

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Los medios en la sociedad Del cine a las redes sociales



Coordinadoras
Yunuen Ysela Mandujano-Salazar / Martha Estela Pérez García

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Juan Ignacio Camargo Nassar
Rector

Daniel Constandse Cortez
Secretario General

Guadalupe Gaytán Aguirre
Directora del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte

Jesús Meza Vega
Director General de Comunicación Universitaria

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ



Los medios en la sociedad Del cine a las redes sociales

Coordinadoras
Yunuen Ysela Mandujano-Salazar
Martha Estela Pérez García

Primera edición, 2024

DR © Yunuen Ysela Mandujano-Salazar
Martha Estela Pérez García
por coordinación

DR © Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Avenida Plutarco Elías Calles 1210
Fovissste Chamizal, C. P. 32310
Ciudad Juárez, Chihuahua, México
Tels. +52 (656) 688 2100 al 09

ISBN: 978-607-520-513-7



La edición, diseño y producción editorial de este documento estuvieron a cargo de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Editorial y Publicaciones

Coordinación editorial: Mayola Renova González
Diseño de portada y diagramación: Sofía Taizet Martínez
Ilustración: Juan Jesús Díaz Salas
Cuidado de la edición: Subdirección de Editorial y Publicaciones
elibros.uacj.mx

Índice

Prólogo.....	7
Sandra Adriana Leal Larrarte	
Introducción.....	9
La familia, la cinematografía y el Estado, o la conformación de un modelo de sociedad urbana a través del cine	15
Celina Alvarado Gamiño	
Así nos conocieron; así nos ven: la construcción de la imagen latinoamericana en las animaciones de Disney en la década de 1940	27
Luis Antonio Becerra Soria	
México vende: los estereotipos de la cultura y sociedad mexicana en producciones animadas estadounidenses en la era del <i>streaming</i>	53
Yunuen Ysela Mandujano-Salazar	
Representación de la población LGBTQ+ en series extranjeras	77
Alan Roel Acosta Caldera	
Las expectativas de los encuentros sexuales de las mujeres cisgénero mexicanas de entre 20 y 30 años que consumen pornografía.....	99
Stephani García Portillo	
Violencia digital y mediática contra las mujeres que participan en la arena política	119
Martha Estela Pérez García	
Más espeso que la sangre; la Alianza del Té con Leche frente a la situación actual en Myanmar	137
Juan Jesús Díaz Salas	
Sobre los autores.....	163



México vende: los estereotipos de la cultura y sociedad mexicana en producciones animadas estadounidenses en la era del *streaming*

Yunuen Ysela Mandujano-Salazar

“Las obras de arte que parecen más inocentes y ajenas al poder, las obras que mejor describen la vida emocional, precisamente por ello, también pueden servir al poder”.

Terry Eagleton (2001, p. 81)

De acuerdo con un reporte del Pew Research Center, al 2017, aquellas personas que eran migrantes mexicanas o descendientes de mexicanos conformaban poco más del diez por ciento de la población total y eran ya el grupo hispano de mayor representación y crecimiento (Noe-Bustamante et al., 2019). Esto se ha visto reflejado en los contenidos mediáticos de producción estadounidense—y, por tanto, hegemónicos. En las últimas tres décadas, la gente mexicana y su cultura han dejado de ser solo elementos secundarios para volverse el centro de los argumentos

y personajes de algunas de sus historias. En cine, televisión, *streaming*, música, y otros medios, se pueden ver y escuchar cada vez más nombres y voces de ascendencia mexicana. Algunos creadores como Guillermo del Toro, Alfonso Cuarón y Alejandro González Iñárritu han ganado importante reconocimiento en Hollywood, aprovechándolo para llevar a las pantallas de todo el mundo algunas historias, imágenes o referencias de México o de su gente. De manera similar, en películas y producciones para formato de televisión o *streaming* se pueden ver cada vez más referencias a México.

Esta tendencia parecería una prueba de mayor inclusión; sin embargo, deben examinarse las representaciones y narrativas que manejan dichas producciones, así como la situación y discursos que rodean a México y a la comunidad de origen mexicano en Estados Unidos para determinar si esa presencia mediática está promoviendo un reconocimiento a los aportes de la comunidad a este país y de México al sistema internacional, o si se trata de una perpetuación de estereotipos que impactan negativamente la percepción del mundo sobre lo mexicano. Entre la década de 1990 y la de 2010, múltiples producciones cinematográficas y televisivas dirigidas a una audiencia adulta explotaron con éxito motivos mexicanos cargados de violencia, narcotráfico, pobreza y retraso en general. La representación visual de México en color sepia en gran cantidad de estas producciones ha llamado la atención de comentaristas culturales e internautas en general, generando incluso memes al respecto (Bose, 2021; Malcriadas, 2020; Ponce, 2021; Saldaña, 2019).

En este sentido, destaca que en el lustro de 2017 a 2022, los motivos de México en producciones estadounidenses han trascendido géneros creativos y llegado a la animación con tres títulos para distribución global que se han centrado específicamente en personajes y lugares de México que no se relacionan ni con la zona fronteriza ni con la comunidad mexicoamericana: *Coco* (2017), *Seis Manos* (2019) y *Onyx Equinox* (2020).

El propósito de este capítulo es examinar las representaciones y narrativas que rodean a esas producciones, y contrastarlas con el discurso dominante que Estados Unidos ha producido y promovido sobre México. Se presenta primero una breve discusión sobre el papel de los medios y la animación estadounidense como agente ideologizante. Después, se reseña la metodología utilizada para el análisis y se presenta una revisión de las representaciones más notorias que ha explotado Estados Unidos sobre México en las últimas décadas. Esto dará paso al análisis de narrativas y representaciones de las animaciones de interés. En la conclusión se destaca

cómo estas, apoyadas en la inclusión de creadores de origen o ascendencia mexicana para construir una narrativa de autenticidad, siguen reproduciendo estereotipos condescendientes sobre México y los mexicanos, destacando lo exótico y la otredad.

No tan inocente como parece: la develación de los mensajes

Desde el siglo XX, Estados Unidos ha sido el productor hegemónico de ideologías por medio de los contenidos mediáticos que distribuye al mundo. En particular, sus contenidos de entretenimiento han nutrido por generaciones los imaginarios e ideales de todo tipo: desde el sueño americano y el *American Way of Life*, hasta ideas particulares sobre quiénes son *buenos* y *malos* con base en nacionalidad, etnicidad, creencias religiosas o políticas. A partir de la década de 1990, con el fin de la Guerra Fría y el impulso a la globalización, los grandes conglomerados mediáticos estadounidenses han diversificado las representaciones de sus contenidos. A través de los años, Estados Unidos ha absorbido y promovido múltiples expresiones culturales, impulsando su popularización en el mundo. Cantantes, actores/actrices, creadores y directores, géneros musicales, comidas, vestimentas y diseños de distintos orígenes étnicos y nacionales han ganado terreno en el mercado estadounidense y de ahí han alcanzado fama internacional. Esto, a simple vista, parece un avance en la inclusión y el reconocimiento de la diversidad.

Sin embargo, es discutible que esto signifique una inclusión cultural respetuosa que reconozca los aportes y cualidades que cada grupo social y nación representan para el mundo, y que no se trate, por el contrario, de un medio más para la reproducción de los esquemas ideológicos que buscan mantener a lo *otro* –no angloestadounidense– relacionado con lo exótico, la pobreza, la ignorancia, la violencia o el retraso de algún tipo. El entretenimiento estadounidense se ha caracterizado por crear y difundir estereotipos entre las audiencias globales a partir de la representación alegórica y exagerada de diversos grupos sociales y sociedades que evocan a alguna parte del mundo real.

Tal como dijo Allport (1954), los estereotipos son imágenes, ideas y creencias exageradas que se relacionan a una categoría y justifican ciertas conductas con respecto de ella y sus miembros. No todos los estereotipos son inherentemente negativos –a diferencia de los estigmas– pero, debido a que las características relacionadas con la categoría suelen pensarse

como dominantes, llevan a que a todos los individuos identificados como parte de la categoría se les asignen papeles, defectos, cualidades y emociones que no necesariamente corresponden con su realidad (Inigo, 2007). En los medios, la *iconización* de ciertos elementos permite resaltar la naturaleza o esencia de un grupo acorde con el esquema ideológico dominante (Irvine y Gal, 2000).

Por décadas, la estereotipación de grupos sociales, étnicos y naciones enteras ha sido particularmente alimentada desde la infancia en ambientes familiares a través de los contenidos que se venden al público como los más honestos y de mejores intenciones: las animaciones dirigidas a niños y adolescentes. Debido al poderoso aparato mercadológico que poseen grandes corporaciones mediáticas estadounidenses como Disney, Pixar, Cartoon Network, Nickelodeon o DreamWorks –por nombrar solo a los más destacados– las infancias de numerosos países han crecido viendo repetidamente sus películas y series animadas, alimentándose de los valores, imaginarios y mensajes que ahí están insertos, teniendo un profundo impacto en el fomento de actitudes y expectativas básicas sobre el mundo. Numerosos análisis han resaltado el impacto que tienen las animaciones en niños y niñas, quienes son mucho más susceptibles de asumir lo que ahí ven como *verdad* o como lo *deseable* y moldear sus expectativas con base en ello (Booker, 2010; Gutierrez, 2000; Hoerrner, 1996; Johnson, 2015; Lacroix, 2004; Padilla-Walker et al., 2013; T. Robinson et al., 2007).

Las animaciones estadounidenses han sido consideradas un género dentro de los contenidos que produce, pues tocan temáticas muy limitadas –fantasía, comedia y acción– que van dirigidas a un público infantil, juvenil o familiar (Arnold, 2017; Baker, 2018; Mendelson, 2013). Aun así, tienen un alcance global y, a través de sus representaciones y narrativas, reflejan no solo los valores del sistema dominante, sino también los miedos y amenazas que perciben para su continuidad, por ello estereotipan y construyen a los *aliados* y a los *enemigos*, a quiénes aportan y a quiénes amenazan a la hegemonía estadounidense. Aunque estos mensajes han sido acusados por académicos constantemente, el alcance y continuidad en las ideas y representaciones que tienen las animaciones de Estados Unidos han sido mayormente normalizadas por el resto del mundo, creando una *hollywoodización* de las industrias culturales de otros países (Bergesen, 2016; Booker, 2010; Hoerrner, 1996; Ibbi, 2014; Inigo, 2007; Miller, 2007).

Lo anterior implica que la imagen estereotipada y las narrativas dominantes sobre *los otros*—que, en ocasiones, son los propios—han echado

raíces profundas en el imaginario colectivo. Es un tipo de orientalismo que ha invadido las representaciones de lo no-angloestadounidense en los contenidos que circulan por el mundo (Said, 2003).

Desde los estudios culturales, analizar un contenido mediático requiere comprenderlo como un texto que, con su narrativa y representaciones, construye un mensaje que la audiencia interpreta de acuerdo con su marco cultural referencial. Esta metodología, conocida como análisis textual interpretativo, considera que si bien, el mensaje podría ser interpretado de distinta forma por audiencias diferentes, existe un mensaje dominante que se nutre de los imaginarios y discursos hegemónicos que circulan en las sociedades contemporáneas.

Según la propuesta de Hall (1997), en un primer nivel de significación, la audiencia interpreta el mensaje denotativo de lo representado. Es decir, el sentido obvio o literal, recurriendo a sus sistemas conceptuales. En las animaciones se trata de las acciones realizadas por los personajes y sus representaciones evidentes—si son seres humanos, animales, su sexo, sus características físicas, etcétera. En un nivel más profundo se presenta el mensaje connotativo, el cual está impregnado de una ideología y, para decodificarlo, se recurre a los sistemas simbólico-culturales. En este caso, siguiendo a Barthes (1999), se presentan los mitos, aquellos significados que quieren ser transmitidos sin ser específicamente dichos, pero que remiten a un conocimiento, memoria o conjunto de ideas ya establecidas en la audiencia y que consideran apropiadas. De forma similar, Foucault (1980), argumentaba que las representaciones y mensajes circulantes en una sociedad determinada en un momento histórico determinado construían un discurso que, repetido y congruente en todos los ámbitos de dicha sociedad, generaban un régimen de verdad que tenía efectos reales.

Por tanto, si el objetivo es analizar los mensajes dominantes de un contenido mediático, se deben considerar dos etapas: primero, deconstruir el texto en sus elementos denotativos, y después, reconstruirlo a partir de la interpretación crítica que considere cuidadosamente el contexto en el que se produjo y los elementos simbólico-culturales a los que apela para transmitir un sentido (Marzal Felici y Gómez Tarín, 2007).

Debido a que el objetivo de este análisis es encontrar los estereotipos y elementos discursivos sobre México y los mexicanos que las animaciones *Coco*, *Seis Manos* y *Onix Equinox* están promoviendo al mundo, se deben explorar con cuidado las representaciones de ambientes, lugares y personajes, así como el contexto de producción y distribución de estreno

y las narrativas que acompañaron la promoción de estos productos. A fin de tener elementos para la interpretación crítica, se considera importante establecer las representaciones dominantes sobre México que se han producido desde el entretenimiento estadounidense en las últimas décadas, pues estas han estado circulando por el mundo sentando bases para la interpretación de los mitos.

México –en sepia– vende y Hollywood lo sabe

México, como fuente de imágenes e historias, ha sido adoptado por la industria del entretenimiento estadounidense como parte de su repertorio recurrente desde finales del siglo XX. En un tono muy similar entre sí, 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, centrando sus historias en la región norte de México en un contexto contemporáneo (Mandujano-Salazar y Ramírez-Sánchez, 2020).

En 1992, se estrenó *El mariachi* (Rodríguez, 1992), una película escrita y dirigida por el mexicoamericano Robert Rodríguez. La historia con ambiente *western* se desarrolla en un pueblo ficticio de México y tiene que ver con 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 en Hollywood y el mundo, como Antonio Banderas y Johnny Depp, y catapultaron la carrera en Estados Unidos de la mexicana Salma Hayek.

El éxito que estas películas tuvieron tanto en taquilla como a nivel de críticas en la industria cinematográfica internacional 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, que tuvo un éxito amplio en taquilla, 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 y Maniquis, 2010), coescrita por Robert Rodríguez con su primo, el también mexicoamericano, 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, como policía, tuvo que enfrentar la corrupción y la violencia a causa de un señor de las drogas en México con quien se cruzará nuevamente en Estados Unidos.

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 y 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 –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 y 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 enfocan consistentemente en la violencia, el narcotráfico y la ilegalidad y los problemas que ello causa a estadounidenses, quienes deben involucrarse para poner orden o hacer *justicia*. 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).

El desierto, el color sepia y las calles llenas de basura, vagabundos, *drug dealers* y prostitutas como elementos principales para evocar México son sin duda, denigrantes e ignoran la riqueza de paisajes, cultura y grupos sociales que existen en el país. Pero, sobre todo, refuerzan en el mundo imaginarios reduccionistas y estereotipos de lo que es México.

Es en este contexto donde resulta relevante analizar las representaciones y narrativas presentes en tres animaciones recientes de producción estadounidense que están centradas en locaciones y personajes mexicanos no en relación directa con Estados Unidos. Esto, a fin de encontrar si existe una concordancia o no con las representaciones dominantes sobre México que se promueven en los otros contenidos dirigidos primordialmente a adultos.

La narrativa de la *autenticidad* sobre México desde Estados Unidos

A diferencia de Japón, por ejemplo, en donde existen animaciones para todo tipo de público y abarcando todo tipo de temáticas, Estados Unidos produce animaciones para una audiencia familiar, infantil o juvenil y se espera de ellas que presenten elementos de fantasía o traten temáticas no realistas (McMillan, 2018; Mendelson, 2013). Tal es el caso de las tres producciones que aquí se analizan y es importante tenerlo en cuenta, puesto que las narrativas de promoción que acompañaron a estas animaciones jugaron con los conceptos de autenticidad, al mismo tiempo que de explotación de elementos místicos y fantásticos.

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 historia infantil *Coco* (Unkrich et al., 2017) se convirtió en uno de los filmes

más premiados y con mayor recaudación de taquilla en ese año (Box Office Mojo, n. d.). Producida desde unos de los estudios más poderosos de Hollywood, esta película, que en algún punto del proceso buscó llamarse precisamente *Día de Muertos* (EFE, 2019), presentó dicha festividad mexicana a través de los ojos e historia del niño Miguel y su familia, habitantes de un pueblo muy tradicional –ficticio– 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 y 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, para. 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, des-

de fuera y como estadounidenses, definieron que lo “auténtico mexicano” estaba limitado a los llamados “pueblos mágicos” del centro y sur del país. Estos 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* (Graeber y Rodríguez, 2019). 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, fundador de Powerhouse Animation, quien dice haber sido influenciado por la animación japonesa y su inclusión de todo tipo de temas y audiencias (Schwarz, 2019). Por otro lado, 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* (Alexander, 2020), 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 Sofía 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). En 2007, estudiando arte y diseño en Estados Unidos, Alexander se inspiró en el mundo épico de *El Señor de los Anillos* y en animaciones japonesas y videojuegos para desarrollar una historieta ubicada en el mundo prehispánico como parte de sus trabajos escolares (Pineda, 2020; D. Rodríguez, 2020). En los siguientes años, ya con experiencia como ilustradora para algunos proyectos de Disney y Cartoon Network, se acercó a Crunchyroll y consiguió interesarla en transformar la historia de Izel en una serie de doce episodios (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).

Estas dos animaciones dirigidas a un público no infantil, distribuidas como series en plataformas *streaming* de popularidad y alcance glo-

bal, siguieron en su promoción la misma narrativa de los productores de *Coco* acerca de su intención de salirse de los estereotipos de Hollywood, mostrando a la *auténtica* cultura mexicana y su diversidad. De la misma forma, apoyaron simbólicamente esta narrativa enfatizando la inclusión de personas de ancestros u origen mexicano y la investigación que realizaron para crear sus historias y personajes. Sin embargo, al igual que *Coco*, *Seis Manos* se quedó corto en su representación de la diversidad, pues toda la historia transcurre en un poblado rural y sigue la línea de las series y películas estadounidenses sobre los cárteles de drogas y la violencia que se vive en México, solo que la desarrolló completamente en el país e incluyó a un inmigrante chino para justificar los elementos de artes marciales que sustentan la parte de acción de la serie. En cambio *Onyx Equinox*, si bien aporta elementos que se conocen poco sobre las culturas prehispánicas que habitaban el territorio del México actual, implícitamente reproduce la idea de que los verdaderos mexicanos y los elementos culturales auténticos del país son solo aquellos que están ligados a las culturas indígenas mesoamericanas.

México y los mexicanos en las animaciones estadounidenses

Ahora toca examinar las representaciones que manejan, y como los creadores expresaban que era su intención, estas retan los estereotipos de lo mexicano que dominan en Hollywood. En primer lugar, está *Coco*. La historia se centra en Miguel y su familia de tipo matriarcal extendida, que se dedica al oficio de zapateros. Miguel es un niño que tiene el sueño de ser músico, pero su familia está en contra, por lo que él se lanza a una aventura fantástica en donde cruza al mundo de los muertos. El mensaje en el primer nivel de significación es el del valor de la familia, la importancia de mantener las tradiciones, la necesidad de escuchar y perdonar y de luchar por los sueños. Es un mensaje positivo y sencillo de comprender por niños y adultos de México, y de cualquier otro contexto cultural. Como cualquier película infantil, se establece la personalidad de los personajes en una clara dicotomía de valores; la gran mayoría de los personajes son buenos y hay un villano. De esta forma, condescendentemente se implica que los mexicanos son bonachones y que están bastante conformes con su vida rural. De hecho, uno de los conflictos del personaje principal es que su sueño es dedicarse a un oficio distinto al de su familia, hasta que queda establecido que ser cantante también está “en su sangre”.

La historia se desarrolla en una dimensión temporal incierta en Santa Cecilia, locación inspirada por los pueblos mágicos, con casas blancas con tejas, calles empedradas, papel picado adornando todas las calles, puestos de máscaras de luchadores, de alebrijes, de antojitos. Asimismo, todos los personajes que aparecen tienen rasgos fenotípicos que pueden considerarse indígenas –piel café, ojos oscuros y cabello negro lacio; no aparecen personas de cabello u ojos claros, o de rasgos africanos o asiáticos, quienes– en el México real –también son parte de la mezcla étnica. Los personajes se dedican a oficios –zapateros, cantantes itinerantes, vendedores ambulantes– y se ve a las mujeres adultas cocinando y regañando a sus hijos.

A lo largo del filme se hacen referencias constantes al Día de Muertos y a símbolos del folclor mexicano, como el mariachi y las figuras matriarcales de algunas familias. Así mismo, aparecen personajes inspirados en celebridades icónicas mexicanas de la primera mitad del siglo XX –como Pedro Infante, María Félix y Frida Kahlo– y el perro Dante, de raza xoloitzcuintle, autóctona azteca; todos estos elementos quizá estaban dirigidos a interpelar a la audiencia adulta de origen mexicano, pues difícilmente los niños o adolescentes de cualquier parte del mundo, incluido México, iban a entender las referencias. En general, la representación colorida y alegre del pueblo y los personajes distraen efectivamente a la audiencia de la estereotipación que se hace de México como un país premoderno.

Seis Manos, por otro lado, sigue la historia de Isabella, Jesús y Silencio en el pueblo ficticio de San Simón en algún momento en la década de 1970. Los tres personajes principales quedaron huérfanos cuando eran niños y fueron criados por un inmigrante chino llamado Chiu, quien los entrenó en artes marciales y algunas ideas taoístas. Silencio quedó mudo desde niño, cuando El Balde –un criminal líder de un cartel de drogas– cortó su lengua y asesinó a sus padres. El niño fue rescatado por Chiu y creció junto con Isabella y Jesús. Los tres viven pacíficamente con Chiu hasta que un día, siendo ellos ya adultos, encuentran a Chiu muerto en su casa. En busca de vengar su muerte, los tres terminan involucrándose en luchas con un grupo de sacerdotes católicos que resultan ser narcotraficantes, así como con El Balde y su gente, quienes utilizan habilidades sobrenaturales derivadas de un culto a Santa Nucífera –una estatua que asemeja a la Santa Muerte. En su intento por encontrar la verdad sobre la muerte de Chiu, los huérfanos conocen a la agente local de policía García y al agente afroamericano de la Administración de Control de Drogas estadounidense, Brister,

quien llegó al pueblo tratando de atrapar a El Balde y a una curandera que tiene poderes sobrenaturales.

La serie es una historia compleja de acción que recuerda el ambiente de las películas recientes de Hollywood centradas en cárteles de drogas que se han mencionado anteriormente –llenas de violencia explícita, referencias a drogas y criminales– pero centrado en un pueblo, en lugar de la frontera. Como en el caso de *Coco*, el pueblo San Simón parece modelado de un pueblo mágico: hay un templo católico de tipo colonial, una pequeña plaza, un mercado callejero e imágenes de santos y de la Virgen de Guadalupe. Estas representaciones que son muy adecuadas considerando el contexto rural que la historia presenta, pero se ven exacerbados por elementos más estereotípicos como la música ambiental de mariachi o el papel picado que se muestra decorando todos los puntos del pueblo sin motivo aparente, a diferencia de la película infantil en donde se estaba celebrando un festival.

Por otro lado, llama la atención que, contrario al caso de *Coco*, aquí se observan personajes indígenas y mestizos que son distinguibles no por sus rasgos físicos –pues todos de piel café, pero distintos tipos de cuerpo y distintas texturas de cabello– sino por su uso de ropa tradicional o de estilo contemporáneo. En contraparte, Chiu es un personaje de piel clara y en las escenas que aparece siempre usa vestimentas tipo chino. En cuanto a las personalidades de los personajes, son más complejas que en *Coco*, acorde al tipo de historia y audiencia a la que va dirigida la animación. Aunque sí queda claro quiénes están del lado de la justicia y quiénes son delincuentes, se muestra que los “buenos” tienen un lado oscuro contra el que deben luchar y los “malos” tienen motivaciones diversas y traumas de infancia. Asimismo, los personajes femeninos son fuertes tanto físicamente como en su personalidad. Isabella es la líder del grupo; la agente García rechaza verbal y explícitamente el machismo del afroamericano Brister; y una niña huérfana se muestra cuidando de ella y de otros niños frente a los hombres de la mafia que los atrapan en algún momento. Mientras que los personajes mexicanos varones, aunque aparentan ser el tipo macho –violentos, fuertes físicamente, borrachos, etcétera– no son mostrados expresando sexismo explícito como sí lo hace Brister.

Finalmente, *Onyx Equinox* es una animación que comparte los elementos sobrenaturales y violencia explícita de *Seis Manos*, pero la historia está completamente desarrollada en la época prehispánica. Como tal, los ambientes muestran pirámides, aldeas con casas de madera y techos de paja y algunos elementos como el juego de pelota, sacrificios humanos y

telares. Debido a que todos los personajes humanos pertenecen a comunidades étnicas mesoamericanas, sus rasgos son uniformemente piel café, cabello y ojos negros o cafés y todos llevan vestimentas sencillas o simplemente visten taparrabos, solo los de las élites aparecen con penachos y maquillajes ceremoniales. Por otro lado, los personajes no humanos –dioses, seres del inframundo y monstruos– siguen representaciones distintas; algunos mezclan apariencia humana de piel y cabello oscuro, pero ojos amarillos que se transforman en esqueletos; otros son bestias con rasgos de animales o insectos.

La historia se centra en Izel, un adolescente que, luego de que su hermana fuera sacrificada en un rito a los dioses, es elegido por Quetzalcóatl para cerrar las puertas del inframundo y salvar a la humanidad de Tezcatlipoca. Las aventuras en las que se involucra junto con otros personajes van mostrando numerosas referencias a mitologías mesoamericanas con todo su misticismo, pero también con la crudeza que implicaban en las prácticas de esos pueblos. En contraposición, el desarrollo de las historias de los personajes humanos no es muy profunda fuera de su lugar en las luchas de los dioses. Es evidente que los creadores pusieron gran esfuerzo en mostrar la riqueza de las mitologías de esas culturas, pero terminaron cayendo en algunos errores anacrónicos, como mezclar ciudades que no fueron contemporáneas –Monte Albán, que desapareció alrededor del siglo VIII, y Tenochtitlán que fue fundado en el siglo XIV. Por tanto, las representaciones de esta animación apoyan la relación de lo mexicano con lo prehispánico, reforzando estereotipos del indigenismo que, si bien es parte esencial, no es totalizante de la cultura mexicana contemporánea.

Reflexiones finales

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 mar-

ciales, 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 romanizadas de este 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 la Época 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 retomado y diseminando esas representaciones por el mundo, consolidando lo mexicano estereotipado como un producto vendible. 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.

Referencias

- Aguilar, C. (27 de junio de 2017). '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. (2020). *Onyx Equinox*. Crunchyroll.
- Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice Unabridged*. Addison-Wesley.
- Arnold, G. B. (2017). *Animation and the American Imagination: A Brief History*. ABC-CLIO. <https://www.abc-clio.com/products/a4557c/>
- Baker, B. (11 de diciembre de 2018). *Ten trends in American animation*. Penn Today. <https://penntoday.upenn.edu/news/ten-trends-american-animation>
- Barthes, R. (1999). Mitologías. En *The Modern Language Journal* (Issue 3). Siglo XXI.
- Bayona, A. (2 de diciembre de 2018). 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. (15 de marzo de 2017). 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>
- Bergesen, A. (2016). How to Sociologically Read a Movie. *Sociological Quarterly*, 57(4), 585–596. <https://doi.org/10.1111/tsq.12151>
- Bernard, C., y Miro, D. (2018). *Narcos: México*. Netflix.
- Bertschy, Z. (2 de octubre de 2019). *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>
- Booker, M. K. (2010). Disney, Pixar, and the Hidden Messages of Children's Films. *Praeger*.
- Bose, T. (12 de febrero de 2021). 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 IMDb Pro. Recuperado el 13 de julio, 2020, de la página <https://www.boxoffice Mojo.com/release/r13983050241/>
- Calderón, L. (18 de octubre de 2017). Coco, una carta de amor a lo mexicano. *Excelsior*. <https://www.excelsior.com.mx/funcion/2017/10/18/1195412>
- Cardenas, C. (13 de marzo de 2019). 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). 5 Problems 'the Wall' Won't Solve. *Politico Magazine*. <https://www.politico.com/magazine/story/2017/02/trump-wall-mexico-problems-immigration-214837/>
- Eagleton, T. (2001). *La idea de cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales*. Paidós.
- EFE. (1 de noviembre de 2019). "Día de Muertos", el filme que atrasó su estreno dos años por culpa de 'Coco'. Los Angeles Time. <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2019-11-01/dia-de-muertos-el-filme-que-atraso-su-estreno-dos-anos-por-culpa-de-coco>
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge. Selected Interviews and Other Writings 1972-1977*. Pantheon Books.
- Graeber, B., y Rodríguez, Á. (creadores). (2019). *Seis Manos*. Viz Productions.
- Gutierrez, G. (2000). Deconstructing Disney: Chicano/a children and critical Race Theory. *AZTLAN A Journal of Chicano Studies*, 25(2), 7. <https://link.gale.com/apps/doc/A66919822/AONE?u=anon~b162441f&sid=googleScholar&xid=678556ee>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.
- Halls, K. (29 de noviembre de 2020). 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. (15 de diciembre de 2020). Onyx Equinox: interview with creator Sofia Alexander. *SciFiNow*. <https://www.scifinow.co.uk/tv/onyx-equinox-interview-with-creator-sofia-alexander/>
- Hoerrner, K. L. (1996). Gender Roles in Disney Films: Analyzing Behaviors from Snow White to Simba. *Women's Studies in Communication*, 19(2), 213-228. <https://doi.org/10.1080/07491409.1996.11089813>

- Ibbi, A. A. (2014). Hollywood, The American Image and The Global Film Industry. *CINEJ Cinema Journal*, 3(1), 93-106. <https://doi.org/10.5195/cinej.2013.81>
- Inigo, M. (2007). The Stereotyping of Spanish Characters and Their Speech Patterns in Anglo-American Films. *RæL-Revista Electrónica de Lingüística Aplicada*, 6, 1-15.
- Irvine, J., y Gal, S. (2000). Language Ideology and Linguistic Differentiation. En P. v Kroskity (Ed.), *Regimes of Language: Ideologies, Politics and Identities* (pp. 35-84). School of American Research.
- Johnson, R. M. (2015). *The Evolution of Disney Princesses and their Effect on Body Image, Gender Roles, and the Portrayal of Love* [Master, James Madison University]. <http://commons.lib.jmu.edu/edspec201019/6>
- Lacroix, C. (2004). Images of Animated Others: The Orientalization of Disney's Cartoon Heroines from The Little Mermaid to The Hunchback of Notre Dame. *Popular Communication*, 2(4), 213-229. https://doi.org/10.1207/s15405710pc0204_2
- León, A. (25 de octubre de 2017). *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. (20 de noviembre de 2020). *Interview with Sofia Alexander*. UK Anime Network. https://www.uk-anime.net/articles/Interview_with_Sofia_Alexander.html
- Malcriadas. (22 de agosto de 2020). 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., 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>
- Marzal Felici, J., y Gómez Tarín, F. J. (2007). Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto fílmico para la formulación de una propuesta de trabajo. En J. Marzal Felici y F. J. Gómez Tarín (Eds.), *Metodologías de Análisis del Film* (pp. 31-56). Edipo.
- McMillan, G. (12 de diciembre de 2018). Which Animated Feature Genres Are Audiences Looking for? *The Hollywood Reporter*.

- <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/animated-feature-genres-are-audiences-looking-1168481/>
- Mendelson, S. (24 de septiembre de 2013). Animated Film in America is Still a Genre, not yet a Medium. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2013/09/24/animated-film-in-america-is-still-a-genre-not-yet-a-medium/?sh=5a2d2c9b1c96>
- Miller, T. (2007). Global Hollywood 2010. *International Journal of Communication, 1*, 1-4. <http://people.umass.edu/~comm342/miller.pdf>
- Naranjo, G. (2011). *Miss Bala*. 20th Century Fox.
- Noe-Bustamante, L., Flores, A., y Shah, S. (16 de septiembre de 2019). *Facts on Hispanics of Mexican origin in the United States, 2017*. Pew Research Center.
- Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., Fraser, A. M., y Stockdale, L. A. (2013). Is Disney the nicest place on earth? A content analysis of prosocial behavior in animated Disney films. *Journal of Communication, 63*(2), 393-412. <https://doi.org/10.1111/jcom.12022>
- Pineda, G. (20 de noviembre de 2020). Entrevista: Sofía Alexander comparte los secretos de Onyx Equinox. *Cine Premiere*. <https://www.cinepremiere.com.mx/sofia-alexander-onyx-equinox-entrevista.html>
- Ponce, A. (29 de julio de 2021). 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. (7 de diciembre de 2016). “Coco” es una carta de amor para México. *Milenio*. <https://www.milenio.com/espectaculos/coco-es-una-carta-de-amor-para-mexico>
- Robinson, J. (6 de diciembre de 2016). 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. (22 de noviembre de 2017). 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>
- Robinson, T., Callister, M., Magoffin, D., y Moore, J. (2007). The portrayal of older characters in Disney animated films. *Journal of Aging Studies, 21*(3), 203-213. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2006.10.001>

- Rodríguez, D. (19 de noviembre de 2020). “Onyx Equinox”, la historia animada con un niño indígena como protagonista. *Lo Mejor de Verne*. https://verne.elpais.com/verne/2020/11/19/mexico/1605764156_646252.html
- 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., y Maniquis, E. (2010). *Machete*. Sony Pictures Home Entertainment.
- Said, E. W. (2003). *Orientalism*. Penguin Books.
- Saldaña, S. (1 de agosto de 2019). 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. (25 de septiembre de 2019). Interview: “Seis Manos”. Representation, and Animation with Alvaro Rodríguez. *But Why Tho?* <https://butwhythopodcast.com/2019/09/25/interview-seis-manos-representation-and-animation-with-alvaro-rodriguez/>
- Schwarz, J. (1 de octubre de 2019). Seis Manos Q&A: Brad Graeber (Seis Manos Showrunner, Co-Creator and Executive Producer) and Álvaro Rodríguez (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. (30 de octubre de 2017). El Palacio de Bellas Artes abrió sus puertas para el estreno de Coco, cinta de animación producida por los estudios Disney Pixar. *Secretaría de Cultura*. <https://inba.gob.mx/prensa/7230/-nbspel-palacio-de-bellas-artes-abri-oacute-sus-puertas-para-el-estreno-de-nbspcoco-cinta-de-animaci-oacute-n-producida-por-los-estudios-disney-pixar>
- Secretaría de Turismo. (27 de junio de 2014). *SECTUR: Programa Pueblos Mágicos*. Programa Pueblos Mágicos. https://web.archive.org/web/20140824065917/http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos
- Soderbergh, S. (2000). *Traffic*. USA Films.
- Sollima, S. (2018). *Sicario: Día del soldado*. Columbia Pictures, Lionsgate.
- Stiehm, M., y Reid, E. (2013). *The Bridge*. 20th Television.

- Sutton, K., y 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. (11 de octubre de 2019). *Interview with Alvaro Rodriguez (writer/creator) Seis Manos #NYCC19 #SeisManos*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8nJ8uefvYjE>
- Trumbore, D. (30 de mayo de 2020). "Seis Manos" Creators on How the Mexicanime Series Made "Castlevania" Possible. *Collider*. <https://collider.com/seis-manos-season-2-creators-interview/>
- Ugwu, R. (22 de noviembre de 2017). 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., y Molina, A. (Creadores). (2017). *Coco*. Walt Disney Studios.
- Villeneuve, D. (2015). *Sicario*. Lionsgate.
- Zahed, R. (29 de octubre de 2020). New Trailer/Q&A: Sofia 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>