

Título del Proyecto de Investigación
al que corresponde el Reporte Técnico:

Representaciones de México y su sociedad en contenidos de ficción
producidos en Estados Unidos y distribuidos en plataformas
streaming, 2016-2022

Tipo de financiamiento

Sin financiamiento

Fecha de Inicio: 01/10/2022
Fecha de Término: 28/05/2024

Tipo de Reporte

Parcial

Final

Autora del reporte técnico:

Dra. Yunuen Ysela Mandujano Salazar

Representaciones de México y su sociedad en contenidos de ficción producidos en Estados Unidos y distribuidos en plataformas *streaming*, 2016-2022

Resumen

El objetivo de este proyecto fue explorar las representaciones de México y las personas mexicanas en contenidos de ficción de producción estadounidense en los cuales hubo una colaboración creativa de personas de origen mexicano en las altas jerarquías del equipo de producción, esto en el contexto de crecimiento de la población de origen mexicano en Estados Unidos y el discurso anti-mexicano iniciado por la campaña presidencial de Donald Trump. Se partió de un análisis textual interpretativo de una muestra intencional de contenidos producidos y estrenados entre 2016 y 2022 basada en el cumplimiento de los criterios mencionados. Se revisaron las tendencias de representación y se problematizaron las implicaciones de las narrativas utilizadas, encontrando que en las producciones recientes se exaltó lo rural y lo premoderno mexicano, remitiendo a una idea de lo mexicano como inofensivo para la hegemonía estadounidense.

Abstract

The objective of this project was to explore the representations of Mexico and Mexican people in American-produced fiction content in which there was a creative collaboration of people of Mexican origin in the high hierarchies of the production team, in the context of the growth of the population of Mexican origin in the United States and the anti-Mexican discourse initiated by Donald Trump's presidential campaign. The starting point was an interpretive textual analysis of an intentional sample of content produced and released between 2016 and 2022 based on compliance with the aforementioned criteria. The trends of representation were analyzed and the implications of the narratives used were problematized, finding that in recent productions the rural and the premodern Mexican have been exalted, referring to an idea of the Mexican as harmless to the American hegemony.

Palabras clave: medios, representación, narrativa, discursos, México, Estados Unidos.

Usuarios potenciales: Estudiantes e investigadores en estudios culturales, estudios de medios. Público en general interesado en representaciones mediáticas y estereotipaciones.

1. Introducción

De acuerdo con el Pew Research Center, en 2021, en Estados Unidos las personas de origen mexicano eran alrededor de 37.2 millones, es decir el 11% de la población total y el grupo hispano con mayor representación y crecimiento (Moslimani et al., 2023). En este contexto, los sentimientos anti-mexicanos de algunos grupos radicales se han incrementado, impulsados por la campaña – y posterior periodo presidencial – de Donald Trump, quien comenzó a propagar un discurso que buscaba generar rechazo hacia México y las personas inmigrantes de origen mexicano en Estados Unidos, prometiendo la construcción de un muro divisorio entre ambos países (Jankowicz, 2020; Sutton & Uluc, 2019).

Los medios de comunicación masiva, históricamente, han sido utilizados por parte de las élites económicas, políticas e ideológicas para moldear los imaginarios sociales de la población, apoyando a la normalización de ciertas identidades, prácticas y aspiraciones, mientras se relegan y estigmatizan otras. La industria de medios y entretenimiento estadounidense es la más grande del mundo (International Trade Administration U.S Department of Commerce, 2020), por lo que sus contenidos han tenido un impacto no sólo dentro de su sociedad, sino a nivel global, exportando gran parte de sus producciones alrededor del mundo. Hasta inicios del siglo XXI, las representaciones de México en dichas producciones aparecían como elemento secundario en sus tramas, pintándolo de color sepia y destacando lo retrasado o peligroso del país, alimentado los imaginarios del mundo sobre México y su gente; mientras que los personajes de origen mexicano solían jugar papeles secundarios o extras y en los equipos de producción había mínima representación de creadores de origen mexicano (Bose, 2021; Ponce, 2021; Saldaña, 2019).

No obstante, lo anterior ha ido cambiando a partir de la segunda década del siglo debido al cambio demográfico y político en aquel país, así como a los cambios tecnológicos que han abierto la puerta a una multiplicidad de géneros para cubrir los intereses de una audiencia cada vez más estratificada. Esta tendencia podría ser considerada como evidencia de una mayor inclusión y representaciones más adecuadas de México y las personas mexicanas o de origen mexicano. Sin embargo, es importante analizarlas junto con los discursos que están propagando a fin de identificar y visibilizar si ha habido avances hacia una representación más completa o si se están reproduciendo

estereotipos que sustentan la exclusión y/o estigmatización de las personas mexicanas. Esto aportará al debate de los potenciales impactos de los contenidos mediáticos en la identidad de los individuos y en los grupos sociales que son representados.

2. Planteamiento¹

2.1 Antecedentes

Desde la década de 1920, Estados Unidos ha sido el productor hegemónico de ideología a través del contenido mediático que transmite al mundo. En particular, su contenido de entretenimiento ha nutrido imaginarios e ideales que van desde el sueño americano hasta ideas sobre las nacionalidades, religiones y culturas que son amigas o enemigas. A lo largo de los años, Estados Unidos ha absorbido ciertos aspectos de la diversidad cultural, comodificándolos y contribuyendo a su popularidad alrededor del mundo. Sin embargo, las características que se destacan de las culturas no angloamericanas suelen asociarlas con el exotismo, la pobreza, la ignorancia, la violencia o alguna forma de atraso que sólo perpetúan los esquemas ideológicos dominantes.

A partir de la propagación del internet de alta velocidad para uso doméstico y móvil, así como la evolución tecnológica en la producción y difusión global de contenidos mediáticos, se han ampliado las posibilidades de las audiencias para seleccionar lo que consumen más acorde con sus opiniones e identidades. Actualmente, las audiencias tienen acceso a contenidos producidos en prácticamente cualquier parte del mundo a través de plataformas *streaming* de paga, de distribución gratuita, e incluso no regulada o *underground*. Por tanto, a pesar de que los productores de contenidos que llegan a las plataformas *streaming* dominantes a nivel global—Netflix, HBO, Prime, Disney, hulu, etc.—siguen siendo parte de las corporaciones mediáticas hegemónicas en cada país, las exigencias de un público global y de las diversas identidades que han pugnado por una mayor representación en los contenidos que se distribuyen a nivel mundial, han impulsado ajustes en las producciones.

Ya que las personas de origen mexicano son una parte relevante y creciente de Estados Unidos, sus contenidos de entretenimiento han incluido cada vez más a personajes, actores y creadores de origen mexicano. En un tono muy similar entre sí,

¹ Estos apartados *in extenso* se desarrollan en los productos que se señalan en el punto 6 de este reporte, los cuales están en proceso de edición, por lo que aquí sólo se presenta un resumen de los mismos.

múltiples series y películas de corte realista apoyadas por estudios y distribuidores estadounidenses dirigidas a un público adulto han explotado las temáticas de violencia, ilegalidad, narcotráfico y miseria, centrandó sus historias en la región norte de México en un contexto contemporáneo (Mandujano-Salazar & Ramírez-Sánchez, 2020).

En 1992, se estrenó *El mariachi* (Rodríguez, 1992), una película escrita y dirigida por el mexicanoamericano Robert Rodríguez. La trama de ambiente *Western* se desarrolla en un pueblo ficticio de México y se centra en cárteles de drogas, asesinos y venganzas. Aunque Rodríguez la filmó en Coahuila, México de manera independiente y con un presupuesto muy bajo, Columbia Pictures compró los derechos y la distribuyó con un amplio *marketing* y un significativo éxito (Cardenas, 2019). Esto dio pie a dos secuelas—*Desperado* (Rodríguez, 1995) y *Once Upon a Time in Mexico* (Rodríguez, 2003)—que contaron con actores ya ampliamente reconocidos de Hollywood, Antonio Banderas y Johnny Depp, y catapultaron la carrera internacional de la mexicana Salma Hayek.

El éxito que estas películas tuvieron tanto en taquilla parece haber impulsado la popularización de esos tropos e historias sobre México, pues fueron apareciendo múltiples producciones similares. En el año 2000, se estrenó *Traffic* (Soderbergh, 2000), una historia sobre la lucha entre los cárteles de Tijuana y Ciudad Juárez y el involucramiento de políticos y oficiales de la Drug Enforcement Administration (DEA) de Estados Unidos, recaudando más de cuatro veces su presupuesto. Es interesante que, en esta película, al igual que en las dos secuelas de *El Mariachi*, los actores que interpretaban los papeles principales de mexicanos eran actores de otro origen nacional.

Entre 2010 y 2013, otra saga de películas explotó el tema de la ilegalidad mexicana en Estados Unidos: *Machete* (Rodríguez & Maniquis, 2010), coescrita por Robert Rodríguez con su primo, el también mexicanoamericano, Álvaro Rodríguez; y, *Machete Kills* (Rodríguez, 2013). Esta historia se centra en un expolicía mexicano que va como inmigrante ilegal a Estados Unidos y ahí, como asesino a sueldo, se cruza con políticos y criminales diversos. En el desarrollo del personaje principal se establece que en México tuvo que enfrentar la corrupción y la violencia a causa de un señor de las drogas.

También en 2013, la cadena estadounidense FX estrenó una serie de crimen que, aunque basada en una historia europea, se reubicó en la frontera de El Paso, Texas y

Ciudad Juárez, Chihuahua: *The Bridge* (Stiehm & Reid, 2013). En dos temporadas (2013-2014) y veintiséis episodios, la serie mostró los esfuerzos de un policía mexicano y una estadounidense por capturar a un asesino. En sus aventuras tuvieron que sortear las dificultades que significan el crimen organizado, la corrupción y el ambiente de violencia, prostitución e ilegalidad en general que se vive en la frontera con particular énfasis puesto en su origen en la parte mexicana.

Un año después de que concluyera esa serie, se estrenó el filme *Sicario* (Villeneuve, 2015), el cual presentó de forma romantizada el crimen organizado en la frontera norte de México y su impacto en el sur de Estados Unidos. La película exaltó unos supuestos valores y tradiciones de los miembros del crimen organizado y glorificó a víctimas e intermediarios estadounidenses que se presentaron como redentores. La película tuvo suficiente éxito como para que se produjera la secuela *Sicario: Day of the Soldado* (Sollima, 2018).

Siguiendo una narrativa similar centrada en los criminales, en 2018, la cadena de *streaming* Netflix estrenó la serie *Narcos: México* (Bernard & Miro, 2018). En tres temporadas (2018-2021) y treinta episodios, la serie expone el surgimiento de los cárteles de droga moderno en la década de 1980 en México.

En 2019, Columbia Pictures estrenó una película titulada *Miss Bala* (Hardwicke, 2019). Con un elenco principal de origen puertorriqueño, se trata de una adaptación de una producción mexicana del mismo título (Naranjo, 2011). La historia se centra en una mujer estadounidense de origen latino que, en un viaje a Tijuana, se ve involucrada con narcotraficantes mexicanos.

Tal como puede apreciarse, en producciones estadounidenses, las historias sobre la frontera norte mexicana se han enfocado consistentemente en la violencia, el narcotráfico y la ilegalidad y los problemas que ello causa a estadounidenses, quienes deben involucrarse para imponer el orden. Todas ellas tienen también la característica de hacer un uso excesivo de los paisajes desérticos y polvosos, colores sepia y ambientes impregnados de pobreza e ignorancia cuando se encuentran en el lado mexicano. Esto ha llamado la atención del público en años recientes, generando incluso memes al respecto (Bose, 2021; Malcriadas, 2020; Ponce, 2021; Saldaña, 2019).

2.2 Marco teórico

La construcción identitaria es un proceso incesante en los individuos. La identidad nacional, cultural y/o étnica es clave también a nivel social, pues influye tanto en el sentido de comunidad como en el de pertenencia, mismos que se relacionan con sistemas de valores, creencias y expectativas que son transmitidas a los miembros (Smith, 2007). Las identidades nacionales y étnicas se construyen también con base en sus diferencias con otras; por ello, en todas las sociedades, las élites promueven ideas e imágenes deseables de su nación, estableciendo claras diferencias con otras naciones y culturas para fortalecer su identidad.

En los medios de comunicación, la representación de personajes y configuración de arquetipos, tropos y clichés sustentan la propagación de representaciones sociales que van a funcionar como esquemas de percepción y comportamiento para la construcción identitaria social e individual de las personas, así como de guía colectiva para valorar positiva o negativamente a los individuos identificados como parte de los grupos representados (García-Martínez & Moreno-Mora, 2011; Mora, 2002; Moscovici, 1986).

Por ende, los medios suelen absorber las representaciones sociales polémicas que reflejan el antagonismo de algún grupo específico con la sociedad y las utilizan para crear contenidos que polaricen más a esos grupos, o bien, que traten de volverlos a la normalidad. Así, los contenidos mediáticos producidos dentro de una sociedad suelen reflejar la normalidad esperada, o bien, las problemáticas, ansiedades y miedos que se están percibiendo en ella—o que perciben las élites. Cuando se trata de contenidos con alcance global, como lo son los que se distribuyen por medio de plataformas *streaming*, esos mensajes pueden influir en la forma en que éstas mismas se identifican y construyen y alimentar sus imaginarios con representaciones y narrativas que pueden reforzar o contradecir aquellas con las que se enfrentan a nivel doméstico, teniendo el potencial de incitar cambios en sus paradigmas.

El entretenimiento estadounidense se caracteriza por la creación y difusión de estereotipos hacia una audiencia global basados en alegorías y representaciones exageradas de diversos grupos sociales y sociedades que evocan ciertas partes del mundo real. Los estereotipos son imágenes, ideas y creencias exageradas asociadas con una categoría que justifican ciertos comportamientos de la categoría y de sus miembros (Allport, 1954). En los medios de comunicación, la iconización de ciertos elementos

puede enfatizar el carácter o esencia de un grupo según el esquema ideológico dominante (Irvine & Gal, 2000). Lo anterior significa que los estereotipos y las narrativas dominantes sobre los demás (y a veces sobre nosotros mismos) están arraigados en el imaginario colectivo. Se trata de una forma de orientalismo que interviene en representaciones de culturas no angloamericanas en contenidos que se distribuyen en todo el mundo (Said, 1985, 2003).

Desde la perspectiva de los estudios culturales, analizar contenidos mediáticos requiere entenderlos a partir de sus narrativas y representaciones dentro de su marco de referencia cultural. Esta metodología, conocida como análisis interpretativo de texto, sostiene que, si bien los mensajes pueden ser interpretados de manera diferente por diferentes audiencias, el mensaje dominante es aquel promovido por las ideas y discursos hegemónicos que circulan en la sociedad contemporánea (Fairclough & Fairclough, 2015).

3. Objetivos

Analizar las representaciones y narrativas sobre México y la sociedad mexicana en contenidos de ficción de producción estadounidense distribuidos en plataformas *streaming* de alcance global, distribuidos entre 2016 y 2022, a fin de reconstruir los discursos que éstos están propagando y problematizar sus potenciales implicaciones sociales.

- Identificar y seleccionar los contenidos de ficción de producción estadounidense reciente que se centren en México o personas mexicanas y tengan un alcance global por medio de su difusión en plataformas *streaming*, específicamente YouTube, Netflix, HBO y Prime.
- Examinar las representaciones y narrativas que dichos contenidos presentan sobre la sociedad, cultura y territorio mexicanos.
- Interpretar los discursos que construyen dichos contenidos sobre México y las personas mexicanas.
- Problematizar los discursos y representaciones con respecto a la potencial propagación o el reto a estereotipos y/o estigmas sobre la sociedad mexicana o grupos sociales específicos de la sociedad mexicana.

4. Metodología

Esta investigación partió de un enfoque cualitativo basado en el análisis textual interpretativo de una muestra intencional basada en los siguientes criterios: enfoque temático (centrados en representaciones y narrativas sobre México y la sociedad y cultura mexicana), tipo de contenido (ficción), temporalidad de producción (2016-2022), distribución (plataformas streaming: YouTube, HBO, Netflix y Prime). Se seleccionaron las animaciones *Coco* (Unkrich et al., 2017), *Seis Manos* (Graeber & Rodríguez, 2019) y *Onix Equinox* (Alexander, 2020).

Desde los estudios culturales, el análisis de contenidos mediáticos requiere su tratamiento como un texto el cual, a través de su narrativa y representaciones construye un mensaje. El análisis textual interpretativo considera que, aunque un mensaje tiene el potencial de ser interpretado de distintas maneras por diferentes audiencias, hay un mensaje dominante que es nutrido por los imaginarios y discursos dominantes que circulan de forma global en las sociedades contemporáneas.

Acorde a la propuesta de Hall (1997), en el primer nivel de significación, la audiencia interpreta el mensaje denotativo de lo representado, acorde con sus sistemas conceptuales. En un nivel más profundo se encuentra el mensaje connotativo que está impregnado por una ideología. Por tanto, si el objetivo es analizar los mensajes dominantes de un contenido, se deben considerar dos etapas: la deconstrucción del texto para encontrar la narrativa denotativa dominante y los elementos de representación; y, la reconstrucción de éstos desde una interpretación crítica que considere cuidadosamente el contexto en el que es presentado.

Una vez identificada la muestra, se analizaron las representaciones y narrativas de interés a partir de las siguientes categorías: Personas (corporalidad, vestimenta, personalidad, oficio, educación, situación legal, estrato social, comportamiento social); escenarios (paisaje, color, elementos urbanos o rurales destacados, animales); trama central (líneas argumentativas sobre México; narrativas sobre personas mexicanas; narrativas de personas mexicanas sobre sí mismas o su gente

5. Resultados

En 2017, Disney y estudios Pixar, luego de ser criticados por la poca diversidad cultural y étnica mostrada en sus películas, demostraron que México expuesto de forma romantizada con sus paisajes más coloridos y tradiciones místicas también podía ser

explotado con enorme éxito. La película *Coco* se convirtió en uno de los filmes más premiados y con mayor recaudación de taquilla en ese año (Box Office Mojo, s/f), centrándose en el Día de Muertos a través de los ojos del niño Miguel y su familia, habitantes de un pueblo muy ficticio que simula un pueblo mágico de México en un momento histórico indefinido, pero que recuerda más algún punto del siglo XX que la actualidad.

Los creadores, liderados por el director estadounidense de origen judío, Lee Unkrich, comenzaron a desarrollar la idea en 2011, cuando visitaron pueblos como Tlalpujahua y Pátzcuaro, Michoacán (Calderón, 2017). En múltiples entrevistas, resaltaron que desde que iniciaron con el proyecto tuvieron por objetivo representar lo más fielmente posible las tradiciones mexicanas y ser cuidadosos para no caer en clichés ni estereotipos (León, 2017; J. Robinson, 2016; T. Robinson, 2017; Ugwu, 2017). Como parte de esta premisa, Adrian Molina, mexicanoamericano nacido y criado en California, fue incorporado primero como guionista y después como codirector.

La película se vio sumamente favorecida ante el contexto político que se vivía en Estados Unidos a partir de 2016. En ese año, Donald Trump lanzó como parte central de su campaña presidencial un discurso que buscaba generar antipatía hacia México y los inmigrantes mexicanos y con la propuesta de construir un muro que, como muchos analistas comentaron, no serviría para detener la migración ni el tráfico de drogas, pero sí simbolizaba los fuertes sentimientos de desagrado hacia el país vecino (Dear, 2017; Sutton & Uluc, 2019).

Así que, aprovechando esta situación, Disney-Pixar y el equipo de *Coco* comenzaron a promover la película con bastantes meses de anticipación. Desde 2016, Unkrich y Molina manejaron la metáfora de que la película era una *carta de amor a México* y su gente; y, para apoyar la narrativa de la autenticidad, comentaban sin cesar que hicieron entrevistas con familias para preguntarles sobre el día de muertos, investigación de campo y la inclusión de personas de raíces mexicanas (Aguilar, 2017; Bayona, 2018; Becerril, 2017; Calderón, 2017; Ramos, 2016; J. Robinson, 2016; T. Robinson, 2017). “Esta no es una cinta política, pero celebra la diversidad de la cultura de México de una forma positiva” (Ramos, 2016, párr. 2) dijo Unkrich en una de las muchas entrevistas, refiriéndose a visitar Oaxaca, Guanajuato, Michoacán y los alrededores.

Sin embargo, contrario a la supuesta diversidad que querían plasmar y a su declaración de no querer caer en estereotipos y clichés, ellos, desde fuera y como estadounidenses, definieron que lo *auténtico mexicano* estaba limitado a los llamados *pueblos mágicos* del centro y sur del país. Éstos son lugares precisamente reconocidos por la Secretaría de Turismo de México como poblaciones que preservan estilos o tradiciones prehispánicas o coloniales (Secretaría de Turismo, 2014). Es decir, lugares que no reflejan a la gran mayoría de mexicanos en la actualidad, ni su estilo de vida, ni sus prácticas; gran parte de la población mexicana no ha visitado siquiera uno de estos pueblos.

No obstante, como la película explotó el romanticismo y el colorido de un pasado mexicano que también ha sido explotado por las instituciones mexicanas desde la época postrevolucionaria, la película fue recibida y promovida por las mismas autoridades de México en el Palacio de Bellas Artes (Secretaría de Cultura, 2017). Esto afianzó la narrativa de autenticidad que circuló y fue aceptada por audiencias a nivel mundial.

Mientras *Coco* rompía récords de taquilla y ganaba premios, el gigante del *streaming*, Netflix, también buscó explotar imágenes y motivos de un México pueblerino y pasado en animación. En julio de 2019, en la Anime Expo en Estados Unidos—una de las más grandes convenciones del género de animación estilo japonés en el país norteamericano—anunció que lanzaría una producción tipo anime situada en el México de la década de 1970: *Seis manos*. Esta sería la primera animación centrada en México que tendría un alcance global y estaría orientada a una audiencia no infantil debido a su contenido de violencia y drogas.

De acuerdo con las entrevistas que los creadores Brad Graeber y Álvaro Rodríguez dieron a los medios, ellos estuvieron trabajando en la idea por varios meses, llevándola a diversos estudios sin obtener respuestas favorables. Sin embargo, a finales de 2017, cuando la llevaron a Viz Media—compañía estadounidense pionera en la distribución de contenidos japoneses y asiáticos traducidos al inglés—encontraron apoyo para realizar el proyecto; Viz Media, que estaba incursionando en la producción, lo llevó a Netflix y la compañía decidió incluirlo como parte de sus series originales (Bertschy, 2019; Schwarz, 2019; Team JVS, 2019).

Graeber es un ejecutivo y productor tejano y Álvaro Rodríguez es un guionista y compositor mexicanoamericano nacido y criado en el sur de Texas quien había participado en producciones cinematográficas con su primo, el director de cine Robert Rodríguez— como *Machete*, antes mencionada (Team JVS, 2019; Trumbore, 2020). Cuando estos dos creadores se conocieron, y ante la experiencia de Rodríguez, desarrollaron la idea de una historia de acción con elementos sobrenaturales situada en México y que mezclara temas de artes marciales con cárteles de droga; invitaron a otro guionista latino, Daniel Domínguez, y *Seis Manos* tomó forma (Trumbore, 2020). Los creadores han declarado que el elemento de las artes marciales fue inspirado por la migración china que llegó a México en la década de 1970 (Sánchez, 2019; Schwarz, 2019). Netflix lanzó la serie de ocho episodios en octubre de 2019.

Un año más tarde, en noviembre de 2020, Crunchyroll, un popular sitio de *streaming* de anime y otros contenidos asiáticos, estrenó *Onyx Equinox*, una serie original estilo anime centrada en culturas mesoamericanas y en un joven azteca llamado Izel, dirigida también a adolescentes y adultos por su contenido violento. La creadora es la dibujante mexicana Sofia Alexander, quien nació y creció en Cancún, un territorio en donde se encuentran importantes sitios arqueológicos mayas. En entrevistas, Alexander ha dicho que su abuelo tenía raíces indígenas y, por tanto, le transmitió a ella y su familia el orgullo e interés por las culturas prehispánicas de la región (Halls, 2020; Locksley, 2020; Pineda, 2020; Zahed, 2020).

Alexander ha declarado que *Onyx Equinox* intenta ser una historia *mágica* que, al mismo tiempo, sea lo más auténtica posible en su representación de las culturas y mitologías mesoamericanas, por lo que en su desarrollo se acercó a consultores mexicanos en antropología y arqueología, así como a otra artista mexicana, Mónica Robles, para que colaboraran en el proyecto (Harper, 2020; Pineda, 2020). Asimismo, ha dicho que uno de sus objetivos fue que la audiencia mexicana e internacional conociera más sobre esas culturas, inspirando el interés en ellas, así como mostrar representaciones de los mexicanos diversas a las mostradas en Hollywood (Halls, 2020).

6. Productos generados

Mandujano-Salazar, Y. Y. (En edición). México vende: Los estereotipos de la cultura y sociedad mexicana en producciones animadas estadounidenses en la era del

streaming. En Y. Y. Mandujano-Salazar & M.E. Pérez García (coords). *Los medios en la sociedad: Del cine a las redes sociales*. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Mandujano-Salazar, Y. Y. (En edición). The Impact of Anime in Mexico-centered Adult Animation and Global Mexican Representation. En D. Dalton (ed.). *Animation in Mexico: Between Domestic and International Aesthetics in the Fifth and Sixth Period*. State University of New York Press.

7. Conclusiones

Las producciones mediáticas de entretenimiento estadounidenses son un termómetro de los intereses y relaciones político-económicas que ese país mantiene con otros y con las distintas comunidades internamente. Durante la década de 1980, ante la gran inversión japonesa que estaba llegando a Estados Unidos y luego de haber producido por tres décadas representaciones negativas de Japón, debidas a la Segunda Guerra Mundial, Hollywood cambió esas representaciones para relacionar lo japonés con el misticismo de un pasado relacionado a tradiciones en artes marciales y budismo zen. Películas como la saga de *Karate Kid* (1984-1994), *Bloodsport* (1988) popularizaron en el mundo la idea de que todos los japoneses sabían artes marciales, ceremonia del té, meditaban y ponían por encima de todo el honor. Todavía en la década de 2000 *The Last Samurai* (2003) y *Memoirs of a Geisha* (2005) seguían explotándose esos estereotipos.

No cabe duda de que, desde la década de 1990, México y su cultura se han convertido en un tema que vende en Estados Unidos y, a través de este país, en el mundo. En un primer momento, como se presentó aquí, series y películas estadounidenses dirigidas a una audiencia adulta se dedicaron a explotar escenarios que del lado mexicano se distinguen por estar llenos de violencia y narcotráfico, pobreza y desorden, y en donde los estadounidenses deben involucrarse para no ver a su sociedad contaminada con lo mismo. Esto refleja el momento en el que la inmigración mexicana hacia el norte comenzó a intensificarse ante la molestia de ciertos grupos de poder en Estados Unidos (Noe-Bustamante et al., 2019).

Sin embargo, en los últimos años, ante el delicado ambiente político que Donald Trump y el Partido Republicano han creado dentro de Estados Unidos y en su relación con México, así como el acelerado crecimiento de la comunidad de mexicoamericanos, los grandes productores de contenidos de entretenimiento estadounidenses parecen haber decidido que era más redituable cambiar el discurso hacia México, explotando versiones romantizadas de éste y enfatizando una supuesta *autenticidad* que ellos definen e imponen. Se han enfocado en presentar historias situadas en un México antiguo y rural, idealizando sus tradiciones, misticismo y valores familiares generalizándolos y sin problematizar las consecuencias que esas características han tenido en términos de desigualdad de género, económica y étnica dentro del país.

En *Coco*, *Seis manos* y *Onyx Equinox* la representación de lo mexicano se basó en estereotipos, a pesar de la supuesta diversidad a la que sus creadores apelaron en su promoción. El México urbano contemporáneo es completamente ignorado en favor de la exaltación e idealización de lo rural y lo premoderno, lo cual remite a representaciones condescendientes de lo mexicano que el Cine de Oro enfatizaba de la mano con el discurso que tenía por objetivo imponer una identidad nacional. Ahora son las grandes corporaciones mediáticas de Estados Unidos—como Disney-Pixar, Netflix y Crunchyroll—las que están retomando y diseminando esas representaciones por el mundo, consolidando lo mexicano estereotipado como un producto muy redituable. Pero también, a través de la simple inclusión de una o dos personas de origen u ancestros mexicanos en los equipos creativos, justifican su imposición de lo que los mexicanos son y deben ser: si México quiere volver a ser *bueno* debe volver al pasado, mantener a su población en lo rural en familias cercanas y manejables y distraerla con lo místico, así no será una amenaza ni causará problemas a su vecino.

8. Mecanismos de transferencia

No aplica.

9. Contribución e impacto del proyecto

El proyecto, a partir de los dos capítulos publicados, contribuye a visibilizar los mensajes, estereotipos e ideologías que se están distribuyendo en el mundo sobre México

y los/las mexicanos/as. De esa forma, se busca aportar a la deconstrucción de los mismos y a la discusión de los impactos que dichas representaciones y discursos pueden tener tanto en la construcción identitaria de las/los mexicanas/os alrededor del mundo como en las relaciones políticas entre México y Estados Unidos.

10. Impacto económico, social y/o ambiental en la región

No aplica.

11. Referencias

- Aguilar, C. (2017, junio 27). 'Coco's Mexican-American Co-Director Adrian Molina Shares Plot Details. ReMezcla. <https://remezcla.com/features/film/nalip-media-summit-animation-master-class-adrian-molina-coco/>
- Alexander, S. (creator). (2020). *Onix Equinox*. Funimation Global Group.
- Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice Unabridged*. Addison-Wesley.
- Bayona, A. (2018, diciembre 2). *COCO: una carta de amor a México*. Colombianos en el exterior y retornados. <https://www.colexret.com/columna-opinion/coco-una-carta-amor-mexico/>
- Becerril, A. (2017, marzo 15). *Pixar hace una carta de amor a México con la película "Coco"*. El Economista. <https://www.economista.com.mx/arteseideas/Pixar-hace-una-carta-de-amor-a-Mexico-con-la-pelicula-Coco-20170315-0105.html>
- Bernard, C., & Miro, D. (2018). *Narcos: México*. Netflix.
- Bertschy, Z. (2019, octubre 2). *Interview: The Creative Team Behind Netflix's Seis Manos*. Anime News Network. <https://www.animenewsnetwork.com/interview/2019-10-02/the-creative-team-behind-netflix-seis-manos/.151771>
- Bose, T. (2021, febrero 12). *No, Mexico isn't actually that orange. Hollywood is just racist*. Mashable. <https://mashable.com/video/hollywood-racist-color-grading>
- Box Office Mojo. (s/f). *Box Office Mojo - Coco*. Box Office Mojo by IMDbPro. Recuperado el 13 de julio de 2020, de <https://www.boxofficemojo.com/release/rl3983050241/>
- Calderón, L. (2017, octubre 18). *Coco, una carta de amor a lo mexicano*. Excelsior. <https://www.excelsior.com.mx/funcion/2017/10/18/1195412>
- Cardenas, C. (2019, marzo 13). *Why Director Robert Rodriguez Chose to Make Another \$7,000 Movie*. Texas Monthly. <https://www.texasmonthly.com/arts-entertainment/robert-rodriguez-qa-red-11/>
- Dear, M. (2017, enero). *5 Problems 'the Wall' Won't Solve*. POLITICO Magazine. <https://www.politico.com/magazine/story/2017/02/trump-wall-mexico-problems-immigration-214837/>
- Fairclough, N., & Fairclough, I. (2015). Textual analysis. *Routledge Handbook of Interpretive Political Science*, 186–198. <https://doi.org/10.4324/9781315519296-4>
- García-Martínez, J., & Moreno-Mora, D. (2011). El trabajo con películas en psicoterapia. *Revista de psicoterapia*, 22(86/87), 5–20. <https://doi.org/10.33898/rdp.v22i86/87.622>

- Graeber, B., & Rodríguez, Á. (creators). (2019). *Seis Manos*. Viz Productions.
- Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. En *Representación*. <http://www.ramwan.net/restrepo/hall/el%20trabajo%20de%20la%20representacion.pdf>
- Halls, K. (2020, noviembre 29). *Onyx Equinox Creator Sofia Alexander Talks Representation, On- & Off-Screen*. CBR.com. <https://www.cbr.com/interview-onyx-equinox-creator-sofia-alexander-latinx-representation-on-off-screen/>
- Hardwicke, C. (2019). *Miss Bala*. Columbia Pictures.
- Harper, R. (2020, diciembre 15). *ONYX EQUINOX: INTERVIEW WITH CREATOR SOFIA ALEXANDER*. SciFiNow. <https://www.scifinow.co.uk/tv/onyx-equinox-interview-with-creator-sofia-alexander/>
- International Trade Administration U.S Department of Commerce. (2020, diciembre). *Media & Entertainment*. Official Website of the International Trade Administration. <https://www.trade.gov/media-entertainment>
- Irvine, J., & Gal, S. (2000). Language Ideology and Linguistic Differentiation. En P. V Kroskrity (Ed.), *Regimes of Language: Ideologies, Politics and Identities* (pp. 35–84). School of American Research.
- Jankowicz, M. (2020, septiembre 6). *A timeline of unfulfilled promises Trump made about his border wall, a cornerstone of his 2016 campaign which has faded from view in 2020*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/timeline-of-president-trumps-unfulfilled-border-wall-promises-2020-9>
- León, A. (2017, octubre 25). *Piden perdón por querer registrar Día de los Muertos*. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/cine/piden-perdon-por-querer-registrar-dia-de-los-muertos>
- Locksley, R. (2020, noviembre 20). *Interview with Sofia Alexander*. UK Anime Network. https://www.uk-anime.net/articles/Interview_with_Sofia_Alexander.html
- Malcriadas. (2020, agosto 22). *Cine amarillo: la representación latinoamericana en Hollywood*. Malcriadas. <https://malcriadasuy.wordpress.com/2020/08/22/cine-amarillo-la-representacion-latinoamericana-en-hollywood/>
- Mandujano-Salazar, Y. Y., & Ramírez-Sánchez, A. (2020). La ficción de la inclusión cultural en el cine Hollywoodense: Babel y la reproducción de estereotipos culturales. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 29(58–1). <https://doi.org/10.20983/noesis.2020.3.6>
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital - Revista de pensamiento e investigación social*, 2, 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n2.55>
- Moscovici, S. (1986). *Psicología social II. Pensamiento y vida social: psicología social y problemas sociales*. Paidós.
- Moslimani, M., Noe-Bustamante, L., & Shah, S. (2023, agosto 16). *Facts on Hispanics of Mexican origin in the United States, 2021*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/hispanic/fact-sheet/us-hispanics-facts-on-mexican-origin-latinos/>
- Naranjo, G. (2011). *Miss Bala*. 20th Century Fox.
- Noe-Bustamante, L., Flores, A., & Shah, S. (2019, septiembre 16). *Facts on Hispanics of Mexican origin in the United States, 2017*. Pew Research Center.

- Pineda, G. (2020, noviembre 20). *Entrevista: Sofía Alexander comparte los secretos de Onyx Equinox*. CINE PREMIERE. <https://www.cinepremiere.com.mx/sofia-alexander-onyx-equinox-entrevista.html>
- Ponce, A. (2021, julio 29). *The “Mexican” Movie Filter Is Worse Than We Thought*. Cracked. https://www.cracked.com/article_30837_the-mexican-movie-filter-is-worse-than-we-thought.html
- Ramos, O. (2016, diciembre 7). *“Coco” es una carta de amor para México*. Milenio. <https://www.milenio.com/espectaculos/coco-es-una-carta-de-amor-para-mexico>
- Robinson, J. (2016, diciembre 6). *Pixar’s Coco Is a “Love Letter to Mexico” in the Age of Trump | Vanity Fair*. Vanity Fair. <https://www.vanityfair.com/hollywood/2016/12/pixar-coco-gael-garcia-bernal-dia-de-los-muertos-miguel>
- Robinson, T. (2017, noviembre 22). *Pixar’s Lee Unkrich on the ‘anxiety’ of directing Coco*. The Verge. <https://www.theverge.com/2017/11/22/16691932/pixar-interview-coco-lee-unkrich-behind-the-scenes>
- Rodríguez, R. (1992). *El mariachi*. Columbia Pictures.
- Rodríguez, R. (1995). *Desperado*. Sony Pictures Releasing.
- Rodríguez, R. (2003). *Once Upon a Time in Mexico*. Sony Pictures Releasing.
- Rodríguez, R. (2013). *Machete Kills*. Universal Pictures.
- Rodríguez, R., & Maniquis, E. (2010). *Machete*. Sony Pictures Home Entertainment.
- Said, E. W. (1985). Orientalism Reconsidered. *Cultural Critique*, 1, 89–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1354282>
- Said, E. W. (2003). *Orientalism*. Penguin Books.
- Saldaña, S. (2019, agosto 1). *Desde Breaking Bad hasta Spectre: el café reina en el México del cine y la televisión extranjera y estas son las razones*. Xataka México. <https://www.xataka.com.mx/otros-1/breaking-bad-spectre-cafe-reina-mexico-cine-television-extranjera-estas-razones>
- Sánchez, K. (2019, septiembre 25). *Interview: “Seis Manos,” Representation, and Animation with Alvaro Rodriguez*. But Why Tho? <https://butwhythopodcast.com/2019/09/25/interivew-seis-manos-representation-and-animation-with-alvaro-rodriguez/>
- Schwarz, J. (2019, octubre 1). *Seis Manos Q&A: Brad Graeber (SEIS MANOS Showrunner, Co-Creator and Executive Producer) and Alvaro Rodriguez (SEIS MANOS Writer and Co-Creator)*. Bubbleblabber. <https://www.bubbleblabber.com/seis-manos-qa-brad-graeber-seis-manos-showrunner-co-creator-and-executive-producer-and-alvaro-rodriguez-seis-manos-writer-and-co-creator/>
- Secretaría de Cultura. (2017, octubre 30). *El Palacio de Bellas Artes abrió sus puertas para el estreno de Coco, cinta de animación producida por los estudios Disney Pixar | Prensa INBA - Instituto Nacional de Bellas Artes | Música*. Secretaría de Cultura. <https://inba.gob.mx/prensa/7230/-nbspel-palacio-de-bellas-artes-abrio-oacute-sus-puertas-para-el-estreno-de-nbsp-cinta-de-animaci-oacuten-producida-por-los-estudios-disney-pixar>
- Secretaría de Turismo. (2014, junio 27). *SECTUR :: Programa Pueblos Mágicos*. Programa Pueblos Mágicos.

- https://web.archive.org/web/20140824065917/http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos
- Smith, A. D. (2007). Nations in decline? The erosion and persistence of modern national identities. En M. Young, E. Zuelow, & A. Sturm (Eds.), *Nationalism in a Global era: the persistence of nations* (pp. 16–29). Routledge.
- Soderbergh, S. (2000). *Traffic*. USA Films.
- Sollima, S. (2018). *Sicario: Día del soldado*. Columbia Pictures, Lionsgate.
- Stiehm, M., & Reid, E. (2013). *The Bridge*. 20th Television.
- Sutton, K., & Uluc, I. (2019). Donald Trump’s Border Wall and Treaty Infringement. *Mexican law review*, 12(1), 3–31.
<https://doi.org/10.22201/IIJ.24485306E.2019.2.13636>
- Team JVS. (2019, octubre 11). *INTERVIEW with ALVARO RODRIGUEZ (Writer/Creator) SEIS MANOS #NYCC19 #SeisManos*. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=8nJ8uefvYjE>
- Trumbore, D. (2020, mayo 30). “*Seis Manos*” Creators on How the Mexicanime Series Made “*Castlevania*” Possible. Collider. <https://collider.com/seis-manos-season-2-creators-interview/>
- Ugwu, R. (2017, noviembre 22). *Qué hizo Pixar para que ‘Coco’ fuera respetuosa de la cultura mexicana - The New York Times*. The New York Times.
<https://www.nytimes.com/es/2017/11/22/espanol/cultura/coco-pixar-mexico-cultura-disney.html>
- Unkrich, L., Katz, J., Aldrich, M., & Molina, A. (Creators). (2017). *Coco*. Walt Disney Studios.
- Villeneuve, D. (2015). *Sicario*. Lionsgate.
- Zahed, R. (2020, octubre 29). *New Trailer/Q&A: Sofía Alexander Reanimates Mesoamerican Myths in ‘Onyx Equinox’*. Animation Magazine.
<https://www.animationmagazine.net/streaming/new-trailer-qa-sofia-alexander-reanimates-mesoamerican-myths-in-onyx-equinox/>

12. Anexos

12. 1 Taxonomía de los Roles de Colaborador (con las actividades logradas)

Roles	Definición de los roles	Nombre de él(la) investigador(a)	Figura	Grado de contribución	Actividades logradas durante el proyecto	Tiempo promedio semanal (en horas) dedicado al proyecto
Responsable de la dirección del proyecto	Coordinar la planificación y ejecución de la actividad de investigación.	Yunuen Ysela Mandujano Salazar	Directora del proyecto	Principal	Organización y ejecución del proyecto	1

Realización y redacción de la propuesta.	Preparación, creación y redacción de la propuesta de investigación, específicamente la redacción, revisión de coherencia del texto, presentación de los datos y la normatividad aplicable para garantizar el cumplimiento de los requisitos	Yunuen Ysela Mandujano Salazar	Redactora de la propuesta	Principal	Redacción del proyecto. Enviar documentos solicitados por CGIP	1
Desarrollo y diseño de la metodología	Contribuir con el diseño de la metodología, modelos a implementar y el sustento teórico, empírico y científico para la aplicabilidad de los instrumentos en la ejecución del proyecto.	Yunuen Ysela Mandujano Salazar	Diseñadora de metodología	Principal	Diseño de la metodología, selección de muestra.	1
Recopilación de información	Ejecuta las estrategias propuestas en acciones encaminadas a obtener la información, haciendo la recopilación de datos y la inclusión de la evidencia en el proceso.	Yunuen Ysela Mandujano Salazar	Recopiladora de datos	Principal	Recopilación de información de contenidos de interés y sistematización en matrices de categorías.	2
Elaboración de análisis formal de la investigación	Aplicar métodos estadísticos, matemáticos, computacionales,	Yunuen Ysela Mandujano Salazar	Analista de datos	Principal	Análisis de la información con apoyo de Nvivo y	2

	teóricos u otras técnicas formales para analizar o sintetizar los datos del estudio. Verifica los resultados preliminares de cada etapa del análisis, los experimentos implementados y otros productos comprometidos en el proyecto.				análisis textual interpretativo.	
Preparación y presentación de productos entregables	Preparar la redacción del reporté técnico de avance parcial y el reporte técnico final. Se hace la revisión crítica, la recopilación de las observaciones y comentarios del grupo de investigación. Y finalmente se procede a la edición del documento a entregar	Yunuen Ysela Mandujano Salazar	Editora de reportes técnicos	Principal	Redacción de textos académicos, de divulgación y ponencias. Identificación de revistas para publicación y eventos. Seguimiento de los procesos.	3