

Los perros amores de los tapatíos

Patricia Torres San Martín*

—En Guadalajara, cuando nace un niño, los doctores, para saber qué va ser de grande, le meten el dedo por el culo: si da una patada es que va ser futbolista, si grita es que va ser mariachi, si se ríe es que va ser marica.

—¿Y si es niña?

—Nos esperamos a que cumpla 18 años, para meterle nosotros el dedo”

(Octavio platicando con Susana, durante el desayuno, en la película *Amores perros*)

This work is part of a larger investigation of the response of Guadalajara audiences to contemporary Mexican films. The principal objective is to find analytic indicators within an intelligible framework where foci of culture and film meet, in order to understand the reason for different readings and interpretations arising from a screenplay. In particular, the study looks at the Mexican film *Amores Perros* (2000), by Alejandro González Iñárritu, and the responses from 180 Guadalajara viewers from different social sectors and age groups who saw the movie in the summer of 2000 and answered written and oral questions.

El presente trabajo es un avance de un proyecto mayor de investigación sobre la recepción del cine mexicano contemporáneo y sus audiencias en Guadalajara. El principal objetivo es encontrar indicadores de análisis en un marco teórico inteligible donde se fusionen enfoques de cultura y cine, a fin de entender el porqué de las diferentes lecturas e

* Profesora-investigadora del Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos del CUCSH, UdeG. Correo electrónico: patorres@cen-car.udg.mx.

interpretaciones que se derivan de un texto fílmico y lo que hay detrás de estos discursos. Particularmente, me referiré a un estudio de caso que llevé a cabo con la película mexicana *Amores perros* (2000), de Alejandro González Iñárritu, y 180 personas de la ciudad de Guadalajara procedentes de distintos sectores sociales, edades, género y escolaridad, quienes vieron la película el pasado verano del 2000 y a las cuales se les aplicaron encuestas orales y escritas.

Introducción

El presente trabajo es un avance de investigación sobre la recepción del cine mexicano contemporáneo entre el público tapatío.¹ Dicha investigación busca encontrar indicadores de análisis, en un marco teórico inteligible donde se fusionen enfoques culturales y de cine, a fin de entender las diferentes lecturas e interpretaciones que se derivan de un texto fílmico y lo que hay detrás de estos discursos.

Particularmente, me referiré a un estudio de caso que llevé a cabo con la película mexicana *Amores perros* (2000), de Alejandro González Iñárritu, entre 180 personas de la ciudad de Guadalajara, de diferentes sectores sociales, edades, género y escolaridad, quienes vieron la película el pasado verano del 2000. A todas ellas se les aplicó una encuesta, oral y escrita.

Dicho trabajo se ubica en el marco de los estudios de recepción que tienden a investigar lo que pasa con aquellos sujetos que interactúan con una película, vertiente teórica del campo de la comunicación mejor conocida como análisis crítico de las audiencias.² Este enfoque se centra en el estudio de la influencia que tienen las formas locales del discurso para leer, recibir o interpretar determinado texto. En suma, lo que se busca —además de conocer qué tipo de gratificación deja un referente mediático (película) en el espectador (entretenimiento, evasión o reflexión)— es entender cómo el público reconstruye la película para hacerla suya. En este sentido, la cinta se convierte en

1. Gentilicio con el que se denomina a las personas que nacen en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México.
2. Entre los autores que han impulsado esta tendencia, se puede citar como los más representativos a: David Morley, Stuart Hall, Brhun Jensen, Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco, quienes desde diferentes contextos y miradas han logrado vincular los estudios de recepción en los campos de la cultura, la semiótica y la comunicación.

un objeto específico. Pero hay que relacionarlo con otros fenómenos sociales y culturales, y, por tanto, el análisis de su recepción debe vincularse con otras prácticas culturales, económicas e institucionales.

Vale la pena señalar que las teorías del cine han ubicado a las películas y a sus autores como los objetos principales de análisis, olvidándose de cuestiones relacionadas con el contexto en el que circulaban y se consumían; además, se concedía muy poca importancia a su público. O bien, han demostrado poco interés en el espectador antes de que entre al cine, dando prioridad, en su lugar, a la posición del espectador a través de los textos fílmicos. No fue sino hasta la década de 1970 cuando los análisis post-estructuralistas y las nuevas tendencias de los estudios feministas en el cine intentaron responder a cuestiones más ligadas con los mecanismos internos del momento de recepción e interpretación del texto. En este contexto, cobraron impulso los estudios de recepción y, al mismo tiempo, se reconceptualizó al cine como un sistema de significados, para empezar a entenderlo como una actividad significativa. Teresa de Lauretis señala que las condiciones de recepción están muy ligadas con los deseos conscientes e inconscientes que el espectador guarda en sí mismo, en el momento mismo de enfrentar la narración y el relato de una película (1984). Ahora bien, tampoco hay que olvidar que las puestas en escena que las películas nos muestran se convierten en referentes a través de los cuales se dejan filtrar muchos otros, los cuales no son necesariamente los que aparecen en la pantalla, sino los que están en nuestras mentes: nuestras ideas, nuestros afectos, nuestros temores o nuestros prejuicios, a los que Marc Ferró denominó los lapsus (1974), o las convenciones culturales, en la interpretación de Jackie Stacey (1993). Ya sea lapsus o convenciones culturales, ambos están presentes en el momento mismo de sentarnos frente a la pantalla: son el cúmulo de experiencias pasadas, de construcciones históricas y culturales que no se construyen en este preciso momento, sino se activan a través de las representaciones visuales que sobre determinado tema, personaje o historia estemos presenciando en una película.

Así mismo, me gustaría definir el concepto de público o audiencias, mismo que se ha reformulado, tanto en el campo de los estudios de la cultura y la comunicación, así como en las teorías de cine. Hasta la década de 1970, se consideraba a las

audiencias y/o públicos como sujetos pasivos que solamente recibían los mensajes de un determinado medio; de aquí que se hablara de receptores. Actualmente, vivimos en un medio cultural dominado por nuevas tecnologías que, vertiginosamente, han desdibujado los códigos mismos de cada medio y, por consiguiente, el público se está también reconfigurando. De tal suerte que ya no es posible hablar de un espectador único de cine, o de una audiencia única de los medios audiovisuales (TV, videos), ambos están relacionados. Ni tampoco podemos seguir hablando de un sujeto pasivo al que se le manipula. Si bien el público actual está adscrito a una geografía *mass*-mediática en donde sigue prevaleciendo el poder de las industrias culturales (Sodré), éste también construye sus lecturas de manera individual y tiene capacidades y competencias comunicativas que le permiten coexistir en medio de este mundo globalizado, *mass*-mediático y virtualizado. Sin errar la perspectiva de equiparar el concepto de "activo" con "poderoso", David Murley nos ayuda a aclarar esta situación al señalar que:

La diferencia entre ejercer poder sobre un texto y ejercer el poder sobre la agenda dentro del cual se construye y se presenta ese texto son dos cosas muy diferentes. El poder que tienen los espectadores para interpretar los sentidos de un texto (film) no es lo mismo que el poder discursivo que tienen las instituciones centralizadas de los medios para construir los textos, imaginar otra cosa es una necesidad (Morley 1996).

Bajo estos supuestos, quiero analizar por qué la película *Amores perros* fue leída e interpretada desde visiones diferentes según el contexto social, laboral e identitario en el cual está ubicado el público. Con ello pretendo señalar una veta de estudio sobre la importancia y relevancia de inscribir cada situación de recepción en relación con públicos y contextos específicos, y, entonces, poder explicar si a través de las nuevas propuestas temáticas, narrativas y estilísticas del cine mexicano actual, el público está reconociendo nuevos valores sociales, morales o culturales; o bien, simplemente se están reforzando los valores de antaño. Asimismo, comprobar si es cierto que el cine mexicano ha recuperado un público y tiene un lugar de predominio e influencia en la sociedad tapatía. Finalmente, conocer el tipo de audiencia que se está identificando con él y los subtemas que hay detrás de este nuevo *boom* del cine urbano mexicano.

Amores perros en el contexto del cine mexicano

Con el membrete “nuevo cine mexicano” se denominó a una generación de cineastas que incursionó en el oficio de la cinematografía, a finales del decenio de 1980, con el fin de atraer al público mediante historias con contenido social, acordes a las problemáticas actuales, e innovando técnicas, estilos y narrativas. Entre los cineastas que lograron destacar en estos terrenos, se puede citar a dos generaciones: los pertenecientes a la “vieja guardia”, como Felipe Cazals, Jorge Fons, Jaime Humberto Hermosillo, Gabriel Retes y Arturo Ripstein, y los de la “nueva generación”, en su mayoría egresados de las dos escuelas de cine más importantes que hay en México —Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) y Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC)— como María Novaro, Alfonso Cuarón, Guillermo del Toro, Luis Estrada, Carlos Carrera, Maryse Sisto y Juan Carlos Rulfo, por nombrar a los más representativos.

Buena parte de la producción de estos realizadores tuvo, en su momento, una buena acogida por parte del público, debido sobre todo al tratamiento de los temas centrales de sus historias: los conflictos de la pareja, el sida, el rol actual de la mujer como sujeto social activo, así como la situación apremiante de la migración campesina a la ciudad. Otro factor que contribuyó a una buena recepción de este cine fue haber reactivado algunos de los géneros cinematográficos más socorridos del cine nacional, tales como el melodrama familiar y social (*Como agua para chocolate*, 1991, de Alfonso Arau), el melodrama arrabalero (*Danzón*, 1991, de María Novaro), la comedia (*Sólo con tu pareja*, 1991, de Alfonso Cuarón) y el costumbrismo rural (*La mujer de Benjamín*, 1990, de Carlos Carrera).

Es un hecho, también, que los realizadores se replantearon sus expectativas de creación a partir de la transformación de los nexos con un paradigma tradicional filmico. Ello les permitió establecer definitivamente su relación con la sociedad, a través de su libertad y poder de expresión.

Esta amalgama de situaciones estuvo ligada a cambios en las políticas culturales de las instancias industriales filmicas (apoyos financieros a las producciones nacionales hasta de 60% por parte del Instituto Mexicano de Cinematografía, creación de modelos nuevos de coproducción, tanto con países latinoamericanos como con europeos, y la apertura de canales de distribu-

ción y venta de los productos hacia el exterior), que propiciaron un nuevo escenario en donde la producción, la distribución y el consumo del cine nacional cobraron nuevas dimensiones. Gracias a sus propuestas los realizadores mexicanos contemporáneos lograron sentar un precedente digno entre el público. Los consumidores, espectadores comunes y corrientes, anteriormente inclinados a ver exclusivamente cine hollywoodense y a calificar al nacional como “churro” y “chabacanería” —o bien definirlo como “cine de las elites y los aficionados”—, volvieron a poner su atención en el cine nacional.

Los primeros cuatro años de la década de 1990 anunciaban prosperidad y éxito, tanto a las nuevas como a las viejas generaciones; incluso el número de producciones indicaba que el cine mexicano estaba pujante (en 1993 se produjeron 52 películas). Sin embargo, con la severa crisis económica que sacudió el fin del sexenio salinista (1994) se trastocaron todos los sectores, incluido, por supuesto, el de la industria fílmica. Las iniciativas de supervivencia que se habían venido llevando a cabo a lo largo la década anterior sucumbieron frente al panorama desalentador que privaba en la mayoría de los sectores productivos del país. No fue sino hasta 1998 que la industria fílmica comenzaría a recuperar terreno, y ya para 1999 se lograron producir 23 títulos, número que en el 2000 se elevó a 27. Destaca la participación de nuevos productores, tales como las firmas extranjeras Alta Vista, Univisión Network, Warner Brothers y Buena Vista Internacional. En el terreno de la distribución, aunque lentamente, el número de películas mexicanas estrenadas ha crecido de manera paulatina en los dos últimos años. De los 14 títulos que se presentaron en cartelera en 1999, se pasó a 17 en el año 2000.³ Como resultado de esta reactivación en los sectores productivos y de distribución, en el campo de la realización también fue notorio el entusiasmo y el talento que las generaciones pasadas de cineastas pusieron a sus más recientes obras, tales como: *Perfume de violetas*, de Maryse Sisctach, *Escrito en el cuerpo de la noche*, de Jaime Humberto Hermosillo, *Vera*, de

3. Conviene destacar el interés de las compañías mayores por distribuir cine mexicano, a partir de 1999. A la fecha, la 20th Century Fox lo hizo con las cintas: *La otra conquista* (1998), de Salvador Carrasco, y *Sexo, pudor y lágrimas*, iniciativa a la que se unió también Buena Vista-Columbia-Tri Star con *Bajo California: el límite del tiempo* (1998), de Carlos Bolado, y la más reciente *Crónica de un desayuno* (2000), de Benjamín Cann.

Francisco Athié, *Demasiado amor*, de Ernesto Rimoch, *Su alteza serenísima*, de Felipe Cazals, *Otilia Rauda*, de Dana Rotberg, *La perdición de los hombres*, de Arturo Ripstein; o bien el caso del debutante Gerardo Tort, con *De la calle*, por citar algunos títulos. Un caso por demás relevante fue la incursión en la cinematografía del publicista y director de videoclips Alejandro González Iñárritu, quien con su ópera prima *Amores perros* logró, de manera muy particular y original, superar la condición de un simple producto de consumo —en la línea de *Sexo, pudor y lágrimas* y *Todo el poder*—, para apostarle a un relato lleno de sensaciones y sentimientos en el que su guionista, Guillermo Arriaga, más que dar respuestas formula preguntas.⁴

Contexto de la exhibición de Amores perros en Guadalajara

Durante el verano del año 2000, en medio del ambiente político efervescente e inédito en el país que significaron las elecciones presidenciales del 2 de julio, sonaba en boca de casi todos los mexicanos la más reciente noticia: una película mexicana, *Amores perros*, había sido galardonado con el Gran Premio de la Semana de la Crítica en el Festival de Cannes 2000. En medio de una gran expectación, los medios masivos de comunicación divulgaron la noticia y sin más preámbulos *Amores perros* se estrenó comercialmente en todo el país (16 de junio del 2000), logrando recaudaciones de taquilla que no había obtenido ninguna otra cinta mexicana (16 semanas en cartelera nacional, con ingresos de 80 millones de pesos y tres millones de espectadores).⁵

A la fecha, la cinta lleva en su haber más de una treintena de premios en festivales de cine de la talla de Cannes, Edimburgo, Flandes, Chicago, Los Ángeles, Montreal, Bogotá, Valdivia, Sao

4. Guillermo Arriaga, a la fecha, ha escrito las siguientes novelas: *Escuadrón guillotina*, *Un dulce olor a muerte* y *El búfalo de la noche*. La segunda se llevó a la pantalla bajo la dirección de Gabriel Retes, en 1999.
5. *Sexo, pudor y lágrimas* (1998), de Antonio Serrano, se exhibió por 26 semanas, no consecutivas, en diferentes salas de cine de toda la república. Logró recaudar 116 millones de pesos, al 20 de julio del 2000. *Todo el poder* (1999), de Fernando Sariñaga, recaudó en 12 semanas de exhibición 30 millones de pesos, y *La ley de Herodes* (1999), de Luis Estrada, a ocho semanas de exhibición recaudó 20 millones de pesos. Todos estos datos han sido proporcionados por la Cámara Nacional de Cinematografía.

Paolo, Tokio, Oslo, Huelva, Lodz, La Habana, Kiky Liubi y Oporto. Así como las nominaciones a mejor cinta extranjera en la edición 73 de los *Oscar* y mejor película extranjera en los Globos de Oro. El pasado mayo 28 del 2001, la Academia Mexicana de Ciencias Cinematográficas galardonó a *Amores perros* con 10 *Arieles*. La película se ha estrenado en varios países latinoamericanos (Argentina, Colombia y Venezuela), así como en España y, recientemente, en algunas ciudades de Estados Unidos.

La exhibición de *Amores perros* se convirtió en México en un fenómeno social y cultural que levantó polémica en casi todos los sectores del ámbito cinematográfico. El público corrió y fue a verla, arrastrado por la curiosidad y seguro de que la función continuaba y de que el cine mexicano podía llegar más allá de la denuncia de *La ley de Herodes* (1999), de Luis Estrada, y de *Todo el poder* (1999), de Fernando Sariñana.

Otro dato relevante es que la película se estrenó en temporada de verano. Durante dicho periodo se suelen estrenar las novedades hollywoodenses, en este caso *Misión imposible 2*, *Dinosaurios* y *Fantasia*, películas representativas de los dos géneros más vistos: cine de acción y cine de animación (consultar el registro de las películas más taquilleras entre 1991 y 1999 en Anexo I). De tal suerte que estrenar una película mexicana frente a estas opciones de competencia representaba una verdadera apuesta del cine nacional. Generalmente, los productores y distribuidores nacionales no corren estos riesgos.

Los datos de entradas y asistencia en los cines de toda la república reportaban, al 7 de agosto, que la película *Amores perros* había recaudado más por concepto de entradas que las películas hollywoodenses en cartelera.

Más allá de lo que signifiquen estos indicadores estadísticos como ganancias para productores y distribuidores nacionales e internacionales, lo que me importa como precedente, en el ámbito de la cinematografía nacional, es que esta nueva ola de corrientes, temáticas y narrativas cinematográficas está ocupando un lugar especial en las preferencias del público, y hablar del cine nacional al interior de diferentes sectores sociales es ya un lugar común.

Cabe señalar también que en el caso del público tapatío hay un factor de mayor peso, que nos habla de un público cinéfilo y crítico, debido sobre todo a la presencia de la Muestra de Cine

Mexicano en la ciudad de Guadalajara desde hace 16 años. Dicho evento presenta anualmente las más recientes producciones nacionales —largometrajes y cortometrajes— en la mayoría de las salas de cine de la ciudad, y se cuenta, además, con la presencia de directores, actrices y actores. Hasta hace diez años el público en general tenía sus reservas frente a dicho evento: asistían a éste solamente los asiduos a los festivales internacionales de cine o los cinéfilos de corazón. A partir de 1991 y 1992, la programación de las películas se tuvo que expandir al doble de cines en virtud de la demanda del público. A últimas fechas, la llegada de la Muestra de Cine Mexicano se espera con gran entusiasmo. A propósito del número de asistentes, de entonces a la fecha, la media es de 26 a 35 mil personas.

De tal suerte que el estreno de *Amores perros*, el 16 de junio, no pudo tener mejor acogida: permaneció en cartelera hasta el 22 de septiembre, en corridas diarias en todos los complejos de cine que hay en la ciudad: Cinemas Lumière, Cinemark, General Cinema, Hollywood Cinema, Centro Magno, Gran Plaza, Plaza Arboledas, Cinemas Tolsa, Multicinas de la Normal, Multicinas Independencia, Plaza del Sol, Plaza Oblatos, Plaza México, Plaza Revolución, Plaza las Torres, Plaza Pabellón y Multicinas Las Fuentes, con exhibición hasta en dos y tres salas de algunos de estos complejos. El estreno de la película estuvo precedido por una gran campaña publicitaria, que incluyó *spots* radiofónicos, programas especiales en la televisión con entrevistas al director, avances en las salas de cine, espectaculares publicitarios en las calles de la ciudad y en el transporte urbano, así como notas diarias en la prensa local. Esta operación mercadotécnica rindió buenos resultados a los productores y distribuidores de la cinta (Consultar en Anexo II los resultados en los principales complejos de cine)

Entre el video clip y el melodrama a la mexicana

Amores perros es, ante todo, una película que tiene una gran fuerza visual y dramática sostenida, no obstante su larga duración (poco más de dos horas y media); además, es una obra muy rica en matices y en estilos que remite a lo que ha sido el cine urbano en México a últimas fechas, pero agrega aspectos inéditos.

Los extremos son las premisas de su relato: el amor, la muerte y la redención, unidos por un terrible accidente automovilístico en el que coinciden un perro de pelea (el Cofi), un joven —llamado Octavio— (Gael García) enamorado de su cuñada Susana (Vanessa Bauche), un publicista casado (Álvaro Guerrero), quien abandona a su esposa e hijas por una atractiva modelo española, Valeria (Goya Toledo), y un ex profesor universitario y ex guerrillero, “El Chivo” (Emilio Echevarría), quien deja a su familia para enfrentar primero una lucha personal y, después, el peso de la ausencia.

Dicho relato está contado a través de tres historias. La primera historia, de Octavio y Susana, es la más dinámica y agresiva. Desde el principio nos conduce vertiginosamente en una persecución de dos jóvenes, mentando madres y pisando el acelerador a fin de escapar de sus seguidores. En el asiento de atrás se desangra un perro negro (el Cofi). Un choque inesperado, en una esquina, termina con este vértigo visual de arranque. Posteriormente, nos adentramos en arenas de peleas de perros y al departamento donde viven Susana, su bebé, Ramiro (esposo de Susana), Octavio (hermano menor de Ramiro) y la madre de Ramiro y Octavio.

A lo largo de todo este primer episodio, se recurre al lenguaje del video clip y al uso de cámara en mano para sostener un ritmo rápido, que no permita abandonar o distraer la atención del espectador, y un montaje perfectamente planeado y diseñado para vincular y presentar el drama central de este episodio: un triángulo amoroso entre dos hermanos y la mujer de uno de ellos. En el ínter se nos va presentando a cada uno de los personajes que, posteriormente, protagonizarán las otras dos historias. A diferencia de las otras dos historias, en ésta se hace gran alarde de una puesta en escena realista, economía de diálogos y una inventiva genial para contar las intrigas y las escenas dramáticas a través de imágenes.

Las peleas de perros y los asaltos a la farmacia y banco funcionan como elementos de violencia y como catalizadores de la problemática social que se vive actualmente en las grandes ciudades: delincuencia, desempleo y crisis económica.

La mayoría de los personajes de esta historia (Octavio, Ramiro, “El Jarocho”, el amigo de Octavio y la propia Susana) son jóvenes de clase baja de un barrio popular cualquiera de la ciudad de México. Se identifican por su manera de hablar, vestir,

y por ciertas prácticas culturales: escuchan rock en español, andan en patineta, les gusta la velocidad, forman parte de pandillas, ven TV en la casa (películas mexicanas de antaño), viven en la casa materna y sueñan con irse de mojados a EU. Los personajes masculinos son fácilmente identificables y devienen piezas claves para que los espectadores se sientan atraídos. Relacionamos el espacio geográfico de la película con la ciudad de México gracias a algunos exteriores identificables, pero no tanto por la manera de hablar de sus habitantes. El barrio podría ser cualquier barrio popular de una ciudad mexicana.

La segunda historia, de Daniel y Valeria, es totalmente diferente a la anterior. En su género, es una farsa. Está ubicada en un medio social diferente: la clase media alta empresarial de los publicistas y las modelos. Narrativa y visualmente, el relato baja de tono en todos los sentidos, lo cual sirve no solamente para bajar los 60 minutos de adrenalina, pasión y violencia del primer episodio, sino para asimilar la fuerte carga irónica de este relato. La hermosa y famosa modelo (Valeria) pierde su pierna en el choque y queda postrada en una silla de ruedas, contemplando, a través de la ventana de su nuevo hogar, el espectacular que exhibe su pasada escultural figura. Daniel, su amante, abandonó a su esposa e hijos por el objeto del deseo, mismo que ahora se ha convertido en un ser mutilado y acabado moralmente; y, por si fuera poco, tendrá que cuidar también a "Richie", la mascota de la modelo, la cual, a diferencia de su dueña-madre, salió ilesa del ataque de las ratas.

La historia sirve como enlace de los tres episodios: nos va dando referencias del antes y después de la primera, e introduce al protagonista de la última historia: El Chivo, a quien hemos venido viendo desde la primera historia, en diferentes momentos (pepenando basura al lado de sus perros, con cuchillo en mano para enfrentar a la banda del "Jarocho" y su perro, cargando un arma —con la que luego lo veremos asesinar a un empresario—, recortando esquelas del periódico y en un funeral), pero sabemos muy poco de su identidad o del lugar que ocupa como pieza dramática del relato.

La tercera y última historia, El Chivo y Maru, es un melodrama de principio a fin, muy al estilo de los melodramas mexicanos de la década de 1940, por la representación fílmica que se hace de El Chivo: primero como el gran héroe del relato, y segundo como mediatizador entre el conflicto de dos medios hermanos

yuppies. A través de su historia personal —de la cual ahora sí nos enteramos, por boca de un judicial que acompaña al “Caín” que va a contratar al asesino (El chivo) de su medio hermano.

El conflicto de la pareja de estos socios-hermanos yuppies (Caín y Abel) sirve de fondo para reivindicar a El Chivo frente a la vida, con su hija y con él mismo, para finalmente convertirlo en el único personaje que tiene una salida más o menos decorosa, comparada con la que se le deja a Octavio y a Valeria. Sin embargo, al final de cuentas existen fuertes ligas narrativas entre estos tres personajes, aparentemente perdedores, quienes tienen que sucumbir ante la adversidad de la vida. A Octavio no le importa si “Dios se sigue riendo de sus planes”, y Valeria también seguirá siendo lo que ha perdido. “El círculo nunca se cierra, el dolor es también un camino hacia la esperanza” (testimonio del director, Alejandro González Iñárritu, en *El Financiero*, junio 15 del 2000, México, DF).

Los resultados en pantalla no fueron para menos: estábamos frente a una nueva producción filmica mexicana de excelente calidad técnica y ritmo vertiginoso; tres historias que tocaban el corazón y el estómago, musicalizadas con una banda sonora que prendió la euforia de jóvenes y adultos. Otro punto a su favor es haber trabajado con actores poco conocidos. Según el director, esto fue una apuesta absolutamente deliberada:

Me gustan los actores de teatro, con esa disciplina y ese compromiso. Así no distraigo a la gente. Nadie va a decir: “Ah, ahora es fulano en tal papel”. No quise caer en los jueguitos de escoger un actor para conseguir buenos resultados en taquilla. Para muchos de los actores esta fue su primera película, y compartimos esa inocencia. (Luis Tovar, *Cinemanía*, núm. 46, julio de 2000, México, DF, pp. 76 a 79).

La perra realidad que nadie quiere ver

Con el fin de averiguar qué estaba pasando entre *Amores perros* y el público de Guadalajara diseñé una encuesta de nueve preguntas, la mayoría de ellas abiertas, a fin de identificar los siguientes aspectos: categorías referenciales del público (tales como edad, género, escolaridad y status social, lo cual me ayudó a tener un perfil más cercano de quienes consumen cine mexicano y por qué); comprobar si el impacto que tuvo la película en el

público fue debido a la campaña publicitaria o por ser una cinta mexicana; la relación que el público estableció con la narrativa y los personajes de cada una de las historias; cuáles fueron sus personajes con los que más se identificaron; si tuvieron dificultad o no para seguir la línea narrativa (tres historias en una), y su opinión con respecto al cine mexicano.

Dicha encuesta se aplicó, primero, a la salida de varios cines de la ciudad. Se tuvo poco éxito: la mayoría de las personas se negaba a cooperar y, a decir verdad, no era éste el momento idóneo. Casi todos salían realmente excitados o muy emocionados. De tal manera que opté, en estos casos, por la técnica de la entrevista oral, recurso que se presta más a respuestas breves y espontáneas, tales como: "Chale, qué gruesa película, ésta sí te toca todas las vibras, la neta que sí me gustó" (joven de 18 años, de clase media baja). "Me gustó mucho, pero tengo que digerirla, no me esperaba esto del cine mexicano" (señora de 40 años, acompañada de su marido, de clase media).

Posteriormente, apliqué la encuesta en los centros comerciales y plazas públicas, en diferentes sectores de la ciudad. En el Centro Magno, plaza de diversiones (bares, restaurantes, 19 salas de cine y varias discotecas) y comercios, la cual —a partir de su fundación, en diciembre de 1999— se ha convertido en el lugar de encuentro de las juventudes tapatías de clase media y media alta. Dicho centro está ubicado en una zona que atraviesa los ejes principales de la ciudad y colinda con diferentes colonias. En la Plaza San Isidro, centro comercial, de diversiones y con salas de cine, ubicado en el lado oriente de la ciudad, donde se localizan varias colonias populares. En la Plaza Tapatía, lugar público y abierto, ubicada en el centro de la ciudad, donde se dan cita la mayoría de los sectores populares para pasear, comer y presenciar todo tipo de espectáculos callejeros. En la plaza principal del Barrio de Analco y en la plaza central del Barrio de Santa Cecilia, ambos barrios populares. La dinámica que se realizó en estas plazas y centros comerciales fue preguntar a las personas si habían visto la película y, después, si querían contestar a una encuesta. Quienes accedieron a responder lo hicieron de muy buena manera. Al momento de estar respondiendo, se tomaban su tiempo (10 a 15 minutos), e incluso algunos se detenían a hacer memoria sobre nombres de los personajes, o bien, repensar lo que estaban escribiendo.

También apliqué la encuesta a diferentes grupos de estudiantes de Comunicación y Artes Visuales de tres instituciones de educación superior: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Centro de Artes Audiovisuales e Instituto Tecnológico de Monterrey.⁶

En total, se aplicaron 20 entrevistas orales y 160 cuestionarios escritos. Reitero que no hay intereses estadísticos en este estudio, tampoco pretendo hacer una muestra representativa con respecto a la población total de la ciudad de Guadalajara. Por lo tanto, me referiré a los resultados desde una visión analítica, que abra posibles líneas temáticas y de interpretación en este tipo de estudios de recepción.

Una vez realizadas las encuestas, se hicieron dos vaciados de información: uno general y otro diferenciando las categorías referenciales, con el fin de poder detectar posibles influencias en el proceso de recepción de la película, según edad, género, escolaridad, carrera que se estudia y status social, mismas que forman parte de las llamadas convenciones culturales que intervienen e influyen en la manera de leer e interpretar un texto fílmico. La mayoría de los encuestados y entrevistados son hombres y mujeres entre los 18 y los 25 años, tienen una formación de licenciatura y preparatoria. Fueron también, en su mayoría, hombres y mujeres de la clase media, y, en un porcentaje menor, de clase media y media baja.

Los resultados de una y otra lectura de datos reflejan que no hubo gran diferencia en sus respuestas, sobre todo en el primer bloque de preguntas que se referían al porqué habían visto la película, las historias que más les habían gustado y su relación con los personajes.

Las diferencias se registraron a partir de las preguntas que relacionaban sentimientos, afectos, temores, gustos, preferencias del tema y lo que representaban los principales personajes. Y más aún, en la manera de elaborar sus opiniones, o bien en cómo se referían a los personajes, por ejemplo: los jóvenes de 16 a 20 años se referían a Octavio (Gael García) como: "el muchacho de los ojos verdes", "el chavo del perro negro", "el chavo que le apostó a todo para conquistar a su chava". Para identificar a El Chivo, no decían su apodo sino: "el viejito de los perros", "el ex guerrillero"; curiosamente, fueron muy contados los que lo

6. Estas instituciones son universidades privadas.

describieron como asesino, y de manera matizada: “porque aunque era un asesino, su gran motivación era su hija”, o, “un hombre que había dejado de matar y cambió su vida al proyectarse con el perro”.

En relación con el perfil del público, pude corroborar que, en efecto, las audiencias que están viendo el cine mexicano son, en su gran mayoría, hombres y mujeres entre los 18 y los 25 años. Media del público cautivo que ya se había venido registrando a través del Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Guadalajara⁷ y el estudio realizado, en 1991, por Enrique Sánchez Ruiz.⁸

La mayoría del público que vio la película *Amores perros* lo hizo desde los primeros días de su estreno, 16 de junio del 2000; lo cual es ya un indicador de que funcionó la gran campaña publicitaria que antecedió el estreno de la película, pero también permite advertir la influencia que han tenido las dos últimas películas mexicanas, *Todo el poder* y *La ley de Herodes*, mismas que se habían estrenado justamente a principios del año 2000. Así como la secuela del éxito de *Sexo, pudor y lágrimas*, en 1999. Al final de las encuestas, algunas personas me comentaban sobre estos títulos y señalaban diferencias, tales como: “ya sabemos que la política en este país es bien corrupta, para qué vamos a verla al cine de nuevo” (un estudiante de preparatoria) o “a mí me gusta el cine mexicano que te muestre cosas nuevas” (una señora, de paseo con su familia en la Plaza Tapatía). “a mí me

7. El Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Guadalajara, a partir de 1990 y hasta la fecha, es la institución encargada de levantar sondeos de recepción de las películas mexicanas exhibidas en el marco de la Muestra de Cine Mexicano. Los registros de dichos sondeos reportan, entre otras cosas, que: 95% de las audiencias son jóvenes entre los 25 y los 35 años, estudiantes y profesionistas.
8. Dicha investigación tenía como objetivo principal conocer los cambios socioculturales que están ocurriendo en las diversas formas de consumo cultural, debido al advenimiento acelerado de las nuevas tecnologías. Su técnica metodológica fue abarcar una muestra de 99 y 179 encuestados, a los cuales se les aplicaron diferentes cuestionarios, que incluían las temáticas por identificar. Entre los datos más significativos que arrojó este estudio, vale la pena reconsiderar los siguientes: ciertos segmentos de la población prefieren todavía seguir viendo cine en las salas de cine (44%, contra 36% que prefieren ver cine en la TV o en video); 12% de la población tapatía es cinéfila (344,000 de 2'870,417); el público joven, de 13 a 25 años, es el que con mayor frecuencia asiste al cine: 21.2% dijo hacerlo dos veces por semana y 21.8%, una vez a la semana.

gustó mucho la película mexicana en la que sale Jorge Salinas, y me divertí mucho" (una jovencita en la Plaza de Analco).

Este antecedente está muy ligado con el interés que los motivó a ver *Amores perros*. Una gran mayoría la fue a ver porque era una película mexicana. En algunos casos, la respuesta argumentaba el hecho de la buena calidad que, a últimas fechas, está teniendo el cine mexicano, o bien se hacían comparaciones con otras películas mexicanas, por ejemplo: "es que, chale, ya estuvo bueno de tanto churro gringo. Ahora sí el cine mexicano nos está dando cosas padres y bien hechas" (estudiante de preparatoria en la Plaza San Isidro, julio 2000); "oiga ¿sabe qué? a mí me gustó más esta película —*Amores perros*—, porque la otra, *Sexo, pudor y lágrimas*, estaba muy fresita" (joven paseando con sus amigos en la Plaza Tapatía, septiembre 23), o "yo ya van dos veces que la veo, y ya hasta me compré el video pirata y el CD doble, está cañón" (joven, a la salida del Cine Lux).

A una gran mayoría le gustó *Amores perros* por su estructura narrativa, "tres historias en una sola", y porque "refleja la sociedad en la que vivimos". Fue muy representativo, también, que solamente cuatro personas manifestaron que no le habían entendido a la manera de contar las historias.

Las respuestas mayoritarias reflejan mucho de la apuesta de la propia película, es decir, el hecho de fragmentar la historia en tres episodios diferentes. Cinematográficamente hablando no es común optar por esta estructura en las películas mexicanas. Los antecedentes más próximos, y únicos, son las películas *El callejón de los milagros* (1994), de Jorge Fons, y *La mujer del puerto* (1997), de Arturo Ripstein. Como referente más próximo del cine extranjero estaría la película alemana *Corre, Lola, corre* (1999), de Tom Tykwer, exhibida en Guadalajara a finales de 1999 con buena recepción, y reestrenada en septiembre del 2000. Sin embargo, cabe aclarar que, particularmente, en *Amores perros* no es la misma historia vista a través de tres diferentes versiones —como serían los casos anteriormente mencionados—, sino que son tres historias diferentes, con personajes diferentes, pero vinculados por dos cosas: el accidente del choque y la historia personal de El Chivo.

Algunas otras respuestas mayoritarias aludieron a la buena factura de la película, haciendo énfasis en cuestiones muy relacionadas con la técnica del montaje, el uso de la música, la cámara en mano. Se puede apreciar una construcción de sentido

muy particular. La mayoría de las respuestas de los estudiantes de Comunicación eran frases muy hechas, y algunas propias de un público que tiene una cultura cinematográfica, tales como: "la modelo me parece algo común, es la Tristana de Buñuel" (estudiante del Centro de Arte Audiovisual, de clase media).

También fue evidente que en las respuestas del público de la clase media se racionalizaba más sus expresiones; a diferencia del público del sector popular, el cual utilizaba un lenguaje llano y sencillo, y sus respuestas eran mucho más cortas y concretas.

La historia que más gustó fue la de Octavio y Susana "porque refleja la vida de la gente ordinaria", "porque es inesperada y fuera de lo común", "por la manera en que el chavo (Octavio) lucha por su amor", y la de El Chivo y Maru, porque "la historia del Chivo tiene una fuerte carga de emociones y sentimientos" y "porque es la más dramática". Por consiguiente, una gran mayoría seleccionó como sus personajes preferidos a El Chivo y a Octavio. Al primero porque: "la historia y el personaje del Chivo son enigmáticos y complejos"; y al segundo porque: "Octavio lucha por su amor prohibido", porque "Octavio y El Chivo tocan los extremos de sus personalidades".

Dichas respuestas muestran una versión moderna de Caín y Abel, ubicada en dos diferentes sectores de México. *Amores perros* habla también de una falta de fraternidad y una descomposición social que no a todos nos gusta ver reflejadas en la pantalla.

A la gran mayoría del público le gustó la película. Los pocos a los que nos les gustó (cuyo disgusto se fue haciendo evidente por la manera en que se refirieron a los personajes de Octavio y El Chivo), fueron a las personas que se entrevistó en las plazas públicas del Centro y las colonias populares. Sus respuestas estaban muy vinculadas con sentimientos de enojo e incomodidad, indicadores de rechazo por lo cercano del tema y la construcción simbólica de los dos héroes de la cinta, Octavio y El Chivo: "Me gustó por su contraste social y la triste impresión que te deja el final de los chavos" (Iván, 18 años, con escolaridad hasta primaria, clase baja), "no me gustó la película porque es un drama muy sádico". "La película no habla de amor, es la historia de un psicópata [El Chivo], aunque Octavio entra en sangre liviana por el amor, pero al final pierde todo, es muy triste" (Jaime Ernesto, 29 años, estudia primer año de Artes Plásticas, clase baja), "la película me dio asco" (Jorge, 20 años,

con escolaridad hasta secundaria, clase baja), "no me gustó porque siempre ponen a México muy abajo" (sin nombre, 22 años, estudia licenciatura, clase baja), "la verdad, no le entendí muy bien, pero me gustó. Aunque ahí tú ves que no debes amar a una mujer casada" (Juan Pablo, 19 años, estudios hasta preparatoria, clase media-baja).

En cambio, las personas de clase media tomaron su distancia con la historia: "Me gustó mucho porque es la cruda realidad de México, pero sobre todo la de los barrios bajos, los chavos que engañan a sus mujeres, que se drogan, que roban" (Adriana, 20 años, estudia licenciatura en Comunicación en el ITESO), "me gustó mucho porque refleja la cultura de la pobreza" (Claudia Edith, 20 años, estudiante de licenciatura, clase media).

Estas respuestas nos refieren a un mito muy arraigado sobre los "pobres salvajes marginados", "las parias de la sociedad", pero más representativo es aún referirse a esta cruda realidad como "la cultura de la pobreza".

Lo que está detrás de estas respuestas es un texto que surge no solamente a partir de la representación fílmica de diferentes entornos sociales, como es evidente en la película. Ésta actúa como detonante, activa el proceso de recepción e identificación, no simplemente para que el público califique o descalifique a los personajes y sus acciones, sino para fortalecer y robustecerse a sí mismos como sujetos de una clase social determinada, con valores y convenciones muy específicas. ¿Será éste un dato relevante del porqué nos gustan más las ficciones que no tengan nada que ver con nuestra realidad? De esta manera, no corre-mos el peligro de sentirnos reflejados e identificados tan cerca-namente. ¿Será también éste un indicio del poder de dominio que se ha filtrado a través del cine hollywoodense y de las series y telenovelas mexicanas como las producidas por Televisa?

Tanto en las películas de acción y ciencia-ficción estadounidenses (los géneros cinematográficos más populares), como en las telenovelas mexicanas, los héroes y heroínas siempre triunfan al final. Y en este caso, más allá de una identificación, lo que se da es una proyección por parte del público para volcar sus sentimientos con el modelo maniqueísta de los buenos y los malos. Amamos y compadecemos a las víctimas, y odiamos a los que provocan el mal. A diferencia de otros relatos que manejan estos resortes narrativos de identificación, en *Amores perros* los héroes no necesitan a un malvado para justificar su heroísmo, ni

siquiera Ramiro, el hermano de Octavio, cuando lo amenaza o lo golpea se convierte en su justificación; son las circunstancias de la vida, de la sociedad en la que viven, las que dan sentido a sus acciones heroicas y estoicas.

Lo que vemos en *Amores perros* son historias y tramas de perdedores, y hombres y mujeres solitarios, que buscan el reconocimiento y el amor de los demás: Octavio, el de su madre y Susana; El Chivo, el de su hija. Octavio le apuesta a todo por su amor imposible y, al final, se queda sin su hermano (Ramiro), sin Susana, sin su amigo, sin su Cofi, sin familia, solo. Por el contrario, el otro héroe, El Chivo, es mostrado desde el principio como una persona detestable, pero al final termina siendo el único personaje amoroso, entrañable y digno de tener una salida como ningún otro personaje la tiene. De suyo comprensible es que para aquellos que les gustó la película también les gustará más la primera historia de los jóvenes y la del Chivo, y este último fuera el personaje con el que más se identificaron.

Ahora bien, detrás de estas respuestas hay también omisiones significativas, que llaman la atención. Como, por ejemplo, el hecho de que en la mayoría de las respuestas no se mencione para nada a los personajes femeninos, a excepción de diez que venían de mujeres, y que calificaron a Susana como: "una adolescente con obligaciones", o a la mamá de Octavio y Ramiro como: "una mujer espectadora, rendida, rebasada por todo, resignada ante la situación". A los hermanos *yuppies* tampoco se les mencionó para nada, y esto tiene una posible explicación: ninguna de las personas a las que se les aplicó la encuesta pertenecía a este sector social de publicistas o empresarios de clase alta.

Tampoco hubo comentarios o señalamientos sobre la metáfora de los perros, con quienes se identifica a los principales protagonistas, Octavio, Valeria y El Chivo, y que es sin duda alguna un elemento dramático importante: significa la naturaleza animal que rebasa a estos personajes, quienes están en situaciones límite y, por ello, parecen tan débiles y resultan tan entrañables a los ojos del público.

Con respecto a la segunda historia (la cual sólo le gustó a un público muy reducido), Valeria, la modelo, es otra de las omisiones. Solamente dos jovencitas, de clase media, calificaron a este personaje como: "Lo banal y perverso de la construcción de la belleza femenina".

Ciertamente, estos personajes, en particular Susana y la madre de los jóvenes, son construcciones muy grises en medio del peso que tiene el resto de los personajes masculinos. Pero, al mismo tiempo, están representando a sujetos pasivos, atrapados en vidas predestinadas al dolor y al fracaso, no hay salida para ellas. Por ejemplo, Susana, a pesar de que tiene la opción de dejar al "machín" de Ramiro e irse con Octavio, quien le ha demostrado que la quiere —le entrega todas las ganancias que le da su "gallo de oro" (el Cofi)—, no lo puede hacer porque el entorno en el cual ha vivido no se lo permite; ha sido una chica que ha crecido sin padre, con una madre alcohólica, madre de un niño, y que pretende sacar adelante sus estudios. Sin embargo, al final, se queda sin amor, sin marido protector que la mantenga y en espera de un segundo hijo como madre soltera, pero convencida de que está en el lugar que le toca estar como mujer. Quedarse en el seno materno del que fuera su marido y ponerle Ramiro a su hijo, orgullosa de no haber engañado a nadie; en cambio, Octavio nunca entendió nada, y por eso "Dios se seguirá riendo de sus planes". Y si no hubo nadie que advirtiera esta construcción del personaje de Susana, ello es así también porque, en parte, así está pensado en la trama de la historia. Recordemos lo que Morley señala, a propósito de este asunto

Ejercer poder sobre un texto y ejercer el poder sobre la agenda dentro del cual se construye y se presenta ese texto son dos cosas muy diferentes.

Detrás de estas construcciones hay una intención que, definitivamente, se refleja en la opinión del público. Aquí surge un subtema que está presente en casi toda la trama narrativa: el machismo mexicano.

Otro indicador que llama la atención es el relacionado con el tema de la película y sus vínculos con el amor. Una gran mayoría identificó como tema central al amor y al desamor, y consideró que la película definitivamente hablaba del amor. Sin embargo, debo decir que, en medio de esta constante, también se dieron otras respuestas muy variadas, donde se mezclan sentimientos con acciones, pero que hablan de lo que hay en el fondo de las historias de la película: infidelidad, violencia, traición, frivolidad, pasión, delincuencia.

Al respecto de esta pregunta se dieron diferencias significativas, en cuanto edades y género. Por ejemplo, las personas de 26 a 35 años y de 36 a 45 años —que fueron una minoría—

aludieron al amor como tema central de la película, pero también señalaron otros temas: violencia intrafamiliar, pandillerismo, la avaricia, el retorno a las miserias materiales.

Con respecto a los sentimientos que generó la película en las audiencias, o bien, cómo funcionó la película —si como un medio para identificarse, para escaparse de la realidad o simplemente para entretenerse—, se puede decir que la película generó sentimientos muy adversos y encontrados: desesperación, tensión, angustia, tristeza, frustración, pero también emoción, gusto por ver una “película que me llevó a donde quiso”, placer y reflexión, lo cual indica que no todo fue mero entretenimiento, y que las fantasías y los deseos de los espectadores y/o audiencias se construyen y forman de manera muy diferente, según sea el contexto de las mismas. Por ello, pienso que escudriñar en las respuestas según el contexto social es clave para el análisis del texto. Al igual que poder reconocer si a través de las películas mexicanas se está realmente representando a la sociedad actual, o bien son solamente los resortes narrativos de la película los que esconden los temores, ideas y prejuicios que todavía siguen conformando el devenir cotidiano y social de la actual sociedad mexicana.

En las respuestas a la última pregunta sobre si este tipo de películas era comprensible para todos los sectores sociales, una mayoría respondió que sí. Aquellos cuya respuesta fue negativa, aludieron a que: “La película proyectaba una serie de antivaltors que solamente traen consecuencias negativas”, “la clase alta no la entiende, porque es el sector menos culto” (Rafael, 22 años, licenciatura en el Tecnológico de Monterrey, clase alta), “porque la clase alta, con principios moralistas, niega la putrefacción social y se bloquea y no capta la belleza del alma del Chivo” (Paloma, 20 años, estudios de preparatoria, clase alta), “qué vergüenza presentar en Europa un México tan feo” (María Isabel, 20 años, licenciatura, clase media-alta). Esto es un indicador más de que lo que la gente dice o escribe acerca de sus experiencias, preferencias, gustos, placeres, resistencias, no se puede tomar enteramente como tal, o dejar que las respuestas hablen por si mismas, sino que debemos investigar lo que está atrás de lo escrito explícitamente. En otras palabras, las respuestas deben ser leídas como textos, como discursos (Stacey 1993).

A partir de lo expuesto, se presenta un escenario donde el cine mexicano contemporáneo tiene ya un público cautivo. No

obstante el predominio que sigue teniendo el cine hollywoodense en la cartelera, se pueden reconocer líneas temáticas y genéricas tradicionales que prevalecen en el mundo real e imaginario del público, pero vinculadas a dos elementos propios de los medios audiovisuales y televisivos con el que la mayoría de las audiencias jóvenes (los hijos de la crisis y los hijos del video) han crecido y están muy familiarizados: logran sorprender e impresionar. No creo que haya sido gratuita la apuesta narrativa y estilística de González Iñárritu. Por el contrario, él sabía muy bien cómo manejar estos resortes narrativos, y lo supo hacer con mucho decoro:

Los mexicanos tenemos necesidad de vernos, de dialogar. El cine permite poner un espejo frente a los ojos del espectador. Pero a los mexicanos también nos gusta escondernos, refugiarnos en nuestras fantasías (testimonio del director, en el diario tapatío *Mural*, 10 de julio del 2000, p. 10, Guadalajara, Jalisco).

BIBLIOGRAFÍA

- FERRO, Marc (1974) "El cine, ¿un contraanálisis de la sociedad?", en Le Goff, Jacques y Pierre Nora (coord.), *Hacer la historia*, vol. III (Nuevos Temas). Barcelona, España: Ed. Laia.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1994) *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: Imcine/Conaculta.
- GEERTZ, Clifford (1987) *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa.
- GILLESPIE, Marie (1995) *Television, Ethnicity and Cultural Change*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- GUBERN, Román (1996) *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona, España: Anagrama.
- (2000) *El eros electrónico*. Madrid, España: Taurus.
- HALL, Stuart et al. (1992) *Culture, media and language*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- (1995) "Encoding/Decoding in TV discourse", en *Archivos*, núm. 32. Barcelona, España: Paidós.
- IGLESIAS, Norma (2000) *Identidad, género y recepción cinematográfica. Danzón y su lectura por género*. México: Colegio de la Frontera.

- JENSEN, Klaus Brhun (1997) *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Bosch.
- LAURETIS, Teresa de (1984) *Alicia ya no. Feminismo, semiótica y cine*. Madrid, España: Cátedra.
- MAYNE, Judith (1993) *Cinema and Spectatorship*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- MORLEY, David, (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- OROZCO, Guillermo (1996) *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- (1994a) *Televisión y producción de significados. Tres ensayos*. México: Universidad de Guadalajara.
- SÁNCHEZ Ruiz, Enrique (1991) *Cine, televisión y video: hábitos de consumo filmico en Guadalajara*. México: Universidad de Guadalajara.
- UNIZ, Sodré (1998) *Reinventando la cultura*. Barcelona, España: Gedisa (colección El Mamífero Parlante).
- STACEY, Jackie (1993) *Star Gazing. Hollywood Cinema and female spectatorship*. Londres, Inglaterra: Routledge.