indio (1521) y el revolucionario (1910). Desde entonces y hasta la actualidad, la subjetividad del mexicano se formó por estereotipos psicológicos, sociales, héroes, paisajes y panoramas históricos.

Atravesando la idea nacionalista de mestizaje como fórmula de unificación de identidad en el cardenismo –transmitida a través de valores, religión, artesanías, trajes típicos, lenguaje popular, canciones, el orgullo por el pasado prehispánico; vendidos como productos e ideas–. Hasta llegar a la representación estadounidense que categorizó y simplificó de forma negativa a fin de moldear el pensamiento según sus propias normas y creencias. La figura retórica del mexicano es un conjunto de características que enfatizan una idea, que refuerza y reafirma lo que representa; da a entender más de lo que expresa, persuadiendo al receptor que lo capta.

Históricamente dicha persuasión impulsó y proliferó la representación del mexicano en el inconsciente colectivo del receptor, mediante 4 principales directrices:

1. **El cine** fue el principal medio y origen de transmisión de estereotipos; por medio de elementos repetitivos como la gente, paisajes, cultura y costumbres se nutrieron y reforzaron los estereotipos en el imaginario popular. Estos elementos se acentuaron desde 1894 con la primera representación de mexicanos violentos en *Mexican Knife Duel* hasta 1980 con películas de chicanos y ficheras, quedando tatuados en el imaginario colectivo nacional y extranjero.  
En 1920 el cine mexicano se llenó de nacionalismos y regionalismos para satisfacer el consumo internacional de “la imagen mexicana”, consolidando a los charros, el baile y la fiesta como arquetipos nacionales.  
El cine Hollywoodense por su parte, imaginaba al mexicano lleno de folclore y tradición; aferrado a lo primitivo, pintoresco y violento. Esta idea fue transmitida en sus producciones cinematográficas a través del género western, greaser y chicano.

2. **La fotografía** tomada por los extranjeros Breheme, Waite, Scott, Weston y Modotti retrataba un México revolucionario, pobre y costumbrista. A través de las postales las fotos de paisajes, costumbres y gente mexicana se difundieron en toda Europa a lo largo de tres décadas de 1900 a 1930 (cuando tuvieron más auge).
3. **La prensa estadounidense**, quien fue la encargada de representar la inferioridad, decrepitud moral y retrógrada cultura del mexicano en la época revolucionaria. El estereotipo negativo del mexicano ignorante, sucio, incapaz de progresar y violento fue heredado y reforzado por el cine y la música.
4. **Las animaciones**, que mandan un mensaje secundario al inconsciente colectivo. Los ejemplos en la animación del siglo XXI demuestran un estereotipo arraigado y creciente, alimentado por los medios de comunicación; principales responsables de la colonización cultural de pensamiento por medio de imágenes que penetran el imaginario a través de los canales de formación –ya que son destinadas a un público infantil, todavía moldeable– de la estructura mental.

La animación, tomó todas estas representaciones e íconos codificados que han tenido estabilidad a través del tiempo y más allá de cambios sociales y acontecimientos nacionales, son una lección de antropología cultural en la era *massmediatica*.

Las animaciones, tienen un valor educativo, son la forma segura de infundir una idea e implantar elementos en el imaginario colectivo; sin importar que sean mentiras, estereotipos e ideas falsas.

Como se ha descrito a lo largo de esta investigación, la mayoría de las representaciones parten de producciones de Estados Unidos y son difundidas a demás países, moldeando su pensamiento e ideas y siendo una gran influencia para representaciones futuras.

Los estereotipos son aceptados y siguen vigentes porque son el escape de la cotidianidad de la cultura masiva, mediante las caricaturas el mexicano se ríe de sí mismo, se reconoce y consume. Aunque diste de aceptarse sobrerudo, bigotón y borracho, es una imagen que el mismo difunde en fiestas nacionales e incluso cuando va a otros países.

# ANATOMÍA DEL MEXICANO

La cucaracha  
cucaroncho  
puede cantar



## CARACTERÍSTICAS

Amable, valeroso  
leal y carismático

malo, enojón,  
violento y flojo

Borracho, fanático  
y mujeriego

## ALIMENTACIÓN

Tequila 

Tacos 

Chile 



Debido a que México se dio a conocer a través del prejuicio; es prisionero de su propia generalidad, de tantas posturas y mentiras terminó aparentando lo que quiere ser.

*Aunque en forma matizada, las clases bajas del pueblo mexicano reproducen algunos atributos del estereotipo del revolucionario; generando, a su vez, nuevos estereotipos sociales. (Abundis, Estereotipos sociolingüísticos de la Revolución Mexicana, 2000,)<sup>45</sup>*

El mexicano, siempre nacionalista se apropia del espacio, para confirmarse y reafirmarse ante la amenaza histórica por convertirlo en algo distinto. Él es mexicano a donde vaya, y en donde se encuentre; no por patriotería, si no como ejercicio de una identidad por la que ha pagado un precio muy alto. Cuyo carácter, lejos de los arquetipos ha sido formado por circunstancias sociales y la lucha contra fantasmas de su pasado.

Todas estas representaciones y símbolos son irrefutables del conjunto cultural del hombre; parten de nuestra representación colectiva, los demás reconocen y fijan a México de acuerdo a esta tipicidad. Durante casi 90 años, el estereotipo del mexicano no ha tenido grandes cambios; su evolución del siglo XX al siglo XXI fue evolucionar de un campesino revolucionario a un luchador, un indocumentado o un narcotraficante.

Por último, ¿Qué se necesita para cambiar este estereotipo?: lo que necesitamos es una revolución que transforme el imaginario colectivo; que logre un cambio ideológico. Los estereotipos pueden cambiar, cuando cambian las situaciones sociales, económicas o políticas de los grupos perjudicados.

México, tendría que tener importantes cambios por sucesos locales o internacionales.

*Sólo desde otra manera de conciliar el mundo puede asignarse un valor al cambio de estructuras. A la inversa, la aceptación aerifica de las pautas culturales establecidas, significa la consagración de un mundo heredado. (Dorfman y Mattelart, 2010)*

---

<sup>45</sup> Córdoba Abundis, Patricia; Estereotipos sociolingüísticos de la Revolución Mexicana (México: INEHR 2000, p220).



## BIBLIOGRAFÍA

Arango Pinto, Gabriel: El mexicano visto a través de su cine: un ejemplo en la comedia urbana picaresca de la década de los ochenta, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ponencia, 2001

Arango Pinto, Luis: Esteretipos del mexicano popular en el cine, un ejemplo de la comedia urbana picaresca de la década de los ochenta, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, México D.F., 2002.

Aurrecoechea y Bartra; Puros cuentos: La historia de la historieta en México, CONACULTA, Dirección General de Publicaciones, México, 1988.

Barry, Vivienne: Animación, la magia en movimiento, Editorial Pehvén, Chile, 2010.

Basave, Agustín: México Mestizo, Fondo de Cultura Económica, México, 2002.

Candel, José Ma.: Historia del dibujo animado español, Regional de Murcia, España, 1993.

Carreño King, Tania: El Charro: La construcción de un estereotipo nacional, INEHRM, México, 2000.

Dorfman, Ariel y Matelart, Armand: Para leer al pato Donald, comunicación de masa y colonialismo, Siglo XXI, México, 2005.

Echeverría, Bolívar: Modernidad, mestizaje cultural y el ethos barroco, UNAM, México, 1994.

Fiske, John: Introducción al estudio de la comunicación, Editorial Norma, Colombia, 1984.

Gaetano, Cersósimo: Los Estereotipos del Costarricense: un análisis de estereotipos sociales como instrumento de control y dominación, Facultad de Ciencias Sociales UCR, Costa Rica, 1977.

García Riera, Emilio: México visto por el cine extranjero, Vol. 3, Ediciones Era, México, 1988.

González Blackaller: Síntesis de Historia de México, Herrero S.A., México, 1968.

Hamilton D.L. – Trolier T.L.: Stereotypes and stereotyping, J.G. Dovio y S.L. Gaertner, Unites States, New York, 1986.

Heller, Eva: Psicología del color, Gustavo Gilli SA, Barcelona, 2008.

Joly, Martine: La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción. Paidós, Barcelona, 2003.

Jung, Carl Gustav: Arquetipos e inconsciente colectivo, Paidós, Barcelona, 1970.

Kaufman, J.B.: South of the Border with Disney: Walt Disney and the Good neighbor program, Disney Editions, United States, 2009.

Klinkenberg, Jean Marie: Manual de Semiótica general, Editorial Fundación Universidad de Bogotá, Colombia, 2006.

Lippmann Walter: Public Opinion, Filiquarian Publishing, LLC, United States, 2007.

Maciel, David: El bandolero, el poncho y a raza: Imágenes cinematográficas del chicano, Siglo XXI, México, 2000.

Montfort, Ricardo: Expresiones Populares y Estereotipos Culturales en México, CIECAS, México, 2007.

Montfort, Ricardo: Un nacionalismo sin nación aparente. (La fabricación de lo "Típico" Mexicano 1920 – 1950), UAM-Xochimilco, México, D.F., 1999.

Morales J., Francisco: Del prejuicio al racismo: Perspectivas psicosociales, Universidad de Castilla La Mancha, España ,1996.

Orellana, Margarita: La mirada circular, Artes de México y del Mundo, México, 1999.

Paz, Octavio: El laberinto de la soledad, Fondo de Cultura Económica, México, 2009.

Reyes, Graciela: Pragmática lingüística: El estudio del uso del lenguaje, Editorial Montesinos, Barcelona, España, 1990.

Rodríguez Bermúdez, Manuel: Animación: una perspectiva desde México, UNAM, México, D.F., 2007.

Rodríguez, Jaime E.: Mexican Studies/Estudios Mexicanos, University of California Press, UNAM, California, 1998

Rodríguez Sala de Gómez Gil, María Luisa: El estereotipo del Mexicano: estudio psicosocial, 1965.

Rozo Krauss, Rómulo: Rómulo Rozo, escultor Indoamericano, Delfos Editor, México, 1990.

Serrano, Sebastià: Semiótica: una introducción a la teoría de los signos, Editorial Montesinos, Madrid, España, 1981.

Smith Castro, Vanessa: El contenido de los estereotipos: cooperación con el depto. De psicología de la Universidad de Princeton, Estados Unidos, 1969.

S. Peirce, Charles: La ciencia de la semiótica, Editorial Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina, 1986.

Soto Cortés, Alberto: México en el imaginario de los países del Bático y del Mar del Norte, Fac. Filosofía y letras, UNAM, México, D.F., 2011.

Steinet, George: Imágenes y estereotipos acerca del mundo hispánico en Europa, Editorial Víctor Bergasa, España, Madrid, 2009.

Tuñón, Julia: Historia de un sueño: el Hollywood tapatío, Universidad de Guadalajara, UNAM. México, 1986.

## **OTRAS REFERENCIAS**

Bartra, Roger: La crisis del nacionalismo, Revista Mexicana de Sociología, Vol. 51, No.3, México, 1989

De los Reyes, Aurelio: Hugo Brehme y Sergei Eisenstein; una convergencia, Alquimia, Vol. 6, No. 16, México, invierno 2002-2003.

Icaza, Alfonso, El Redondel, 16 de marzo, México, 1942.

Linton, James. But it's only a movie, Jump Cut, No. 17, abril, EEUU, 1978

Navarrete, Federico: El Mestizaje y las culturas regionales, 2010

Palomar, Cristina: El papel de la charrería como fenómeno cultural de la condición pos mexicana, Revista Vuelta, No.21, México, 1998.

Stiletano, Marcelo: Lulac en La Nación, 13 abril, Argentina, 2002.

The Film Index, Vol. VI, No.19, United States, 1910.

The Nation, 25 December, United States, 1914.

<http://www.nacionmulticultural.unam.mx>

<http://www.imdb.com>

## ANEXOS – FILMOGRAFÍA

### **Allá en el Rancho Grande**

México, 1936  
Director: Fernando de Fuentes  
Escritor: Antonio Guzmán Aguilera, Luz Guzmán de Arellano  
Actor: Jorge Negrete, Lilia del Valle, Eduardo Noriega  
Género: Comedia, drama, musical  
Coproducción: Producciones Grovas

### **A Mexican Legend**

Estados Unidos, 1910  
Coproducción: Pathè Frères  
Cine Silente

### **Anchors Aweigh**

México, 1945  
Director: George Sidney  
Escritor: Isobel Lennart, Natalie Marcín  
Actor: Gene Kelly, Frank Sinatra, Kathryn Grayson  
Géneros: Comedia, Fantasía, Musical, Romance  
Locación: Hollywood Bowl, Los Ángeles, California, E.U.A

### **And starring Pancho Villa as himself**

Estados Unidos, 2003  
Director: Bruce Beresford  
Escritor: Larry Gelbart  
Actor: Antonio Banderas, Eion Bailey, Alan Arkin  
Género: Biografía, Drama, Historia, Guerra, Western  
Locación: Guanajuato, México

### **Bordertown**

Estados Unidos, 1935  
Director: Archie Mayo  
Escritor: Laird Doyle, Wallace, Smith  
Actores: Johny Ramirez, Paul Muni, Bette Davis  
Géneros: Crimen, Drama, Cine Negro  
Locación: Los Angeles, California, E.U.A,  
Coproducción: Warner Bros.

### **Cat-Tails for Two**

Estados Unidos, 1953  
Director: Robert McKimson  
Escritor: Tedd Pierce

### **Down Mexico Way**

Estados Unidos, 1942  
Director: Joseph Santley  
Escritor: Dorrell MacGowan, Stuart E. McGowan  
Actores: Gene Autry, Smiley Burnette, Fay McKenzie  
Género: Comedia, Thriller, Western  
Locaciones: Santa Clarita, California, E.U.A.  
Coproducción: Republic Pictures

### **El Coyote**

España, 1954  
Director: Joaquín Romero Marchent  
Escritor: Pedro Chamorro  
Actor: Abel Salazar, Gloria Marín, Manuel Monroy  
Géneros: Aventura, Western  
Coproducción: Oro Films, Palacio Films

### **Greaser's Gauntlet**

Estados Unidos, 1908  
Director: D.W. Griffith  
Escritor: Stanner E.V. Taylor  
Actores: Wilfred Lucas, Arthur V. Johnson, Marion Leonard, Charles Inslee  
Género: Acción  
Locación: Shadyside, New Jersey, EUA.  
Coproducción: American Mutoscope & Biograph  
Duración: 17 min  
Cine Silente

### **Guns and Greasers**

Estados Unidos, 1918  
Director y escritor: Larry Semon  
Actor: Larry Semon  
Género: Comedia  
Coproducción: Vitagraph Company of America  
Cine Silente

### **Honeymoon**

Estados Unidos, 1947  
Director: William Keighley  
Escritor: Vicki Baum  
Actores: Shirley Temple, Franchot Tone, Guy Madison  
Género: Comedia  
Coproducción: William Keighley Productions, RKO Radio Pictures

### **In Caliente**

Estados Unidos, 1935  
Director: Lloyd Bacon  
Escritor: Jerry Wald, Julius J. Epstein

Actores: Mel Blanc, Stan Freberg  
Géneros: Familiar, Animación, Corto, Comedia  
Coproducción: Warner Bros.

### **La justicia del Coyote**

España-México, 1956  
Director: Joaquín Luis Romero Marchent  
Escritor: Jesús Franco, José Mallorquí  
Actores: Abel Salazar, Gloria Marín, Manuel Monroy  
Géneros: Western  
Coproducción: Centauro Films, Oro Films

### **Los 7 de Pancho Villa**

España-EUA, 1967  
Director: José María Elorrieta  
Escritor: Manuel Sabares  
Actores: John Ericson, Marúa Perschy, Ricardo Palacios  
Géneros: Western, Drama  
Coproducción: Lacy International Films

### **Mexican Knife Duel**

Estados Unidos, 1894  
Director: William K.L. Dickson  
Actores: Pedro Esquivel, Dionecio González  
Géneros: Cortometraje, acción  
Locación: New Jersey, EUA  
Coproducción: Edison Manufacturing Company

### **Nazarin**

México, 1959  
Director: Luis Buñuel  
Escritor: Julio Alejandro, Luis Buñuel  
Actores: Francisco Rabal, Marga López, Rita Macedo  
Géneros: Drama

### **¡Que Viva México!**

Unión Soviética-Rusia, 1979  
Director: Sergei Eisenstein  
Escritor: Grigori Aleksandrov, Sergei Eisenstein  
Actores: Sergey Bondarchuk, Grigori Aleksandrov  
Géneros: Documental, Drama, Western  
Locación: México  
Coproducción: Mosfilm

### **The Cisco Kid**

Estados Unidos, 1927  
Director: Irving Cummings  
Escritor: O. Henry, Tom Barry

Actores: Dolores del Río, Pat O'Brien, Leo Carrillo  
Géneros: Comedia, Musical, Romance

### **The life of General Pancho Villa**

Estados Unidos, 1914  
Actores: Pancho Villa, Raoul Walsh  
Géneros: Documental  
Coproducción: Mutual Film Corporation

### **The treasure of the Sierra Madre**

Estados Unidos, 1948  
Director: John Huston  
Escritor: John Huston, B. Traven  
Actores: Humphrey Bogart, Tim Holt, Alfonso Beyoda  
Géneros: Acción, Aventura, Drama  
Locación: Tucson, Arizona, EUA  
Coproducción: Warner Bros.

### **The Three Caballeros**

Estados Unidos, 1944  
Director: Norman Ferguson, Clyde Geronimi  
Escritor: Homer Brightman, Ernest Terrazas  
Actores: Aurora Miranda, Carmen Molina, Dora Luz  
Géneros: Animación, Fantasía  
Locación: Brasil, México  
Coproducción: Walt Disney Pictures

### **Tortilla Flat**

Estados Unidos, 1942  
Director: Víctor Fleming  
Escritor: John Steinbeck, John Lee Mahin  
Actores: Spencer Tracy, Hedy Lammar, John Garfield  
Géneros: Comedia, drama, romance  
Coproducción: Metro-Goldwyn-Mayer, MGM

### **Vámonos con Pancho Villa**

México, 1936  
Director: Fernando de Fuentes  
Escritor: Rafael F. Muñoz, Xavier Villaurrutia  
Actores: Antonio Frausto, Domingo Soler, Manuel Tamés  
Géneros: Drama, Guerra  
Locación: Chihuahua, México  
Coproducción: C.L.A.S.A.

### **Villa!!**

Estados Unidos, 1958  
Director: James B. Clark  
Escritor: Louis Vittes

Actores: Warner Baxter, Edmund Lowe, Dorothy Burgess  
Géneros: Western, Romance  
Locación: San Fernando, Los Angeles, California, EUA  
Coproducción: Fox Film Corporation

**Villa Rides**

Estados Unidos, 1968  
Director: Buzz Kulik  
Escritor: Robert Towne, Sam Peckinpah  
Actores: Yul Brynner, Robert Mitchum, Maria Grazia  
Géneros: Western, Guerra  
Locación: Talamanca, Guadalajara, Castilla, España  
Coproducción: Paramount Pictures

**Viva Villa**

Estados Unidos, 1934  
Director: Jack Conway, Howard Hawks  
Escritor: Ben Hecht, Edgcomb Pinchon  
Actores: Wallace Beery, Far Wray, Leo Carrillo  
Géneros: Biografía, Western  
Locación: Chihuahua, México  
Coproducción: Metro-Golwyn-Mayer, MGM

Actores: Brian Keith, Cesar Romero, Margia Fearn  
Géneros: Aventura, Western  
Locación: México  
Coproducción: Twentieth Century Fox Film Corporation.

**Why America Will Win**

Estados Unidos, 1918  
Director: Richard Stanton  
Escritor: Adrian Johnson  
Actores: A. Alexander, Harris Gordon, Olaf Skavlan  
Géneros: Biografía, Drama  
Cine Silente  
Coproducción: Fox Film Corporation

**Young Indiana Jones and the Curse of the Jackal**

Estados Unidos, 1992  
Director: Carl Schultz, Jim O'Brien  
Escritor: Jonathan Hales, George Lucas  
Actores: Sean Patrick Flanery, Mike Moroff  
Géneros: Acción, Aventura  
Coproducción: Lucasfilm, Amblin Entertainment