

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del 3 de abril de 1981



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA

CIUDAD DE MÉXICO ®

EL EROTISMO EN
LA CARTELERIA CINEMATOGRAFICA
DE LOS DIARIOS DE MÉXICO EN LA DÉCADA DE 1970

TESIS

Para obtener el grado de
MAESTRO EN COMUNICACIÓN

Presenta

IGNACIO ALBERTO LORANCA FRONTANA

Directora

DRA. JULIA EMILIA PALACIOS FRANCO

Lectores

DRA. MARICELA PORTILLO SÁNCHEZ
DR. JUAN GABRIEL SOLÍS ORTEGA

Ciudad de México

2018

INDICE

CORTOS PREVIOS A LA FUNCIÓN. A modo de Introducción..... 4

Capítulo 1: ¡HOY, AUDAZ ESTRENO!

Eyaculación precoz. Un preámbulo en la obscuridad de la sala.

Planteamiento del problema y preguntas de investigación.....8

1. **Consulte su cartelera.** Estado del arte.....14

2. **Sólo para adultos.** Marco Teórico.....24

- Erotismo.....24

- Dialéctica entre el artista creador y el público consumidor.....27

- Economía Política de la cartelera cinematográfica en los diarios impresos.....37

- Influencia de los movimientos liberación femenina en la moda y tendencias populares de la década.....42

3. **Conviene hacer bien el amor.** Metodología.....48

- Hábitos de consumo del público.....54

Capítulo 2: LOS MESES Y LOS DÍAS

Situación cinematográfica en México en la década de 1970.....56

- **Mecánica Nacional.** El cine durante el gobierno del Presidente Luis Echeverría (1970-1976).....56

- **Al presidente le gustan las mujeres.** El cine durante el gobierno del Presidente José López Portillo (1977-1982).....63

- **Véala en Hollywood, la Raza, Futurama y muchos más.** Las cadenas de exhibición.....69

Compañía Operadora de Teatros Sociedad Anónima (COTSA).....71

Organización Ramírez.....77

Telecines CASA.....80

La cadena Alatraste.....81

- **Los libertinos.** El público ¿Cómo era su interacción con el cine y la cartelera cinematográfica?.....84

- **Orgía Dorada.** Panorama del cine erótico Internacional y Nacional.....91

Antecedentes.....	92
Nuestra década “prodigiosa” 1970-1979.....	94
El cine erótico mexicano.....	101
Capítulo 3: LAS PERVERSAS. Análisis de la cartelera del cine erótico en México.....	111
I. Medidas de los diarios y las carteleras cinematográficas en la década del 70.....	111
II. Temáticas del cine erótico en la cartelera.....	125
- LOS FILMES SEMINALES.....	126
- ADOLESCENTES.....	141
- INCESTO.....	149
- INFIDELIDADES.....	155
- CINE NO ERÓTICO PERO PRESENTADO COMO TAL.....	159
CONCLUSIONES.....	164
AGRADECIMIENTOS.....	168
REFERENCIAS.....	171

CORTOS PREVIOS A LA FUNCIÓN.

A modo de Introducción:

Cuando era niño, en la década de 1970, me encantaba ir al cine, muchas de mis primeras memorias son definitivamente cinematográficas, escenas de **La noche de las narices frías**, **El planeta de los simios**, **Tiburón**, **2001: Odisea del espacio**, **Supermán contra los Hombres Topo** o **El ladrón de Bagdad** (mi película favorita de toda la vida) me han acompañado ampliando el archivo de mi memoria desde siempre.

Pero algo que también recuerdo era que el ritual de ir al cine empezaba cuando mi padre revisaba el periódico para determinar qué película iríamos a ver, como buen producto de mi generación, me tocó ser uno de esos niños cuya actividad principal de los domingos en la mañana era entrar a esos mágicos palacios con enormes pantallas. Así que siempre buscaba el recuadro de la sección de matiné que película podría sugerir ver (Figura 1) y el aroma de la tinta fresca del diario era el preludio de un momento de diversión que no sabía sería tan importante a través de los años.



Figura 1: Sección de matiné. Excélsior. 31 de julio de 1977.

Al pasar de los años y con la subsecuente madurez me empezaba a fijar en las demás películas que ofrecía el periódico y la cartelera impresa de los diarios me acompañó por al menos tres décadas más, hasta que, con el arribo del internet, este aspecto del ritual de visita cinematográfica cambió radicalmente, poco a poco la cartelera fue desapareciendo de los diarios para convertirse en miles de bits de información en la actualidad. Pero la mística del papel impreso en conjunto con todas las imágenes permaneció conmigo de alguna manera.

Justo cuando realizaba mi servicio social en el Reclusorio Oriente de la ciudad de México en el año 2006 para finalizar mis estudios de licenciatura en Filosofía, el director de la escuela del presidio me encomendó visitar la hemeroteca nacional para documentar el 30 aniversario del cierre del palacio de Lecumberri, me dio las fechas y dos días para realizar dicha investigación, sin mayores dificultades encontré la información requerida y me vi con tiempo libre, así que la curiosidad me llevó a revisar la sección cinematográfica y ver que se exhibía en el año de 1976, cuando yo apenas tenía seis años de edad. Muy probablemente a esa edad había ya revisado dichos diarios, así que se trató de todo un viaje en el tiempo.

Revisé varias fechas más y me llamó mucho la atención el cartel de una película que se llamaba “Búfalo Blanco” con Charles Bronson (Figura 2).

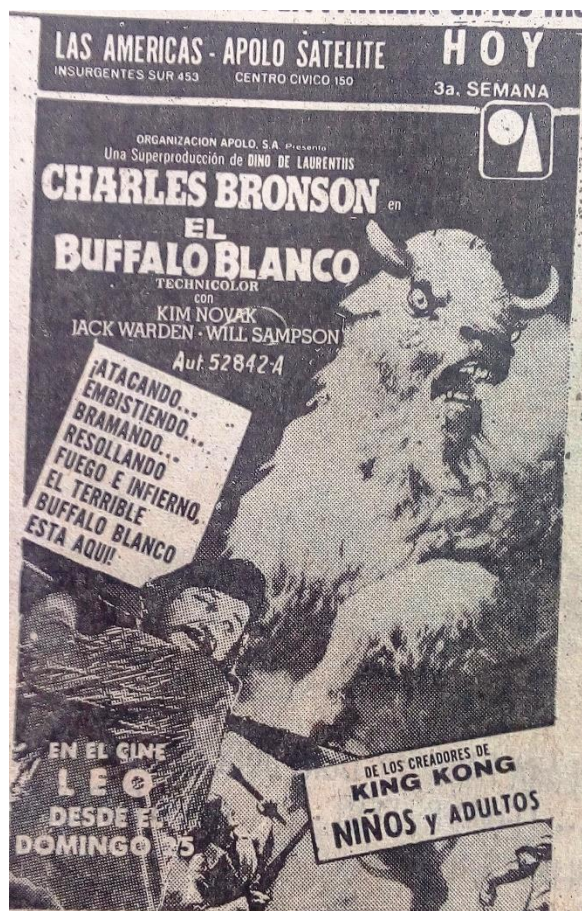


Figura 2: Búfalo Blanco. Excélsior. 22 de diciembre de 1977

Jugando con mi mente pensé que si pudiera viajar en el tiempo al año de 1977 esa sería la película que vería. No soy una persona que crea en el destino y la predestinación, pero al regresar a casa justo ese mismo día y pasar por un puesto callejero de películas pasó algo realmente sorprendente... Me encontré con que tenían la película, así que no tuve que pensarlo dos veces y la adquirí.

A partir de ese día me quedé con la idea de que se debería escribir un libro sobre la cartelera cinematográfica en los diarios impresos, recuperar la memoria de esa pre-experiencia cinematográfica que afortunadamente había podido revivir ese día.

Como tenía que terminar mis estudios de licenciatura y dedicarme a mi trabajo como docente de educación media superior, la idea quedó archivada en mi mente hasta que algunos años después, charlando con mi amigo Mauricio Rangel le comenté que me encantaría escribir dicho libro, pero que al tratarse este de una investigación requeriría de tiempo y de dinero para poder realizarla, así que me sugirió que la hiciera como un proyecto de maestría

en la Universidad Iberoamericana, me explicó como estaba la situación de las becas, y como me encontraba en un momento desocupado no lo pensé mucho y así fue como dio inicio este proyecto.

Originalmente planeé realizar una especie de historia de la cartelera cinematográfica de las tres últimas décadas del siglo XX, que coincidirían con el final de la cartelera impresa misma, y que era el periodo que me había tocado vivir, además de que de esta manera podría obtener información de primera persona al haber todavía muchas personas que, al igual que yo, consultaron la cartelera en los diarios. Sin embargo, ya una vez de vuelta a la vida universitaria y, sobre todo, al enfrentarme a una disciplina que era nueva para mí (La Comunicación), me percaté que un proyecto así, a nivel tesis era demasiado ambicioso y tuve que ir acotando un periodo de tiempo primero y después en un género.

La Doctora Julia Palacios, mi directora de tesis me hizo ver que la cartelera del cine erótico era un gran tema, debido a que, la década de 1970 ha sido probablemente la única de verdadera libertad sexual (capítulo uno), y con la actual moda de los estudios de género sopesé esto y decidí realizar entonces el tema del cine erótico. Y es que, como señalo líneas arriba, al crecer y percatarme de los diversos géneros de la cartelera cinematográfica, ciertas imágenes y frases quedaron inexorablemente grabadas en los recuerdos, así, títulos como **“La Nuera joven”**, **“La colegiala”** o **“La profesora enseñante”** hicieron que en mi pubertad creyera que, precisamente, los términos como **“Nuera”**, **“Colegiala”** o **“Enseñante”** me remitieran a cuestiones “prohibidas” y que sintiera pudor al preguntar su significado.

Esta investigación me llevó, efectivamente, los dos años que duró la maestría, dos años de consultas tanto bibliográficas como hemerográficas; fueron muchos los días y las horas que visité varias bibliotecas y hemerotecas buscando material para mi investigación, jornadas extenuantes en muchas ocasiones, pero de grandes satisfacciones y sorprendentes hallazgos, pasé mucho tiempo en la biblioteca Miguel Lerdo de Tejada, que se convirtió junto a mi universidad en mi segunda central de operaciones.

Tras diversos cambios durante su realización, la estructura de este trabajo quedó de la siguiente forma:

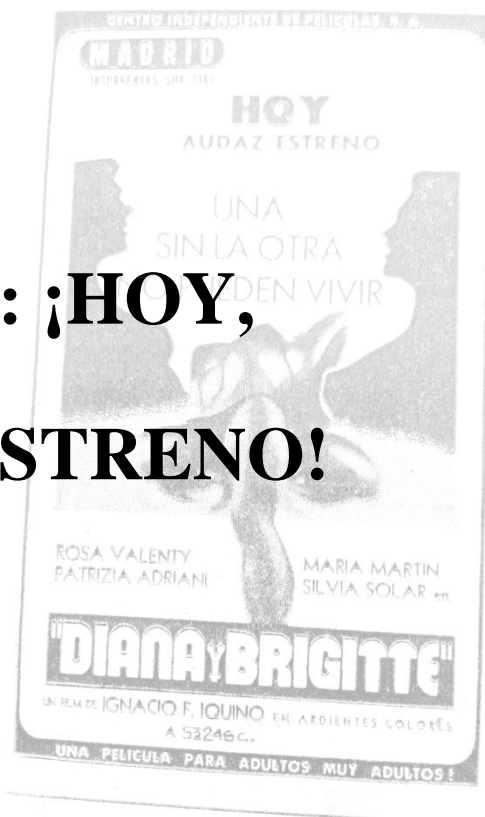
-La búsqueda del estado del arte y el marco teórico. El primero fue una de las primeras sorpresas que me aguardaron, ya que esperaba que existieran muchos otros estudios de la cartelera en los diarios, sobre todo en los Estados Unidos; más como se puede apreciar en dicho apartado, el estudio de la cartelera cinematográfica en diarios ha sido poco estudiado en realidad, esto fue bueno y malo a la vez, ya que encontré una veta bastante grande a explorar con sus cientos de géneros, años, diarios y un largo etcétera que podría dar para muchísimas investigaciones más en muchísimos otros rubros y especialidades, pero en su aspecto negativo, el no tener un asidero teórico más extenso dificultó la aproximación al tema en un principio.

-Posteriormente busqué información para el segundo apartado, un marco histórico referencial, primero me empapé en la historia de la década, tanto de lo que pasaba en el mundo en los años setenta, así como lo que ocurría en México, escribí varias páginas para percatarme posteriormente que mucho era material que no cumplía el propósito de mi investigación, así que con mucho dolor tuve que desechar mucho de ese material que finalmente me resultaba inadecuado, pero que, sin embargo, me había servido para poder compenetrarme con el material que sí emplearía, así que en ese apartado me enfoqué en la situación de la cinematografía tanto a nivel internacional como a nivel local; de entrada, parecería que no es tan trascendente, ya que no es esta una tesis de cine, sino de **cartelera de cine** de forma más específica, sin embargo, la cartelera no sería más que un resultado de esa situación cinematográfica precisamente. Me parece sobre todo de mayor importancia el apartado del desarrollo de las compañías exhibidoras, ya que eran estas las que costeaban precisamente las carteleras cinematográficas, hallando así además diferentes estilos. No podía hablar de la cartelera sin hablar mínimamente de cine al fin.

- Y en el capítulo tres, desarrollo el análisis de las carteleras mismas, ¿qué nos decían acerca de cómo se promocionaban y vendían dichas películas? ¿qué nos decían sobre la sexualidad? ¿Qué nos dicen, además, sobre temas como el despertar sexual, la adolescencia, el adulterio o el incesto, inclusive? ¿Cómo comunicaban todo esto al público cinéfilo de la década? Todo esto espero haya quedado plasmado en dicho capítulo.

Quede este modesto trabajo como testimonio de un capítulo aledaño a la historia del cine en nuestro país, esperando que encuentre un eco y se continúen estudiando las carteleras cinematográficas de los diarios, ya que no sería justo que toda esta parafernalia se perdiese o quedara sepultada en las hemerotecas, finalmente fueron elaboradas por anónimos personajes que realizaron un trabajo, crearon de alguna forma una curiosa muestra de arte en masa y reflejaban una particular forma de pensar y ver la vida, era el preámbulo al más grande espectáculo que se hubiese concebido y que nos hacía imaginar y pensar en las diversas historias que veríamos... O en aquellas que, al no poder verlas inclusive, despertar nuestra imaginación; todas ellas al mero alcance de unas páginas de papel y aroma a tinta.

Capítulo 1: ¡HOY, AUDAZ ESTRENO!



Eyacuación precoz. Un preámbulo en la obscuridad de la sala.

Planteando un problema y cuestionándonos acerca de la naturaleza de esta investigación.

Básicamente, el problema o aporía de la presente tesis de Comunicación trata de un episodio poco estudiado de la historia de la Cinematografía en México: la cartelera cinematográfica en los diarios impresos de la ciudad de México, y de manera más específica, la cartelera cinematográfica del cine erótico de la década de 1970.

Es una parte importante de la historia de la cinematografía, que, parecería más un tema de publicidad o mercadotecnia, sin embargo, es (o más bien, fue) la parte inicial dentro del ritual de apreciación cinematográfica ya que era **precisamente** la forma de anunciar y promover las películas a través de imágenes ilustradas, fotografías, balazos publicitarios, etc., y la combinación de todos estos elementos que hacían combinaciones atractivas para la audiencia potencial.

¿Por qué esta década? Porque al partir de un panorama más amplio (las carteleras cinematográficas de los diarios de todo el siglo XX, que es cuando éstas tuvieron su tiempo de vida) se fue deduciendo y haciendo patente el crecimiento que tuvo la exhibición del cine erótico en corridas comerciales en la década de 1970, esto debido a que en la década anterior,

la de 1960, al suscitarse los movimientos de libertad sexual, el cine se vio, efectivamente, con una gran libertad creativa y publicitaria en cuanto al erotismo, sería en la década a estudiar en donde se presentará en la cartelera una cinematografía bastante representativa, misma que empezaría a declinar en la segunda mitad de la década posterior, la de 1980, muy probablemente con la aparición del VIH, llevando a la producción cinematográfica, y a la cartelera misma, a un declive.

Es por esta razón que es necesario dar, antes que nada, una definición de lo que era la cartelera cinematográfica de los diarios. Etimológicamente hablando, la cartelera se compone del latín *Charta*, que es un desplegado que sirve para comunicar e informar, de ahí derivó del francés, *Carta*, un galicismo que se refiere a un informe público.¹ Así que la palabra “Cartelera” se definiría como “Información de un tiempo” (Por *Erat*, tercera persona del singular del pretérito imperfecto activo de indicativo de sum, o sea, del verbo “Ser” en latín); así, la “Cartelera cinematográfica” se definiría finalmente como “La información de los tiempos cinematográficos”; haciendo lógica su publicación en los diarios impresos del siglo XX.

Así, podríamos definirla simplemente como una colección de anuncios de películas y obras cinematográficas que se publicaban en los diarios impresos durante todo el siglo XX y principios del siglo XXI, con la finalidad de informar al lector interesado en ir al cine acerca de los filmes en exhibición; estrenos, reestrenos, cines a los que acudir, horarios y precios de las exhibiciones. El historiador de carteleras cinematográficas en los diarios, John McElwee (2017. p. 1) la define simplemente como “...documentos de venta como práctica de empresarios del espectáculo, la raíz de la promoción.”²

Sin embargo, la cartelera cinematográfica de los diarios no solamente era mera información de compra-venta de un espectáculo, era una especie de entretenimiento previo debido al impacto que ofrecía en primera instancia, implicaba así una suerte de promesa, no sólo de un buen rato de diversión para el espectador, sino que “...era una cuestión acerca de crear la percepción de un éxito, siendo notado por los exhibidores de los alrededores quienes entonces buscaban el presunto producto de éxito probado para su propio negocio. Los anuncios efectivos eran vistos así por los fans, muchos la recomendaban [la película] no sólo a sus vecinos, sino a las poblaciones cercanas.”³ (McElwee. 2017. p. XII).

¹ En Inglés el equivalente es Cinema Billboard. Bill+Board. O sea, escaparate de cuentas o avisos.

² “...documents of selling as practiced by local showmen, the grass roots of promotion.” (La traducción es mía).

³ “It often was a matter of creating the perception of a hit, being noticed by surrounding exhibitors who’d then seek the allegedly proven product for their own house. Effective adds were seen by fans as well, many spreading the word not only among neighbors but to neighbors towns.” (La traducción y el texto en corchetes son míos)

La finalidad de la cartelera cinematográfica en los diarios impresos era la de promover y vender un espectáculo, dos horas de entretenimiento, por eso, aunque la cartelera de los periódicos era por lo general, una reimpresión en tamaño reducido del cartel original que se empleaba en los lobbies de los cines, tenía en muchas ocasiones agregados o variaciones, ya que en primera instancia, tenían que competir con otras películas y otros cines, John McElwee señala:

“Como exhibidor y co-fundador de la MGM⁴, Marcus Loew sentenció el famoso adagio “Vendemos boletos para el cine, no películas”. Loew entendió que lo que importaba era todo el espectáculo, no sólo la película, o la misma con cortos⁵. Sus operaciones y otras similares se vendían como un espectáculo en sí mismo, uno que daba inicio, no en el auditorio, el lobby, o incluso en la fachada decorada, sino con los anuncios que prometían a las audiencias una feliz noche fuera.”⁶ (McElwee. 2017. p. Xi)

Es por esta razón que deviene en importancia el estudio de las carteleras en los diarios impresos, ya que eran el primer acercamiento del filme al espectador en muchos casos; y serían estas pequeñas variaciones en la cartelera original, mencionadas líneas arriba, las que obedecían también a una aproximación idiosincrática, ya que aunque en esencia, el producto (la película), era el mismo en los diferentes países en los que se exhibía, no se trataba de la misma percepción cultural, esto es, los públicos eran distintos y se requería de una aproximación diferente.

Un par de ejemplos para ilustrar esto sería la comparación de los carteles de dos películas muy diferentes, en la primera, *La esposa busca amante* (La vergine, il toro e il capricorno. Dir. Luciano Martino. 1976), vemos que en el cartel original⁷ italiano no existe un eslogan publicitario como tal (Figura 3), mientras que en su contraparte (Figura 4) se le creó un eslogan, así como algunas modificaciones a la ilustración original:

⁴ MGM: La Metro Goldwyn Meyer, importante productora y distribuidora cinematografía de la primera mitad del siglo XX.

⁵ Los cortos bien podían ser avances de los próximos estrenos cinematográficos, noticieros o pequeños cortometrajes animados que servían como entremés antes de la función principal.

⁶ “As exhibitor and MGM co-founder Marcus Loew famously said, “We sell tickets to theatres, not movies”. Loew understood it was entirety of the show that mattered, not just the feature, or even a feature with shorts. His operations and ones like it sold show-going as an event in itself, one that began not in the auditorium, the lobby, or even the decorated front, but with ads to promise attendees a happy night out.” (La traducción es mía.)

⁷ Recuperado de: <http://bottegadarteminerva.com/grafica-pubblicitaria/574-la-vergine-il-toro-e-il-capricorno-manifesto-originale-.html>



Figura 3: La vergine, el toro e el capricornio.



Figura 4. La esposa busca amante. Excélsior 14 de diciembre de 1978.

Resulta trascendente al apreciar y comparar ambas versiones como el arte del original ha sido modificado en la edición del diario mexicano, ocultando la pierna y el trasero de la actriz Edwige Fenech, así como en la parte superior convirtiendo la bata abierta en un escote que, aunque pronunciado, definitivamente muestra menos piel de la actriz. Curioso resulta también en esta comparación que el título original en italiano del filme (*La Virgen, el Toro y el Capricornio* –Ídem. Dir. Luciano Martino. 1977) resulta ser sugerente en cuanto a erotismo y picardía, mientras que el título en español, *La esposa busca amante* resulta ser de una provocación directa y que no requiere de la “censura” que se percibe en la imagen.

En el siguiente ejemplo se puede apreciar como la edición de imagen, y sobre todo, el balazo publicitario, se torna todavía aún más local. En la figura 5 podemos apreciar el cartel original de la película “La banda de los dóberman vuelve a atacar” (*The daring dobermans*. Dir. Bryon Chudnow. 1973)⁸ en donde uno de sus balazos publicitarios versa: “Están en control... Están fuera de vista... Están de vuelta... ¡Para el asalto más grande de la historia!”. En comparación con el eslogan adaptado al español y en moneda nacional (Figura 6. Tomada de El Universal. 3 de mayo de 1975) que versa: “Ud. Los vio robar un banco. Ahora su golpe es de 25.000.000 de pesos!!”.

⁸ Recuperado de: <http://wrongsideoftheheart.com/2009/04/the-daring-dobermans-1973-usa/>

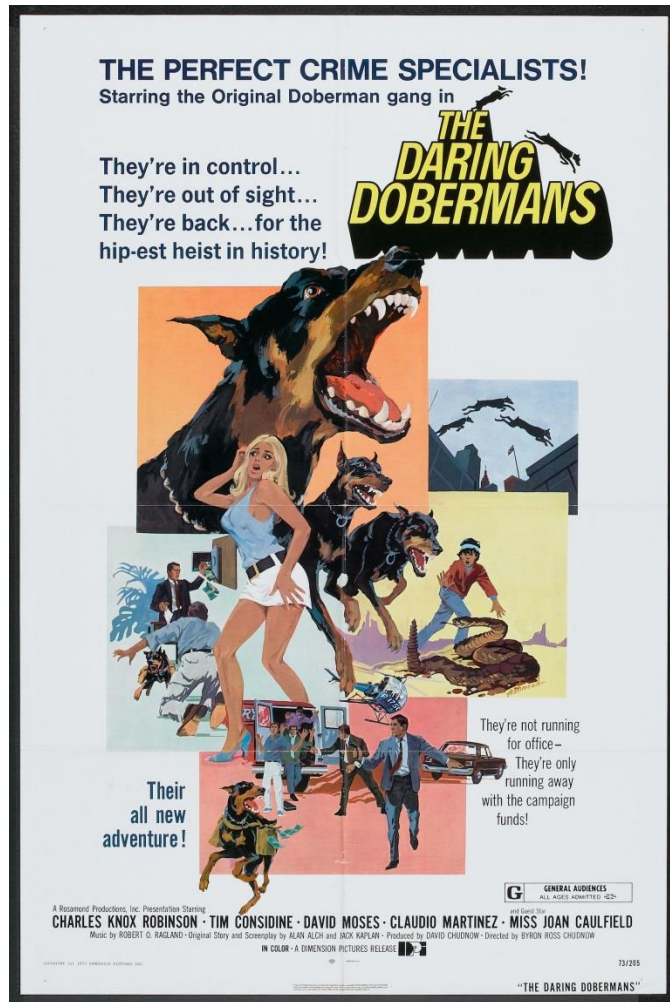


Figura 5.



Figura 6.

Como podemos apreciar con estos dos ejemplos, nos encontramos con una aporía de censura en el primer caso y una adaptación de tipo idiosincrático en el segundo, esto nos lleva entonces a preguntarnos:

¿De qué manera se anunciaban las películas eróticas en la década de 1970 en los diarios impresos mexicanos?

Responder esta pregunta nos llevará a entender cómo funcionaba el proceso de atracción del público a este tipo de espectáculo cinematográfico en particular y nos llevará a plantear una definición de “Erotismo”.

El análisis de las carteleras cinematográficas de la década de 1970, junto a una inmersión histórica del periodo a estudiar, así como de entrevistas a actores vivenciales del momento y un marco teórico apoyado en la relación entre artista y consumidor y la economía política entre otros matices pertinentes, ayudan a dar respuesta a esta cuestión como se verá durante el desarrollo de la presente tesis.

1. Consulte su cartelera.

Al inicio de esta investigación pensé que el estudio de la cartelera cinematográfica en los diarios impresos en general sería un tema ya estudiado, al menos en otros países, de manera exhaustiva, sin embargo, resultó ser una sorpresa el encontrar muy pocos estudios de manera académica; estudios de carteleras de las últimas décadas del siglo XX resultaron prácticamente ser nulos, aunque sí encontré al menos algunos estudios sobre programación o avisos periodísticos de las dos primeras décadas.

Estos estudios se orientan, sin embargo, más al terreno de la publicidad en su aspecto histórico, tal como detalla el sitio Film Reference:

Los exhibidores adornaron con posters hechos en casa el exterior de las fachadas de sus cines, contrataron voceadores para que pregonaran su programación, distribuían volantes caseros y tomaban prestados trucos publicitarios como los de P.T. Barnum⁹ (1810-1891). Sin embargo, no se anunciaban en la prensa, principalmente porque les resultaba muy caro.¹⁰ (Fundamentals of film advertising. s.f.).

Posteriormente, los exhibidores empezaron a imprimir sus propios volantes de publicación mensual (Ver figuras 37 y 38 en la metodología para visualizar un par de ejemplos de este tipo de volantes) que podían adquirirse en las salas mismas. Sería hasta 1913 que una publicación periódica, el Saturday Evening Post, publicara un anuncio cinematográfico, en este caso sería en una de las ediciones de noviembre de ese año que se promocionaba el serial “Our mutual Girl” (ídem. Dir. Oscar Eagle, Lawrence B. McGill, John W. Noble y Walter Stanhope. 1914) realizado por las compañías Mutual y Universal que crearían escuela al ser

⁹ Phineas Taylor Barnum. Famoso empresario circense estadounidense quien se podría considerar como la primera estrella de los negocios del mundo del espectáculo, su fama se debe principalmente a la creación del famoso circo Ringling Brothers, así como de múltiples espectáculos estrafalarios y de fenómenos.

¹⁰ “Exhibitors draped homemade posters outside their theater facades, hired barkers to shout about their program, distributed homemade flyers, and borrowed publicity stunts from the likes of P. T. Barnum(1810–1891). They did not, however, advertise in the press, largely because it was too expensive”. (La traducción es mía.)

imitados por otras productoras (MGM, Paramount, etc.) que poco a poco empezarían a crear sus propios posters, lobby cards, volantes, etc.

RELIANCE

**The Tango and
Votes For Women**

OCCUPY

**“Our Mutual
Girl”**

IN CHAPTER VII

Released Monday, March 2nd

Miss Grace Field and Mr. A. Baldwin Sloane—the great New York Tango artists—teach her new steps and she joins the famous suffragettes, Mrs. Harriot Staunton Blatch, Mrs. James Cooley, Miss Inez Mulholland and Mrs. Snyder, in their work for “the cause”—a wonderfully interesting reel with a special appeal to intelligent, up-to-date audiences.

WEDNESDAY, MARCH 4

The Strong Modern Society Drama

“A Lesson In Bridge”

with a splendid moral and a powerful appeal to women.

SATURDAY, MARCH 7

An Extraordinary Drama of the Plains

“WHEN FATE FROWNED”

A big new idea western drama with an unusual plot—one of the greatest single reel photo-dramas of the year.

RELIANCE MOTION PICTURE CO.

STUDIOS—29 Union Square West, New York City,
537 Riverdale Avenue, Yonkers, N. Y.
Hollywood, Los Angeles, Cal.

Figura 7: Cartel promocional del capítulo VII del serial “Our mutual Girl”. Tomada de *Reel Life*, Feb. 8, 1913. Recuperada de: <http://sfsilentfilmfestival.blogspot.mx/2016/11/womens-suffrage-and-movie-people.html>

Sería en ese mismo año (1913) en que empezaría también la publicidad en diarios impresos. De hecho, algunos empresarios periodísticos como Randolph Hearst (1863-1951)

empezaron a colaborar con los estudios cinematográficos produciendo filmes y por la misma razón, promocionándolos.

El artículo de Film Reference continúa narrando una interesante cronología de los medios publicitarios del cine en sus inicios, poniendo énfasis en la radio, libros de prensa (pressbooks), cortos o tráilers cinematográficos e inclusive productos promocionales... “Algunos de los más populares y perdurables productos incluyen muñecas y cosméticos de Max Factor de Shirley Temple y *Lo que el viento se llevó*, que han permanecido en constante producción desde los años 30”¹¹ (Fundamentals of film advertising. s. f.).

Otra valiosa aportación fue el artículo “*Everybody’s Going: City Newspapers and the Early Mass Market for Movies*”. De Paul S. Moore (2005) de la Universidad de Chicago quien hace un estudio de las carteleras en los diarios de Toronto, Canadá a principios del siglo XX también, su aproximación resulta trascendente, ya que instalado en los estudios culturales y estudios sociológicos ve a la publicidad cinematográfica como un agente urbanizador y modernizador gracias a la cultura de masas. Esto resultaba inevitable ya que de 1906 a 1909 abrieron veinte salas cinematográficas en esa población y continuaban abriendo más, de hecho, para 1914 ya existían cerca de cien salas que obviamente requerirían de nuevas formas de publicidad al ser este un nuevo medio precisamente.

Moore ve a los diarios impresos como...

...una clave del público masivo de las ciudades modernas que podía mediar la complejidad de la vida urbana, una especie de mapa o menú que ofrecía una forma de interpretar y hacer legible y palpable a la moderna metrópolis. Subrayando esta premisa a través de ensayos clave en la sociología urbana cuyas ideas fueron formuladas durante y después del surgimiento de visitas masivas al cine [...] La promoción anticipada y la publicidad de los periódicos reinventaron la ida al cine en un acto que podía ser anticipado y planeado, removiendo el cariz infantil de gratificación instantánea que viene con el alboroto del paseo

¹¹ “Some of the most popular and long-lived products include Shirley Temple and *Gone with the Wind* dolls and Max Factor cosmetics, which have been in constant production since the 1930s” (La traducción es mía).

hacia los nacientes nickelodeons¹² –llamados Theatoriums en Toronto-
. ¹³ (Moore. 2005. p. 340).

Así, el periódico impreso es un esquema de todos los aspectos vitales de, valga la redundancia, la vida urbana (también se podría argumentar la vida rural, sin embargo, los diarios de gran circulación son esencialmente urbanos), las noticias sobre política señalarían las cuestiones legales y tomas de decisiones tanto de los representantes como de la ciudadanía misma, los anuncios de productos tanto de necesidades (gas y carbón como combustibles, alimentos, etc.) como de gustos o lujos (automóviles, ropa de moda, tocadiscos, chocolates, etc.) y las inefables secciones y anuncios deportivos y de espectáculos, que reflejan ese otro aspecto necesario para el equilibrio psicológico del ciudadano común que es el entretenimiento. ¿Qué refleja de manera más precisa la cartelera cinematográfica en sus inicios? Para empezar....

La adopción de publicidad regular en los periódicos ocurrió junto a una nueva restricción en la cantidad y sensacionalismo de los posters, permitiendo a los cines una forma estética de demostrar como el ir al cine se estaba volviendo algo móvil. En el periódico *Moving Picture World* (1910a, 1910b) la “Poster-itis” se discutió como si fuera una enfermedad, un signo de mal gusto, de diversión barata que nunca atraería la atención de grupos refinados y cosecharían las ganancias provenientes de un entretenimiento civilizado y culto.¹⁴ (Moore. 2005. p. 349).

¹² **Nickelodeon.** Nickel: Moneda de cinco centavos de dólar. Odeón (Gr.) Teatro techado. Nombre con el que se les llamó a las primeras salas de proyección cinematográfica y que costaba cinco centavos la entrada. Florecieron entre 1905 y 1915. Curiosamente, el nombre después se le designó a las rockolas (Jukeboxes) musicales que también funcionaban con una moneda de cinco centavos.

¹³ “...a key way the mass public of modern cities could mediate the complexity of urban life, a type of map or menu offering a way to interpret and make the modern metropolis legible or palatable. Outlining this premise through key essays in urban sociology whose ideas were formulated during and just after the emergence of mass movie-going [...] Advance promotion and newspaper advertising remade going to the movies into an act that could be anticipated and planned, removing the tinge of infantile, instant gratification that came with the sidewalk ballyhoo of early nickelodeons (then called theatoriums in Toronto)” (La traducción es mía).

¹⁴ “The adoption of regular newspaper advertising happened alongside a new restraint in the quantity and sensationalism of posters, allowing movie theatres a way of aesthetically demonstrating how film-going was

Resulta de sumo interés el descubrir en este “mapa” urbano que era la naciente cartelera cinematográfica, como el cine en sus inicios era rasero de clases sociales (y muy probablemente hasta raciales) que poco a poco “democratizaría” a los públicos, aunque en el caso de México, aunque la primera función fue para el Presidente Porfirio Díaz el 6 de agosto de 1896 en el castillo de Chapultepec, fue más bien un espectáculo dirigido a las masas, muy probablemente heredando al público de los teatros de revista que podría pagarse así un espectáculo más económico. Así, “...*los anuncios en periódicos implicaban que toda la ciudad estaba invitada a asistir, que el público potencial era todo mundo*”¹⁵. (Moore. 2005. p. 349).

Los primeros anuncios cinematográficos de los diarios impresos dieron inicio en ciudades del medio-oeste de los Estados Unidos y en Toronto, Canadá en 1913 (Moore. p. 349) agrupados en una sola línea en las ediciones dominicales. Originalmente, estas primeras carteleras anunciaban filmes seriales (Filmes divididos en partes que se exhibían por capítulos semanales) dirigidos a público femenino, estos anuncios se exhibían por lo mismo en la sección “femenina” del diario junto a anuncios concernientes a productos para ellas y noticias de las sufragistas. Así, esta publicidad iba dirigida principalmente a madres de la clase trabajadora y a jóvenes estudiantes.

Cabe notar también que, en estos primeros años, los diarios escribían narraciones de los episodios de estas series, una especie de “publi-reportaje” en diarios como el Chicago Sunday Tribune o el Star Weekly de Toronto donde se invitaba a las lectoras a ir a ver el episodio (Figura 8).

El más famoso de estos seriales fue Los peligros de Pauline, que fue prominentemente vendido posteriormente a la cadena de periódicos de Hearst. Versiones escritas de la historia de cada episodio podrían ser leídas por adelantado, y la

becoming upwardly mobile. In the trade press Moving Picture World (1910a, 1910b) “poster-itis” was discussed as a disease, a sign of tawdry, cheap amusements that would never attract refined crowds and reap the profits that came from demonstrating attention to civilized, cultured entertainment.” (La traducción es mía).

¹⁵ “Newspaper ads further implied that the entire city was invited to attend, that the potential audience was *everybody*.” (La traducción es mía).

versión en película se buscaba en los cines con entusiasmo.¹⁶
(Moore. 2005. p. 351).

Otro aspecto importante a considerar es que diferentes capítulos se proyectaban en diferentes salas al mismo tiempo, así que la cartelera en los diarios permitía además localizar algún

Our Mutual Girl at the Lion
This is Mutual Girl day at the Lion and the pictures are the most interesting and exciting yet shown in the series. Margaret is not found and Dunbar, the gentleman burglar, who is playing the role of private detective, decides that if the girl is to be restored to her aunt, he must secure the aid of a real detective. He hears that A. Conan Doyle will be in New York that day and he takes a tug and goes to meet his steamer. He tells Doyle the story of Margaret's disappearance and of the frantic appeals made to him by the aunt. The result of his interview is that he wires Mrs. Knickbocker that he will find her niece within the week. The pictures depicting the story are beautiful and with each the interest in the search for the girl increases. "Metamorphosis," an American drama in two parts, is another interesting picture. It tells the story of how a father, believing in the domination of the spirit, starves himself in order that he may delegate his spirit to go in search of his daughter's sweetheart. "Algy's Alibi," a Thanouser comedy, completes the bill for today.

capítulo determinado.

Desafortunadamente, la experiencia de leer el episodio y ver el capítulo en el cine fue muy breve y terminaría en 1916, sin embargo, fue el suficiente como para empezar a crear una cultura de masas en cuanto a la selección de películas a ver por parte del público... "*La industria del cine había madurado en un sistema de medios masivos apoyado con la promoción y sus celebridades y sus últimas películas, para 1915 [las películas] habían alcanzado más de una hora de duración y [las funciones] podían enlazarse en toda una noche de función de vaudeville.*"¹⁷(Moore. 2005. p. 353).

Figura 8. Ejemplo de una de las narraciones de los episodios

De "Our Mutual Girl" del Arizona Republic del 3 de agosto de 1914

Recuperado de: <https://www.arthur-conan-doyle.com/index.php?title=File:Arizona-republic-1914-08-03-our-mutual-girl-review.jpg>

¹⁶ *The most famous of the serials, The Perils of Pauline, was prominently syndicated soon after through the chain of Hearst newspapers. Written story versions of each new film episode could be read ahead of time, and the picture version sought out in theatres eagerly.* (La traducción es mía).

¹⁷ *"The film industry had matured into a mass media system supported with promotion and journalism about its celebrities and their latest feature films, by 1915 reaching over an hour in length and able to anchor an entire evening's vaudeville show".* (La traducción, así como los textos en corchetes, son míos).

En México, un equivalente a estos textos es “Luz y sombra. Los inicios del cine en la prensa de la ciudad de México” de Felipe Garrido (1996) quien también realiza una cronología de las notas periodísticas a partir del primero de agosto de 1896 hasta la primavera de 1935. Este ejemplar resulta más bien una suerte de anecdotario de noticias importantes que fungían además como “publirreportajes”, tal como se aprecia en la siguiente nota del diario El Globo del 3 de septiembre de 1896:

CINEMATÓGRAFO LUMIERE

Debido al espléndido éxito que tuvo la primera representación de lujo, la empresa dará su segunda representación de gala el jueves 3 del actual.

Recomendamos mucho a las personas aficionadas no dejen de presenciar esta diversión maravillosa, pues además de cuadros nuevos sumamente interesantes, se verá el cuadro siguiente: *Levantamiento mágico de una pared recién derrumbada*, viniendo las piedras a ocupar el mismo lugar de antes y volviéndose a reconstruir enteramente la pared. Por primera vez en el mundo¹⁸ y para conseguir aquel efecto maravilloso, el aparato acaba de ser especialmente modificado en México, segunda calle de Plateros número 9. (Garrido. 1996. p. 62)

Otro ejemplo, ya más de un anuncio en forma es éste de El Tiempo del 11 de septiembre de 1896:

CINEMATÓGRAFO LUMIÉRE

2ª. De Plateros núm 9, 3ª representación de gala. Funciones desde las cinco y media p.m. hasta las nueve y tres cuartos de la noche

1. El hombre serpentina. 2. Boliches de Francia. 3. Pelea de mujeres. 4. Salida del barco. 5. Comitiva del emperador de Austria. 6. Una fiesta en Ginebra. 7. Entretenimiento familiar. 8. El gigante y el enano. 9. La comida del bebé. 10.

¹⁸ De ser cierta la nota, esto implicaría que fue en México en donde se exhibió por primera vez el efecto de cámara en reversa.

Coraceros al trote. 11. El canal de la Viga. 12. Los alumnos de Chapultepec.
(Garrido. 1996. p. 65).

Para el 10 de diciembre de 1899 estos anuncios se tornan más detallados, como en este ejemplo del “Diario del hogar” donde se da información del metraje de las vistas exhibidas:

Cinematógrafo Pathé Frères, París.

Única sucursal en la república de México, Zuleta 10, apartado 509,
teléfono 17-36.

Novedades que acaban de llegar:

Boda del rey Alfonso XIII.....165 metros

Fenómeno de dislocación.....30 metros

Van a llegar dentro de algunos días las siguientes novedades:

La caza de la mariposa.....40 metros

Romeo cogido en la trampa.....60 metros

En Birmania. Vistas y costumbres.....150 metros

Una mujer que va de prisa.....60 metros

El gendarme tiene sed.....55 metros

Los hermanos rivales.....145 metros

Las vistas que anuncia la sucursal de la casa Pathé Frères en México,
son únicamente las últimas novedades.

¡¡Ojo!! Todas las demás casas vendedoras de films Pathé son
tributarias de esta sucursal. (Garrido. 1996. p. 84).

Es también interesante, en la recopilación que Garrido realiza, el encontrarnos con una de las primeras notas que acusan de pornografía a algunas funciones y la subsecuente censura que esta generaría, sobre todo como antecedente al tema central de la presente tesis. En el “Diario del Hogar” del 10 de febrero de 1905 se acusa de inmoral a una función en específico (desafortunadamente no se proporcionan datos del filme exhibido):

...se ven cuadros que causan repulsión; tanto que varias familias decentes que, por curiosidad, se han detenido a verlos, se han visto obligados a marcharse ruborizadas.

Entre esos cuadros hay uno en que aparece el diablo con los siete pecados capitales en forma de mujeres, y a la consideración de

los lectores dejamos suponer lo que pasará cuando se presente el tercer pecado¹⁹.

Corresponde a la autoridad impedir esas exhibiciones, ya que se preocupa por la moralidad de las masas.

Preséntense cuadros honestos y no diremos una palabra.
(Garrido. p. 89).

Otra valiosa aportación es el libro “The art of selling movies” de John McElwee, un texto reciente, apenas es del 2017 quien realiza una historia de la cartelera cinematográfica en los diarios impresos a partir de su colección personal de anuncios.

McElwee desarrolla una historia ilustrada de recortes de estos periódicos y los organiza por décadas, empezando desde principios del siglo XX hasta la década de 1960, curiosamente. Para él, no pasa desapercibida la importancia de los anuncios en los diarios desde los inicios del cine, ya que, aunque las salas cinematográficas estuvieran bellamente decoradas para atraer la atención del público que pasara por las salas, este público no sería el suficiente para sufragar los gastos de las salas, “*Una entrada ricamente decorada podía atraer al paseante ocasional a ver una función, en ese momento o después cuando tuviera tiempo libre. De otra forma, era necesario vender [entradas] en la prensa, en blanco y negro y semitonos.*”²⁰ (McElwee. 2017. p.1).

Esta publicidad o mejor dicho, esta forma de iniciar la publicidad en los cines era ya un espectáculo en sí mismo, ya que eran los dueños de las salas cinematográficas quienes tenían que buscar la forma de promover las películas que exhibían en sus cines y así interesar al público, muchas veces contrataban artistas locales quienes realizaban las ilustraciones, dándole así un toque de originalidad; esto podría resultar contraproducente, ya que en muchas ocasiones el arte se realizaba sin que el dueño de la sala o el artista contratado hubiesen visto

¹⁹ De acuerdo con el Doctor Juan Solís y por la descripción podría tratarse de la película argentina “El Satarío” de 1907.

²⁰ “*A richly decorated entrance could entice passersby to a show, then or later when they had hours to spare. Otherwise, it was necessary to sell them in print, in black and white and shades between.*” (La traducción y el texto en corchetes son míos).

la película siquiera, por esta razón, las mismas productoras y distribuidoras empezaron a proveer de folletines y libros de prensa posteriormente para que las salas cinematográficas pudieran facilitar esta promoción, aunque esto llevó a la estandarización de las carteleras mismas.

Aun así, los productores tenían cierto control en cuanto a cómo editaban la publicidad para los diarios (en México esto es mucho más patente, ya que, en muchas ocasiones, la publicidad tenía que adaptarse a la idiosincrasia local para asegurar ventas de boletos, en el capítulo cinco de esta misma tesis se pueden apreciar muchos ejemplos comparativos de esto), apelando de alguna forma a un público que ya conocían. Así, podíamos decir que la publicidad en los diarios era también una competencia entre exhibidores. *“La meta, entonces, era tener el control de la prensa y dentro de esas columnas de unas cuantas pulgadas seducir al lector para asistir a tu programa en lugar de otros que abundaban en la página de entretenimiento del periódico.”*²¹ (McElwee, 2017.p. 5)

Con el paso del tiempo, tanto el cine como las técnicas de impresión van evolucionando, haciendo más complejos los anuncios de la cartelera al igual que va surgiendo un *star system* que permite fotografías o dibujos más espectaculares de los protagonistas de los filmes. McElwee (2017. p. 8) señala que para esto se dieron cuatro elementos que permitieron un mayor desarrollo: 1. Armonía, que evita que los elementos se apelmacen o encimen (En México esta regla no funcionaba en muchas ocasiones). 2. Claridad, que permite la correcta visualización de elementos, los hace identificables. 3. Unidad. Para que haya un estilo identificable dentro de las páginas del periódico y 4. Secuencia, muy ligado al punto anterior, de tal forma que hay una continuidad entre la publicidad cinematográfica, muy diferente a la de otro tipo de anuncios.

Estos cuatro puntos llevaron a la creación de ciertas “reglas” publicitarias, que, aunque limitaban la creatividad de los artistas, también implicaban retos:

²¹ *“The object, then, was to seize control of printed real estate and within those column inches seduce readership into attending your program rather than others crowded onto a newspaper’s Amusement Page.”* (La traducción es mía)

Primero estaba el punto focal de cada anuncio, llamado “centro óptico”. No ocupaba matemáticamente el centro exacto, sino un área ligeramente arriba de éste. Después está la cuestión de la forma en la que la gente lee –de izquierda a derecha- y a partir de la columna superior izquierda [...] Tal sentido común estaba arraigado en algunos [artistas] y difícilmente aprendido por otros. Otra regla escrita en piedra: Las ilustraciones usadas en la publicidad deben mostrar el rostro hacia adentro. Una figura del lado derecho o izquierdo nunca deberá mirar en esa dirección. El lector podría seguir su mirada en la dirección que hace el anuncio en línea recta y dejar el anuncio para probablemente no regresar.”²² (McElwee. 2017. PP. 8-9).

Es poco probable que la cartelera cinematográfica en los diarios impresos vuelva a ser una herramienta para la elección de qué película ir a ver, McElwee (2017. p.12) sostiene que estas quedan no sólo como elemento nostálgico, su estudio deviene en importancia ya que en la historia de la cartelera cinematográfica en los diarios impresos es también el estudio de una de las primeras formas de seducción publicitaria.

2. Sólo para adultos.

Erotismo.

Antes que nada, y porque es precisamente la cartelera del cine erótico de la década del 70 la que analizaré, es necesario definir el término “Erótico”; partiendo del “Diccionario del sexo y el erotismo” de Felix Rodriguez González (2011. p. 393), quien da cuatro acepciones al término Erótico:

1. *adj.* Del placer sexual. Del latín *eroticum*, del griego *eróticos*, y éste de *éros* ‘amor’.
2. *adj* Que excita sexualmente.
3. Que trata temas sensuales.

²² “First off was the focal point of any ad, called the “optical center.” It occupied not the exact mathematical center, but an area slightly above it. Then came the matter of how people read –left to right-and from upper left corner. [...]Such common sense was ingrained in some, hard learned by others. Another bedrock rule: Illustration used in ads should face in. Never have a figure on the right or the left looking also in that direction. The reader would follow his or her sight line right out of the ad and probably not come back.” (La traducción y el texto en corchetes son míos).

4. *fig.* Que atrae mucho, como si del sexo se tratara.

Claro que no es posible quedarse solamente con una definición de diccionario y se requiere una aproximación más precisa, ya que, aunque las cuatro acepciones pudieran parecernos adecuadas, son bastante laxas. Por ejemplo, la segunda definición “Que excita sexualmente” resulta muy vaga, ya que se puede hablar de un sinnúmero de fetiches, parafilias y preferencias para lograr esto. Francesco Alberoni (1986) sostiene que el erotismo “...se presenta bajo el signo de la diferencia” justamente. Haciendo hincapié en que, por ejemplo, la literatura o las publicaciones eróticas para mujeres son muy diferentes a las dirigidas al público masculino, de manera más concisa:

“...los moralistas, que son hombres, se ocuparon siempre de las zonas erógenas individuadas por el ojo masculino: los senos, las nalgas, el pubis. Pero nunca se ocuparon de la piel porque no les pasó por la cabeza que precisamente la piel fuera la zona erógena por excelencia...En general, el erotismo masculino es más visual, más genital. El femenino, más táctil, muscular y auditivo, más ligado a los olores, la piel y el contacto.” (Alberoni. 1986. p. 14).

Parecería en primera instancia que las imágenes presentadas en las carteleras cinematográficas serían dirigidas entonces a un público femenino, al no tener reparos en mostrar la piel tanto femenina como masculina, sin embargo, en este caso, son más bien una promesa para el público masculino (principalmente) de lo que se vería en las películas, un pequeño adelanto nada más del espectáculo completo. ¿Esta promesa implicaría algo más que mero erotismo y se llegaría entonces a lo pornográfico? ¿Sería esto lo esperado?

Entonces tenemos una segunda aporía, diferenciar lo erótico de lo pornográfico. Alberoni mismo definirá la pornografía como “...una figura de imaginación masculina. Es la satisfacción alucinante de deseos, necesidades, aspiraciones, miedos propios de este sexo.” (Alberoni. 1986. p.17). Así, para él, tanto la pornografía masculina como la novela rosa (que para él es casi un sinónimo de pornografía femenina) “...representan la satisfacción inmediata de un deseo, eliminando la realidad embarazosa. La pornografía masculina elimina la resistencia femenina, la necesidad de galanteo, la súplica femenina del amor. Las novelas rosas eliminan, por su parte, los impedimentos, las dudas, las responsabilidades.” (Alberoni. 1986. p.25).

Podemos así entender la diferencia entre el erotismo y la pornografía, siendo el primero algo que excita, es una promesa, mientras que la pornografía es una satisfacción “artificial” (de ahí la evasión de la “realidad embarazosa” que menciona Alberoni), ya que no se encuentra en el acto sexual mismo por parte del espectador, sino a través del consumo de la pornografía misma.

Regina Freyman (2011) confirma esto al sostener que *“Podemos delimitar al erotismo por su tendencia “femenina”, por su asociación con lo “artístico”, por ser desviación al reorientar el objetivo de la sexualidad, que es la procreación, hacia los terrenos de la imaginación y el puro goce sensual, quizás por ello la podamos nombrar madre de la pornografía.”* (p. 2).

Podría alegarse que el espectador si encuentra una satisfacción en acto a través de la masturbación o del onanismo, incluso habrá quienes no encuentren dicha diferencia entre erotismo y pornografía, el actor de cine pornográfico, Nacho Vidal respondió en entrevista al diario la Jornada: *La pornografía es erotismo. Todo depende de la cabeza que mire las obras, porque cada una funciona de manera diferente. Siempre he dicho que no existe el sexo para mujeres ni el sexo para hombres, lo mismo con las películas. Entre erotismo y pornografía no existe diferencia alguna porque son simplemente palabras.* (León Zaragoza, Gabriel. s.f.), así, tanto una como la otra tendrán la finalidad de excitar.

No es la intención de esta tesis desarrollar una extenuante diferenciación entre la pornografía y el erotismo, sirva esto apenas como un asomo al tema y como una arbitraria delimitación de lo que pretendo analizar, el erotismo implícito en la cartelera cinematográfica misma, ya que...

*“...son pornográficas las obras que se hacen, se comercializan y se consumen como excitantes sexuales; el propósito del erotismo persigue también la excitación, pero, no sólo del cuerpo sino de la imaginación a la que invita a participar para llenar aquello que se insinúa y no se muestra plenamente como en la pornografía. ¿Mostrar o sugerir? **that is the question.**”* (Freyman. 2011. p.4).

Independientemente de si las películas anunciadas en las carteleras de los periódicos eran eróticas o pornográficas, los carteles **eran eróticos** por esto mismo, avivaban la imaginación, eran sugerentes, invitaban a fantasear, ya que visualizar el cartel mismo no era garante de que el espectador viera la película, podía quedarse con la mera promesa, que como fantasía se cumplía en primera instancia.

Aunque la selección de carteles pudiera parecer arbitraria, esta se subsume a aquellos que cumplan las características mencionadas en esta breve exposición y en tanto erotismo, serían aquellos carteles diseñados para atraer la atención por su contenido sexual con la finalidad de estimular, excitar y atraer al público con una promesa (real o falsa) que consumía dichas películas. Así, el “erotismo” aquí planteado es aquel que ciertamente es adjetivo y figura en cuanto a imagen, balazos y demás artilugios publicitarios, aunque también será sustantivo en algunos casos.

Para redondear, la de la cartelera del cine erótico es: “Una colección de anuncios de películas y obras cinematográficas que se publicaban todos los días en los diarios impresos con la finalidad de estimular e incitar al público para ir a ver dichas películas.”

Dialéctica entre el artista creador y el público consumidor.

Para poder entender el lugar de estas carteleras cinematográficas eróticas en los diarios impresos como representaciones artísticas propias de su momento, es necesario entenderlas como obras reproducibles en serie, obras publicitarias disuasivas para un gran sector de la población en la década de 1970, en ese sentido, Walter Benjamin en *La obra de arte en el período de su reproducibilidad técnica* (1935), sostendría también que las obras artísticas elaboradas en masa no hacen más que caer en el terreno de la política, principalmente del comunismo (todavía en boga en los círculos críticos y universitarios de nuestro periodo a estudiar) , provocando ciertas reacciones negativas²³, ya que Benjamin sostendría que:

“...el *art pour l'art*, [...] había juzgado una alternativa positiva a la cultura de masas, era el paralelo estético del fascismo. Ya era suficientemente enojoso suponer que el desencantamiento artístico fuera a ocurrir automáticamente a partir de las revoluciones en la reproducción tecnológica y no a través de los esfuerzos activos del artista como sujeto que niega las formas burguesas...” (Buck-Morss. 1977. p. 350)

Así, la autenticidad de una obra, se convierte en una suerte de ritual, ya que esta esencia de la obra se transmitirá no sólo entre los consumidores del momento, sino que se transmitirá también de generación en generación... “*La autenticidad de una cosa es la quintaesencia de todo lo que en ella, a partir de su origen, puede ser transmitido como tradición, desde su permanencia material hasta su carácter de testimonio histórico.*” (Benjamin. 1935. p. 44).

De no ser así, la obra habría perdido su esencia desde el fin del tiempo del artista creador, al no encontrarse la obra en su momento histórico determinado, ¿Significaría esto

²³ Principalmente entre Horkheimer y Adorno.

que la Gioconda ha perdido su autenticidad al no encontrarse ya en el entorno en el que Leonardo Da Vinci la pintó? ¿Es entonces una obra artística de menor valor por ello?

Será el cine precisamente, la máxima expresión artística la que daría a Benjamin un sustento sólido a su propuesta, al ser este una corriente artística que prácticamente nacería con el siglo XX (En 1895, con los hermanos Lumiere, para ser más precisos) y que vendría a cambiar el concepto de arte de masas, y es que será precisamente un “arte” cuyo valor ya no se encuentra en los elementos individuales que lo componen (Fotografía, música, vestuario, guion, interpretación actoral, etc.), sino que *“La obra de arte surge aquí a partir del montaje. Un montaje en el cual cada componente singular es la reproducción de un suceso que no es en sí mismo una obra de arte ni da lugar a una obra de arte en la fotografía.”* (Benjamin. 1935. p. 66).

Es en este montaje en donde Benjamin encuentra la reivindicación, tanto del cine como arte, tanto como del valor de la reproductibilidad artística misma, al hablar del actor ante la cámara se perfila entonces de manera literal, el hombre ante la máquina reproductora, un hombre que posteriormente se convierte en una metáfora y en un símbolo de todos los hombres, ya que....

“...ante un sistema de aparatos ante el cual la mayor parte de los habitantes de la ciudad, en oficinas y fábricas, deben deshacerse de su humanidad mientras dura su jornada de trabajo. Son las mismas masas, que en la noche, llenan las salas de cine para tener la vivencia de cómo el intérprete de cine toma venganza por ellos no sólo al afirmar su humanidad (o lo que se les presenta así) ante el sistema de aparatos, sino al poner esa humanidad al servicio de su propio triunfo.” (Benjamin, 1935. p. 68).

Para entender la relación de la cartelera cinematográfica como objeto artístico elaborado en serie debemos revisar el contexto del cine en ese mismo sentido, ya que la consulta de la cartelera sería el primer paso de un ritual recreativo y cultural, que era precisamente, el ir al cine.

Por otra parte, las artes buscarán de manera ecléctica una identidad propia dentro de una aparente determinación marxista de clases (Como consecuencia de este proceso de industrialización determinado, en donde cada clase social tiene sus propios artistas, tendencias y su propia forma de crear obras), así, el aspecto individualista se mezcla con el aspecto de producción en masa, dando origen al llamado “Pop Art”, que encontraría en los años sesenta a su máximo exponente en Andy Warhol con su inefable pintura de una colección de latas de sopa Campbell’s (Figura 9), otorgando así una visión diferente al público espectador, a la sociedad en general, de estos productos realizados en serie.

Warhol realiza su pintura cuando la marca de sopa tenía precisamente 32 variedades diferentes (Figura 9), así que, aunque cada lata es “igual”, cada variedad marcaría una diferencia en la etiqueta. *“En esta obra, él [Warhol] imitó la repetición y uniformidad de la publicidad al reproducir cuidadosamente la misma imagen en cada etiqueta individual. Sólo varió la etiqueta por enfrente de cada lata, distinguiéndolas por su variedad.”*²⁴ (Recuperado de: https://www.moma.org/learn/moma_learning/andy-warhol-campbells-soup-cans-1962. Sin fecha y autor). Podríamos entonces interpretar de esta forma que cada lata, aunque realizada en serie, como parte de un todo, retendría su individualidad. Toda una alegoría a esta reflexión de arte masa e individualismo dentro de este marco de producción en serie.

²⁴ “In this work, he mimicked the repetition and uniformity of advertising by carefully reproducing the same image across each individual canvas. He varied only the label on the front of each can, distinguishing them by their variety.”

La traducción, así como el texto en corchetes son míos.



Figura 9: Andy Warhol. “Campbell’s Soup Cans”. 1962

Ya que hemos mencionado al artista como entidad individual que realiza la obra, no importando en este momento si será una pieza única o si se reproducirá en serie, o más aún, si su valor será precisamente su capacidad de ser reproducible, lo que interesa en este momento es el artista mismo y su relación con su potencial público contemplativo y/o consumidor, ya que...

“...el conocimiento sociológico le hace percibir su obra enriqueciéndose con las miradas y la imaginación de quienes la reciben, alterando su sentido al circular por las clases y sociedades distintas, al intervenir los *marchands*, los editores, la publicidad. Tales cambios pueden atraer al artista capaz de alegrarse con lo imprevisto, dispuesto no sólo a emitir “su” mensaje sino a escuchar el juego de evocaciones que cada significante provoca en el receptor: que tantos artistas y críticos hayan recogido las reflexiones de Umberto Eco sobre la obra abierta, que muchos prefieran sustituir el nombre de *obras* por el de *propuestas* confirma que los productores se sienten cada vez menos capaces de controlar el sentido último de su trabajo. (García Canclini. 1979. pp.11-12).

Con todo esto en mente considero importante el estudio de la cartelera cinematográfica del cine erótico en los años 70 en los diarios impresos, tanto como experiencia estética y como un reflejo de ciertos hábitos y conductas de ese momento histórico, conductas que, aunque apelan al individualismo, no dejan de ser, irónicamente, parte de una masa que se debate entre la homogeneidad y la pluralidad; como ilustran las latas de Warhol, siendo más específicos, hablamos de la producción en masa de los productos culturales; desde la visión de Walter Benjamin, Matterlat señala que “...*cómo el propio principio de la reproducción. (y muestra muy bien que un arte como el cine sólo tiene razón de existir en el estadio de la reproducción y no de la producción única) deja obsoleta una vieja concepción del arte que llama «cultural».* (Matterlat. 1995. p. 59).

Así, al estudiar la cartelera cinematográfica del cine erótico de la década del 70 hallamos una muestra de esa construcción de un entorno social en particular, considerando además que el cine de esa década sería el reflejo de los movimientos de liberación sexual, al menos de la cinematografía internacional según la cartelera cinematográfica, ya que en cada país (y en México en consecuencia) se dará un contexto distinto. De esta manera, nos encontramos con una serie de códigos que el consumidor adopta de los artistas y creadores de estos productos culturales, pero que a su vez, de forma dialéctica, retroalimenta al apropiarse de la obra (las propuestas), por ejemplo: “...*el autor de un cuento o un cuadro difundido en una revista de gran tiraje ignora los códigos de los lectores; si tiene ocasión de ver interpretaciones de críticos de distintos países, lo sorprenden las asociaciones que su obra provoca, y descubre que el sentido virtual –mucho más amplio del que previó– se concreta y se expande en la comunicación social.*” (García Canclini. 1979. p. 16).

Un ejemplo de esto es una secuencia de la película *Sol de Medianoche* (White Nights. Dir. Taylor Hackford. 1985), en donde en plena guerra fría, en la U.R.S.S. un bailarín norteamericano (interpretado por Gregory Hines) comenta con un alto militar soviético que le gustaría interpretar *Amor sin barreras*, a lo cual, el general le da una respuesta positiva, ya que considera que esa obra, al abordar el tema de dos pandillas rivales en Nueva York, retrataría la decadencia de la cultura norteamericana del periodo. Ciertamente que este es un ejemplo dentro de una obra de ficción, sin embargo, refleja muy bien el sentir de la ideología soviética del momento con respecto a las representaciones artísticas norteamericanas.

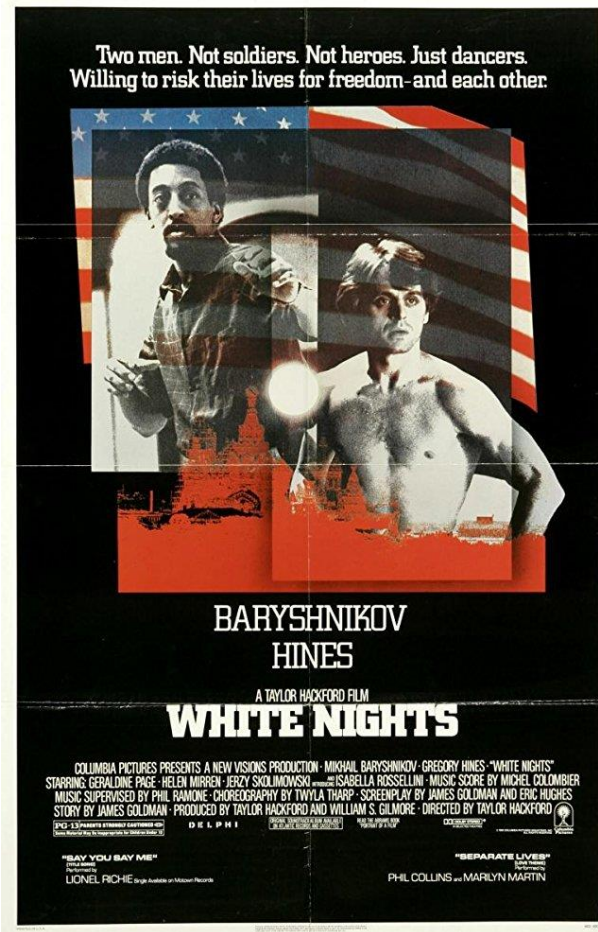


Figura 10: Cartel de la película Sol de Medianoche (White nights)

Entender esto en la década de 1970 resultaba una labor realmente trascendente; los estudios de tipo marxista todavía representaban un parámetro a seguir para poder comprender como estas obras influían en ciertos sectores sociales, ya que la recepción de estos productos culturales, serían finalmente asimilados (o no) de maneras distintas, así, la aproximación estética no se quedaba en la obra pura, en la lata de Campbell's, Vb. Gc., sino que era parte de esta dialéctica que se da(ba) entre el artista y el público espectador que determina si le gusta la pintura o no, o que, más allá de la sopa misma, le otorga un nuevo significado, dependiendo también del entorno sociológico en el que el consumidor de arte se encuentre. Por lo tanto...

...es necesario que la práctica artística se nutra en una teoría sociológica, y que el arte sea, a la vez, un lugar en el que dicha teoría

se experimente y se visualice. El artista debe aprovechar el conocimiento sociológico para entender las relaciones entre las clases sociales, como operan los condicionamientos económicos sobre la producción de lo imaginario, cómo están constituidos los códigos colectivos de percepción y sensibilidad, en qué medida pueden ser modificados. (García Canclini. 1979. p. 23).

Es curioso, como se buscaba entonces cierta uniformidad en la forma de trabajar del artista creador, para poder entrar en la dinámica de masas y encontrar no sólo una aceptación popular, sino el consumo garantizado del producto, la cartelera de cine, y sobre todo la del cine erótico, tenía que conseguir esto. Los carteles de las películas de *Edwige Fenech* (Figura 11) procedentes de Italia tenían un mismo estilo y una misma función, lo mismo pasaba con el estilo caricaturizado de las películas de *Cantinflas* (Figura 12).



Figura 11: Estilo uniforme de los carteles de las películas de Edwige Fenech. Recuperadas de: <https://www.ecranlarge.com/films/857634-toubib-prend-du-galon-la> y [https://en.wikipedia.org/wiki/File:La_dottoressa_del_distretto_militare_\(1976_Film\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:La_dottoressa_del_distretto_militare_(1976_Film).jpg) respectivamente.



Figura 12: Estilo uniforme de los carteles de las películas de Cantinflas.

Recuperadas de: <https://www.filmaffinity.com/es/film341288.html> y <http://www.subadictos.net/foros/showthread.php?t=16461> respectivamente.

Pero las masas no son estáticas, se mueven continuamente y requieren en consecuencia de nuevas expresiones artísticas, expresiones que hablen del tiempo y del espacio en donde puedan identificarse, ya que “...si la práctica artística aspira a ser innovadora necesita insertarse en la acción transformadora de las masas. Por eso la tarea crítica del arte, su contribución a nuevos modelos de vida, debiera estimular colaboraciones recíprocas entre artistas y movimientos políticos.” (García Canclini. 1979. p. 28).

No es de extrañar entonces que Warhol también haya realizado carteles de cine (y por lo que se aprecia en la Figura 13, erótico, además), como muestra el siguiente:



Figura 13: Poster de la película “Querelle” realizado por Andy Warhol en 1982.²⁵

Así, en la década de 1970 se buscó una reformulación de la teoría del arte a partir de las Ciencias Sociales en Latinoamérica, pero sobre todo en los productos locales desarrollados dentro de la superestructura artística que permitió comprender, entre otras cosas, las realidades sociales, económicas y políticas de sus consumidores. No es raro encontrar en estas representaciones artísticas actitudes contestarías acorde a su tiempo, en literatura, por ejemplo, florece la llamada “Literatura de la onda” con la novela *La Tumba* de José Agustín, retrato de la juventud de la clase media de los años 60 y 70, o el surgimiento de escritoras como Elena Poniatowska, María Luisa Puga, Carmen Boullosa o Brianda Domecq que empezarán a reivindicar, ya sea de manera consiente e inconsciente los

²⁵ Recuperado de: <https://www.vintagemovieposters.co.uk/shop/querelle-vintage-movie-poster/>

movimientos en favor de la mujer. En la cartelera de cine veremos muchos ejemplos de todo esto a lo largo de la presente tesis. De tal forma que...

“Las claves sociológicas del objeto estético y de su significación en el conjunto de una cultura no se encuentran en la relación aislada de la obra con el contexto social; cada obra es el resultado del *campo artístico*, el complejo de personas e instituciones que condicionan la producción de los artistas y median entre la sociedad y la obra, entre la obra y la sociedad: los editores, *marchands*, críticos, censores, museos, galerías, y por cierto, los artistas y el público. Para entender el sentido social de una obra de arte es preciso entender las relaciones entre los componentes del campo artístico, la inserción de este campo en el conjunto de la producción simbólica y de la producción simbólica en la totalidad social.” (García Canclini. 1979. PP. 37-38)

En síntesis, se trata de entender que el artista no deja de ser un producto de su época, uno que debe estar consciente del momento histórico en el que vive y que su obra, o propuesta, para seguir en el tono de Eco, formará parte de este momento mismo (He ahí la pertinencia del poster de Warhol, que aunque lo desarrolló en la década siguiente, no fue tan lejano a la década a estudiar), de tal forma, la obra le dirá algo a la masa consumidora de dicha propuesta, pero a su vez la masa misma se apropiará e interpretará (e inclusive, re-creará) de acuerdo a su realidad objetiva inmediata. En palabras del mismo Canclini:

“Los cambios en las obras son más inteligibles cuando se interpretan como parte de las transformaciones de las relaciones sociales entre los miembros del campo artístico. Es evidente la consecuencia que esta afirmación sociológica tiene sobre la práctica artística: crear un nuevo arte requiere, tanto como de un conjunto de imágenes nunca vistas, otra manera de producirlas, comunicarlas y comprenderlas: generar un nuevo modo de relación entre los hombres. (García Canclini. 1979. p. 38).

Con esta tesis no sólo pretendo demostrar que la cartelera cinematográfica del cine erótico de la década de 1970 fue parte inherente de esta dialéctica creador-consumidor a través de una apelación a la memoria de algunos actores del momento y la revisión de las carteleras mismas, sino que además fue un reflejo de un aspecto social trascendente del momento.

Economía Política de la cartelera cinematográfica en los diarios impresos.

Es importante mencionar el papel que juega la Economía Política en el estudio de las carteleras, y cómo tendrá que ver tanto con los hábitos de consumo del público afecto al cine como los creadores, distribuidores y exhibidores de las obras cinematográficas que anunciaban en las carteleras de los periódicos sus productos (empresas dedicadas a la acumulación de capital).

Se debe considerar que los estudios de Economía Política en los medios de Comunicación son relativamente nuevos, poco más de medio siglo a partir de 1960 con los estudios de Dallas Smythe,; Janet Wasko (2006. P.98) expone que: *“La Economía Política analiza las relaciones de Poder y confirma un sistema de clases y una desigualdad estructural. Por tanto, incluye un análisis económico y político que es capaz de ofrecer una base para lecturas ideológicas y análisis culturales.”*

Podemos entender así a la Economía Política como el estudio de las interrelaciones entre los sistemas y procesos económicos y todo aquello relacionado con las formas de gobierno. La Economía Política aplicada a los Medios de Comunicación, y de manera más específica, a la cartelera cinematográfica de los diarios impresos en este caso, da como resultado el estudio de productos generados por empresas capitalistas, continuando así la perspectiva marxista.

Estos productos (en este caso, la cartelera cinematográfica), cuya finalidad será ser consultada y en cierta forma, consumida, adquirirán un doble significado: como portadores de ideas capitalistas en primera instancia, y como productos de consumo, su esencia comercial queda de manera implícita, al menos en sociedades capitalistas precisamente, así:

“Es muy importante destacar la relevancia de las implicaciones políticas e ideológicas de las estrategias económicas, pues no en vano el cine debe también enmarcarse dentro del contexto social, económico y político general, y debe ser criticado en la medida en que contribuye a mantener y reproducir las estructuras de poder.” (Wasko. p. 102).

De esta forma, los “productos” de Comunicación y artísticos se ofrecen finalmente al público como marcas de consumo para su “libre” elección (Como las latas de sopa de Warhol), Ahora, ¿Cómo es que el público consumidor elige estas marcas? A través de la publicidad, precisamente, César Bolaño (2006. p.48) señala que *“...el público servirá al proceso de “administración de la demanda a través de la publicidad” ...como una necesidad vital del capitalismo monopolístico.”*

La publicidad es una herramienta integral, ya que, aunque se trate de dar a conocer una película en primera instancia (O vender entradas para el cine, como sentencian Marcus Loew y McElwee líneas arriba), la relación entre el anuncio y el lector (posible consumidor), será una relación de Comunicación en primera instancia.

Antes de continuar con esta cuestión de Economía Política es pertinente aclarar el segundo significado de la publicidad: De que esta puede ser también una obra artística por derecho propio, un producto de la industria cultural (sin olvidar nunca que su función primordial será la de ser un agente publicitario, un agente persuasivo, un acelerador en el proceso de producción-consumo). Para este fin, Dan de Jesús Mendoza (2013) distingue dos tipos de “cultura” en los productos publicitarios:

“...el **Flow logic** (Cultura de flujo) y el **Publishing logic** (Cultura editorial) ...Los productos del **Flow logic** son inmateriales (Como un programa de televisión o radio), mientras que los productos del **Publishing logic** cuentan con un soporte tangible (como lo es el libro, el diario o el CD). Lo anterior permite aseverar que existe una voluntad de permanencia en los productos culturales y en cierto modo la publicidad atraviesa ambos formatos por lo que en apariencia se presenta como algo efímero.” (p. 345).

Por tanto, la publicidad puede adquirir una y mil formas que en muchas ocasiones el producto mismo no poseerá por su propia naturaleza, el mejor ejemplo, acorde a la década de 1970 era el cine mismo, que era un producto del Flow Logic, al menos en México en la década a estudiar, ya que era imposible poseer una película como tal, la moda por los videocasetes, que aunque ya existían en este momento histórico, no se popularizarían hasta mediados de la siguiente década, la de 1980. Así, la publicidad de las películas adquiriría una identidad propia, muchas veces los anuncios de los diarios impresos eran muy diferentes a los carteles que empleaban las salas cinematográficas, tal como podemos ver en el ejemplo de las figuras 3 y 4, de esta forma, la cartelera cinematográfica, por su cualidad impresa (y coleccionable) es un producto del Publishing logic.

Dentro del marco de la Economía Política, la publicidad ya no resulta tan efímera (y menos en este momento en donde gracias al intercambio virtual de información parecería que no hay producto cultural o netamente comercial que no nos sea asequible), se convierte así en un elemento cultural propio de su época, pero más importante aún, se convierte en parte de una actividad de consumo finalmente, en parte de un engranaje económico-social, y por lo tanto, en uno cultural al ser portador de ideas propias a su momento histórico determinado:

Si hoy podemos decir que además de la promoción de productos con miras a aumentar sus ventas y por lo tanto las ganancias en los discursos publicitarios circulan ideas acerca de conceptos como el bienestar, la moda, el sexo, la política, no se debe a que la publicidad fomente sólo los intereses económicos de empresas, sino también porque desde su dimensión cultural se está haciendo vocera y ordenadora de las representaciones de nuestra sociedad. (Delgado. 2003. p. 371)

Será la publicidad impresa la que por su cualidad de perdurabilidad nos señala este tipo de representaciones sociales; así, en los Estados Unidos, por ejemplo, *“Las barreras raciales y étnicas caían rápidamente. Se dirigían campañas “étnicas” diferentes a grupos distintos y los afroamericanos y otras “minorías” participaban cada vez más en la publicidad general”*. (Heller. 2006. p. 15). Un claro ejemplo de esto, en relación con la cartelera cinematográfica fue el llamado cine de “Blaxplotation”, en donde la comunidad afroamericana era la protagonista principal de este tipo de cinematografía. (Figura 14)



Figura 14. Ejemplo de cartel de cine de Blaxplotaition. Tomada de Excélsior el 25 de mayo de 1972.

Como ya se ha mencionado, la función primordial de la publicidad será la de persuadir, dar a conocer productos, películas en este caso, productos culturales que servían precisamente para brindarnos una primera aproximación a dicho filme, en este anuncio, como extensión de la película misma, nos presenta también la idea de la emancipación de la comunidad afroamericana, pero se trata de una emancipación netamente ideológica, de reivindicación humana como podemos atestiguar en su balazo publicitario que sentencia: “NADA NI NADIE ERA CAPAZ DE HACER QUE SE DOBLEGARA... ¡SU INTEGRIDAD ERA COMO UN ESQUELETO DE ACERO QUE LE SUSTENTABA LA VIDA DEL CUERPO Y LA DEL ALMA!” Ciertamente, para un joven negro de la época, este cartel era más que mera publicidad, era una declaración de principios.

Podemos afirmar entonces que la publicidad cinematográfica crea también sus propios estándares artísticos, retomando además otros de distintas disciplinas, Heller (2006. p. 15) sostiene que *“Incluso los aspectos más progresistas de la publicidad se constituyen sobre otros fundamentos culturales. Por ejemplo, los publicistas únicamente utilizan las vanguardias cuando ya se han popularizado.”*

Volviendo a la Economía Política nos encontramos entonces que la cartelera cinematográfica de los diarios (que no de manera exclusiva, para no pecar de pretencioso)

promueve, vende y produce un bien cultural, que también será un generador, no sólo ideológico, como muestra el ejemplo de la figura 14, sino que será parte de una infraestructura comercial.

Sí, la publicidad cumplirá de esta forma un papel dentro de la estructura capitalista, no sólo por su función de anunciar un producto de consumo, sino que el cartel mismo se convertiría en un generador de bienes y fuentes de trabajo, daba trabajo al actor representado, al fotógrafo, a diseñadores gráficos, distribuidores de papel, tintas, los armadores de páginas del periódico, los voceadores (En muchas ocasiones el periódico se consumía exclusivamente para conocer la cartelera y elegir qué película ver cuando cierto sector de los lectores querían ir al cine).

En la Industria Cultural el trabajo tiene un doble valor. Los trabajos concretos de los artistas, periodistas y técnicos crean dos mercancías de una sola vez: el objeto o servicio cultural (el programa, la información, el libro) y la audiencia. Hoy, la capacidad que el trabajo cultural tiene para crear, en ciertas condiciones sociales y técnicas, esa segunda mercancía es absolutamente evidente. Pero todas las relaciones sociales, la geografía mundial, todo tuvo que ser transformado por el capital para que se pudiese llegar a esa situación en la que el trabajo cultural tiene la capacidad de transformar multitudes humanas en audiencias para sustentar toda la maquinaria publicitaria, elemento central de la dinámica económica desde el inicio del siglo XX, y para garantizar las condiciones generales para la legitimación del Estado contemporáneo. (Bolaño.2006. p. 52)

Así se cumple el adagio de que la publicidad no coadyuva a vender a los medios tanto un producto, sino consumidores, las grandes televisoras (y más recientemente las redes sociales como Youtube) no venden los productos que anuncian, ellas proveen cantidades de ojos a los anunciantes, así, el televidente²⁶ se convierte en una mercancía más, una mercancía que además consume, que mantiene funcionando la maquinaria de consumo, todo un proceso circular; de consumo y circulación de capital en toda su extensión, esto es, bienes materiales pecuniarios, fuerza de trabajo y hasta instrumentos de ocio.

²⁶ Tomado aquí el término “Tele-vidente” a partir de su raíz etimológica *Tele*=Lejos o distancia y *Videre*=Ver, nos referimos al que ve a distancia, no necesariamente al que ve un aparato televisor.

“Ahora bien, los compradores de audiencia son justamente los vendedores de bienes y servicios, las autoridades, los políticos, en una palabra, todos los que necesitan comunicarse con el público. El programa cumple su función social cuando es consumido por el público. En ese momento, deja de ser mercancía para tornarse puro valor de uso. Es útil para el consumidor porque le ofrece emociones, diversión, *relax*. Pero es útil también para los compradores de audiencia porque les permite comunicarse con los individuos consumidores concretos.” (Bolaño. p. 53).

Resumiendo, la Economía Política nos ayuda a entender que la cartelera cinematográfica en los diarios impresos jugaba, en primera instancia, el papel informativo para un hábito de consumo de entretenimiento, no sólo daba a conocer una película, sino que también promovía ideologías políticas (y de otras índoles) para mantener precisamente una estructura capitalista, en donde el público es tanto consumidor como un producto, vea o no la película. De hecho, en una página de cartelera cinematográfica en donde podríamos ver una veintena de películas, el consumidor promedio vería uno o dos de dichos filmes, el trabajo de la cartelera era ser lo más atractivo posible, recurriendo a su producción artística, parte primordial de este engranaje económico-político.

Influencia de los movimientos de liberación femenina en la moda y tendencias populares de la década.

Es gracias a los movimientos de liberación femenina ocurridos en la década de 1960, que la década de 1970 gozaría de una aparente libertad sexual (El caso mexicano es muy particular, por un lado, veremos ejemplos de una gran cantidad de carteleras que apuntarían hacia esto, sin embargo, nos encontramos por otro lado a una sociedad muy conservadora en donde, como cuestiona la el cartel de película “Los meses y los días”- Figura 15 -, que la virginidad es un patrimonio familiar) , misma que se reflejaría en prácticamente todos los aspectos de la vida de los países “desarrollados”, incluido el nuestro, más por influencia producto de nuestra cercanía con los Estados Unidos de Norteamérica, y, por el poder alcanzado por *Televisa*, la televisora más importante en México durante la segunda mitad del siglo XX. Así, diversos aspectos culturales como la televisión, la literatura, la moda y el cine serían el escaparate de esta ebullición sexual. “*El sexo estaba en todas partes... incluso era*

padre ver películas sucias. Les llamaban “Películas para adultos”... “Garganta profunda” costó 25,000 dólares en producir ¡y ganó \$90, 000 en una semana!”.²⁷ (Vankin. 2000. p.9).



Figura 15: Los meses y los días.

Los movimientos feministas que acontecieron en la década de 1970 serían una continuación de los movimientos iniciados durante la década anterior, ya que pese a los muchos logros que habían alcanzado, todavía en 1974, las mujeres aun no podían acceder al uso de tarjetas de crédito en los Estados Unidos, por decir algo, incluso en los periódicos, la sección de empleos estaba dividida por sexos y las mujeres ganaban en promedio 59 ¢ por cada dólar que ganaba un hombre.

²⁷ “Sex was everywhere... it was even cool to check out dirty movies. They called them “adult films” ... “Deep throat” cost \$25,000 to produce and made \$90,000 in one week!” La traducción es mía.

En 1972 se decreta el Acta de Empleo Equitativo. La activista feminista, Flo Kennedy sentenció: “*Francamente, hay muy pocos trabajos para los que se requiere un pene o una vagina.*”²⁸. (Vankin. 2000. p. 88).

El feminismo inicia así en la década tomando como antecedente a la periodista freelance **Betty Friedan**. En 1972 se publica la revista “Ms.” Su editora fue **Gloria Steinem**, toda una celebridad que chocaría, irónicamente, con Friedan. Ese mismo año, el Congreso aprueba la igualdad de derechos en los 34 estados (ERA: Equal Rights Amendment) (Vankin. 2000. p. 90). Curiosamente, ERA no se ratificó debido a una mujer, Phyllis Schlafly, quien decía que... “*¡Si la enmienda es aprobada, hombres y mujeres se verán forzados por la ley a usar los mismos baños públicos! ¡Y otros horrores más!*”²⁹ (Vankin. 2000. p. 90).

Otra dificultad fueron las mismas diferencias entre distintos grupos feministas, en 1972 la editora Gloria Steinem, se convirtió rápidamente en toda una personalidad, razón por la que chocaría con Friedan, quien no la veía como líder del movimiento feminista, sino como una celebridad. Steinem por su parte acusaba a Friedan de no donar la mitad de sus ganancias al movimiento.

Esta división ante la(s) postura(s) del(los) movimiento(s) feminista(s) no se quedó solamente en el debate de Friedan y Steinem, grupos extremistas sostenían la idea de que los hombres eran malvados y que una verdadera feminista debía de ser lesbiana, provocando así una mayor separación y desigualdad en cuanto a derechos para ambos sexos; por esta razón el término “Feminista” adquirió una connotación negativa y surgió el término “Feminazi” (Vankin, 2000. p. 90), por eso muchas mujeres empleaban la expresión: “*Creo en la igualdad de derechos y todo... pero, o sea, ¡no soy feminista!*”³⁰ (Vankin, 2000. p. 90).

Estos movimientos tendrían una fuerte influencia en dos tendencias de moda: la industria del vestido y la de la música:

²⁸ “Frankly, there are very few Jobs that require a penis or a vagina.” La traducción es mía.

²⁹ “If Equal Rights Amendment is passed, men and women will be forced by law to use the same public restrooms!... and such other horrors!” La traducción es mía.

³⁰ “I believe in equal rights and all... but I mean, I’m not a feminist!” La traducción es mía.

Se dieron así varios movimientos “anti-moda” (FADD: Fight Against Dictating Designers)³¹ que pretendían liberarse de los “diseñadores opresivos”, o sea, liberarse de los estereotipos sexuales dando pie a la corriente denominada como “Unisex”. *“La mezclilla, zapatos de plataforma y las playeras crearon otra tendencia anti-moda. ¡El unisex!”*³² (Vankin. 2000. p. 12). A esta tendencia se le aunaron los pantalones acampanados e irónicamente, en 1974 se inició la moda del bikini “Hilo dental” (Figura 16).



Figura 16: Ejemplos de estas-anti-modas en algunas carteleras cinematográficas que muestran frases, playeras, mezclilla, peinados a la “afro”, etc. Imágenes tomadas de varios diarios de mi archivo particular.

Otro movimiento anti-moda fue el “Punk”. Para 1973 la industria del Rock había generado dos mil millones de dólares, solamente el grupo “Led Zepellin” vendía el 20% del total de la disquera “Atlanta Records” (Vankin. 2000. p. 176). Bandas como “Boston” se formaron totalmente en estudio sin haber tocado jamás en vivo ni transmitir en Televisión. Así, la música rock se corporativizó y disminuyó la calidad y el mensaje tan característico de la década anterior para convertirse más en un negocio.

³¹ Lucha contra la Dictadura de los Diseñadores, por sus siglas en Inglés.

³² “Blue Jeans, platforms and T-shirts were all put of another anti-fashion trend. Unisex!” La traducción es mía.

Sería hasta la aparición del “Punk Rock” a partir de 1975 que surgiría una nueva forma de hacer música; Inglaterra pasaba por una recesión económica, ahí existía una tienda llamada “SEX”, co-propiedad de Malcolm McLaren; éste produciría a Steve Jones, Paul Cook, John Lydon y Glen Matlock para conformar la banda “Sex Pistols” que tocaron en el club “London’s Marquee” en Febrero de 1976 por primera vez, surgiendo así este género al que les seguirían bandas como The Clash y The Damned. De Queens, N.Y. surgen “The Ramones”.

Estas bandas musicales representaban todo lo opuesto a lo que la industria era en ese momento (la música disco, que se comentará brevemente líneas abajo). Sin embargo, a pesar de su espíritu subversivo, el Punk Rock terminó siendo también parte del “Mainstream” (Sex Pistols, “Las Pistolas Sexuales” firma con EMI) con todo y su connotación sexual.

Junto con el Punk Rock, otra moda, más destacada aun por su sexualidad (o su dualidad sexual), sería el “Glam”. David Bowie fue el principal “gurú” de este movimiento al crear personajes como “Spaceman” y “Ziggy Stardust” (y más adelante al “Caballero blanco”). El Glam, como movimiento, consistía en reconocer que no se había definido una identidad sexual precisa entre la juventud de la década, la palabra “Glam” es la abreviatura de “Glamorous”. Artistas como Alice Cooper lo mezclaron inclusive con el terror (como en la canción “Welcome to my nightmare”, Bienvenido a mi pesadilla).

El Rock, así, se empleó para diseñar estrellas. Además de Bowie destacaron Marc Bolan (Creador del Glam, de hecho), Gary Glitter, Sweet e Iggy Pop. Por otro lado, el grupo Kiss crea todo un espectáculo basado en la postura del “Macho” (que no “machista”) que pretende reivindicar la virilidad (a pesar del maquillaje, irónicamente, Gene Simmons, líder de la agrupación siempre ha señalado que el maquillaje de los integrantes del grupo obedece más a la tradición del teatro Kabuki japonés que a una postura de identidad sexual). El fenómeno de KISS se explica también al percibir la influencia del comic (cada uno de los integrantes del grupo original eran más un personaje con súper poderes con toda una parafernalia bastante ecléctica, en donde se cuestiona si KISS vendía más bien imagen que música).

En el Reino Unido el “Punk” reemplaza al Glam, aunque artistas como Bowie, Bolan o Lou Reed no fueron olvidados e incluso mantendrían vigencia en la década siguiente.

Sin embargo, la tendencia musical más popular de la década fue marcada definitivamente por la denominada “Música Disco”, denominada así al ser la abreviatura de “Discoteca” (Discotheque, en inglés), curiosamente el nombre no hace referencia a una especie de “fonoteca”, que es donde se guardan y archivan los discos sonoros, sino que hacía referencia al lugar en donde la gente iba a bailar. Las primeras “Discos” fueron bodegas arregladas exprefeso. Iniciaron tocando música “negra”, Soul y R&B, dando pie al “Funk”; pero la música disco como tal surge en 1975 con Van McCoy y el sencillo “Do the Hustle”, aunque sería con el estreno de la película “Fiebre de Sábado por la noche” (Saturday night fever. Dir. John Badham. U.S.S. 1977, cinta que en el 2010 entró en la National Film Preservation como parte de la Biblioteca del Congreso al ser considerada como patrimonio cultural de los Estados Unidos de Norteamérica) que la música disco se convirtió en “Mainstream” (Cultura de masas).

“La película fue un éxito, pero el soundtrack lo fue más. De hecho, con 25 millones de copias, fue el disco con mayor record de ventas. Las 17 canciones del LP doble, con su memorable portada con la fotografía de John Travolta, hizo más que cualquier otra cosa para que la música disco se volviera una locura nacional... En su momento, la música disco fue la primera en reunir a todo tipo de gente – Hombres, mujeres, negros, blancos, heterosexuales o gays. En la pista de baile, todos eran iguales.”³³ (Vankin. 2000 Pp. 18-19).

³³“...the film was a hit, but the soundtrack was even bigger. In fact, at 25 million copies, it was the biggest selling record ever. The 17-song double LP, with a memorable cover shot of Travolta, did more than anything to make disco a national craze... In its day, disco was the first music that brought all types of people together – Male, female, black. White, straight or gay. Out on the dance floor, everyone was equal.” La traducción es mía”.



Figura 17. Cartel de Fiebre de Sábado por la noche. Retrato de las modas y tendencias de la década, tanto en el vestir como en la música y la cinematografía misma. Corresponde al diario Excélsior del 12 de julio de 1978,

Así, estas modas-antimodas expresaban libertad sexual e individualismo a la vez, misma que se vería reflejada en la cartelera cinematográfica como podremos ver más adelante.

3. Conviene hacer bien el amor.

Para esta investigación se ha decidido emplear como metodología el “Análisis de contenido” (Content Analysis) que podríamos definirlo como “...el estudio científico de comunicación. Es un estudio de contenido con referencias a los significados, contextos e

*intenciones contenidas en los mensajes*³⁴ (Prasad Devi, B. 2008. p.1), ya que este permitirá, por su versatilidad, abordar el estudio de las carteleras del cine erótico desde algunas de las siguientes perspectivas diferentes, tales como (Parafraseados de Fernández Chavez, Flory; 2002. p. 36):

- **Sus aspectos materiales:** O sea, la naturaleza de los componentes de los carteles mismos.
- **Sus aspectos formales:** Que nos permite identificar sus características semánticas y gramaticales (La combinación de la imagen y los textos).
- **Sus relaciones externas:** Los aspectos geográficos, políticos, económicos, culturales, éticos y morales dentro de su contexto histórico.
- **Sus características internas:** Los valores en los que las carteleras se basan, principios que apoya, mensajes que se pretenden transmitir.
- **Y en sus sentidos ideológicos:** Los posibles significados (y hasta moralejas, inclusive) que se le pueden atribuir al mensaje que pretende transmitir, en este caso, su carga erótica.

Existen otras perspectivas más, como aspectos, tecnológicos o psicológicos que no resultan oportunos en esta investigación.

De esta forma, realicé un análisis de meta texto y meta imagen, similar a una hermenéutica, aunque sin la pretensión totalizadora de aquella, simplemente se trata de entender el papel que la cartelera cinematográfica de los diarios impresos era un reflejo de sus tiempos, y en especial la cartelera del cine erótico de la década de 1970 como consecuencia de los movimientos de liberación sexual que se dieron en la década anterior y como ya establecí en la pregunta de investigación principalmente, entender cómo es que se anunciaba el cine erótico a través de los diarios impresos.

Para esto llevé a cabo una identificación de tipo cuantitativa de las unidades de contexto (en este caso, los anuncios del cine erótico). Para este fin se empleó el libro de María Luisa Amador y Jorge Ayala Blanco: *Cartelera Cinematográfica 1970-1979*. Que resultó ser una

³⁴ “...*the scientific study of content of communication. It is the study of the content with reference to the meanings, contexts and intentions contained in messages.*” (La traducción es mía).

herramienta indispensable para la presente investigación al ser esta obra un índice de todos los estrenos cinematográficos de la década con fechas y salas de estreno, así, una vez en posesión de estos datos se procedió a localizar en las hemerotecas los diarios correspondientes a esas fechas y la localización de dicho cartel cinematográfico. Por ejemplo, se busca en el volumen de Amador y Blanco alfabéticamente el filme “La Estatua” del año de 1971, el texto nos da un número, en este caso el 1043, que corresponde al número de filme estrenado durante la década, se busca en orden numérico el filme que aparece en la página 108, en donde se presenta la ficha con el título en español, el título original entre paréntesis (si es el caso), la nacionalidad del filme, el nombre del director, actores principales, productor, año de producción, cines en los que se estrenó, fecha de estreno en México y número de semanas de exhibición, tal como se muestra a continuación:

1043. La estatua (The Statue). Inglesa. Dir. Rod Amateau. Int. David Niven, Virna Lisi, Robert Vaughn. Prod. Josef Shaftel, 1971. Cine Chapultepec, junio 1 de 1972. Trece semanas. (Amador y Blanco. 1988. p. 108).

Con el dato de la fecha de estreno principalmente, se busca en la hemeroteca el diario correspondiente a la fecha y en la sección de la cartelera cinematográfica procedí a buscar el anuncio de la película (en este caso fue el de un día antes de la fecha de estreno, pero por lo general los estrenos se anunciaban ya varios días antes y en ocasiones con desplegados más grandes que el del día del estreno), una vez localizado el anuncio necesitado se fotografía y se archiva (Figura 18).



Figura 18: Cartel de la película La estatua, tomada del diario Excelsior del 31 de mayo de 1972.

Ante la gran cantidad de estrenos cinematográficos de cine erótico (Y de cualquier género), resultaría una labor extenuante y demasiado larga el recopilar todos los estrenos de la década, inclusive de un solo género cinematográfico, razón por la cual opté por realizar una selección de carteleras representativas de al menos tres meses distintos de cada año de este periodo a estudiar, así como también de la búsqueda de los carteles de filmes netamente representativos del género, tales como “Adiós Hermano Cruel”, “Emmanuelle” o “Bellas de Noche”, por citar algunos ejemplos.

Ya una vez en posesión del cartel realicé mis propias fichas con los siguientes datos:

- Título del estreno en México y título en su idioma original.
- Nacionalidad de la película
- Fecha de estreno en México
- Fecha del diario de donde se tomó la fotografía del cartel
- Clasificación de la película
- Cines en que se exhibía
- Balazo(s) publicitario(s).
- Y alguna anotación al margen en algunos casos.

He aquí una muestra de las fichas que realicé (Figura 19):



Conviene hacer bien el amor (Conviene far bene l'amore. Dir. Pascuale Festa Campanile. 1975)

Nacionalidad: Italiana

Estreno en México: 2 de febrero de 1978

Diario: Excélsior: 2 de febrero de 1978

Cines: Imperial 70, Pedregal 70 y Molino del Rey.

Tiempo de Exhibición: 2 semanas

Clasificación: Sólo adultos

Balazos: cuando se acaben los energéticos ésta será la solución... ¡HOY CANDENTE ESTRENO! POR FIN LO PROHIBIDO... LA PELICULA MAS SEXACIONAL DEL AÑO! EL INVENTO DEL SIGLO!

Figura 19. Ejemplo de fichas de registro de carteleras de cine erótico.

Además de organizar así mi material de trabajo, el hecho de recopilar, datar, archivar y extraer la información de cada una, sirvió para ir encontrando las similitudes, temas eróticos y formas de publicitar las películas.

Para esto se contaron cuantas películas del género se exhibieron cada año, en cuantos y cuales cines, palabras y términos recurrentes tanto en los títulos como en los balazos publicitarios, así como un análisis de los subgéneros del cine erótico (Comedias, dramas,

temas adolescentes, incesto) así como de las nacionalidades. De tal forma que se revisaron al menos 261 días de la década y seleccionando entre miles de películas aquellas que sirvieran para los fines de este estudio de los dispersos entre los diez años del periodo a estudiar.

En total se encontraron 291 películas durante toda la década distribuidas de la siguiente manera por cada año:

1970:	09
1971:	16
1972:	14
1973:	33
1974:	23
1975:	25
1976:	24
1977:	21
1978:	55
1979:	71
Total:	291

Durante el conteo cuantitativo se encontró también que, los cines que más filmes eróticos exhibieron fueron:

Savoy:	15
París:	10
Mod:	07

Los países que más películas exhibieron en México durante la década fueron (Sin contar co-producciones):

Italia:	70
México:	45
Estados Unidos:	27
Inglaterra:	16
Francia:	12
España	12
Alemania	08
Danesa:	02
Checoslovaquia:	02
Argentina:	02
Irlanda:	01
Domincana:	01
Holandesa:	01
Dinamarca:	01

Suiza:	02
Japón:	01

Entre los términos más empleados en los balazos publicitarios se encontraron los siguientes:

Sex (Como prefijo) ³⁵ :	53
Sensual:	32

Una vez realizado este procedimiento cuantitativo y ya con las fichas procedí a realizar el estudio cualitativo de los carteles mismos, se revisan así las imágenes, si son dibujos o fotografías, los balazos publicitarios, qué es lo que pretendían expresar o vender, a quién iba dirigido el mensaje y dentro de lo posible, cuál era la recepción de estos anuncios a actores que vivieron durante la década (apelando a su memoria y ante la exposición de las carteleras encontradas para reforzar esos recuerdos) y determinar así el tipo de contenidos, discursos y valores que la cartelera del cine erótico transmitía. En síntesis, cómo vendían dichos filmes.

Hábitos de consumo del público.

Por otro lado, resulta de suma importancia saber si, en efecto, la cartelera cinematográfica era una herramienta importante para el ritual de asistir al cine, junto con otros hábitos de consumo para la elección de películas que la gente veía en la década de 1970. Para esto se realizó un sondeo de tipo cualitativo entre personas mayores de 40 años, ya que estos fueron los actores que vivieron durante la década a estudiar y que aún conservan recuerdos fiables (y contrastables con la información existente y con otros entrevistados más o menos contemporáneos).

Para esto se realizaron dos entrevistas personales al dibujante y storybordista de ánima estudios Juan Javier Gómez Sánchez y al editor de publicaciones de la Universidad Autónoma Chapingo, León Márquez Ortíz, se decidió entrevistar a estas dos personas no sólo por su afición al cine, sino porque sus actividades profesionales los han mantenido al tanto del desarrollo de la cinematografía y porque fueron jóvenes consumidores de cine durante la década; también se consultó con los miembros de dos foros de Facebook: **¡Cacarooo! Los viejos cines de la ciudad de México**³⁶ y **El Cinito del Tío Nacho**³⁷.

³⁵ Curiosamente no se encontró en el año de 1972, y el año en que más se empleó fue 1978 con 16 veces.

³⁶ Recuperado de: <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/>

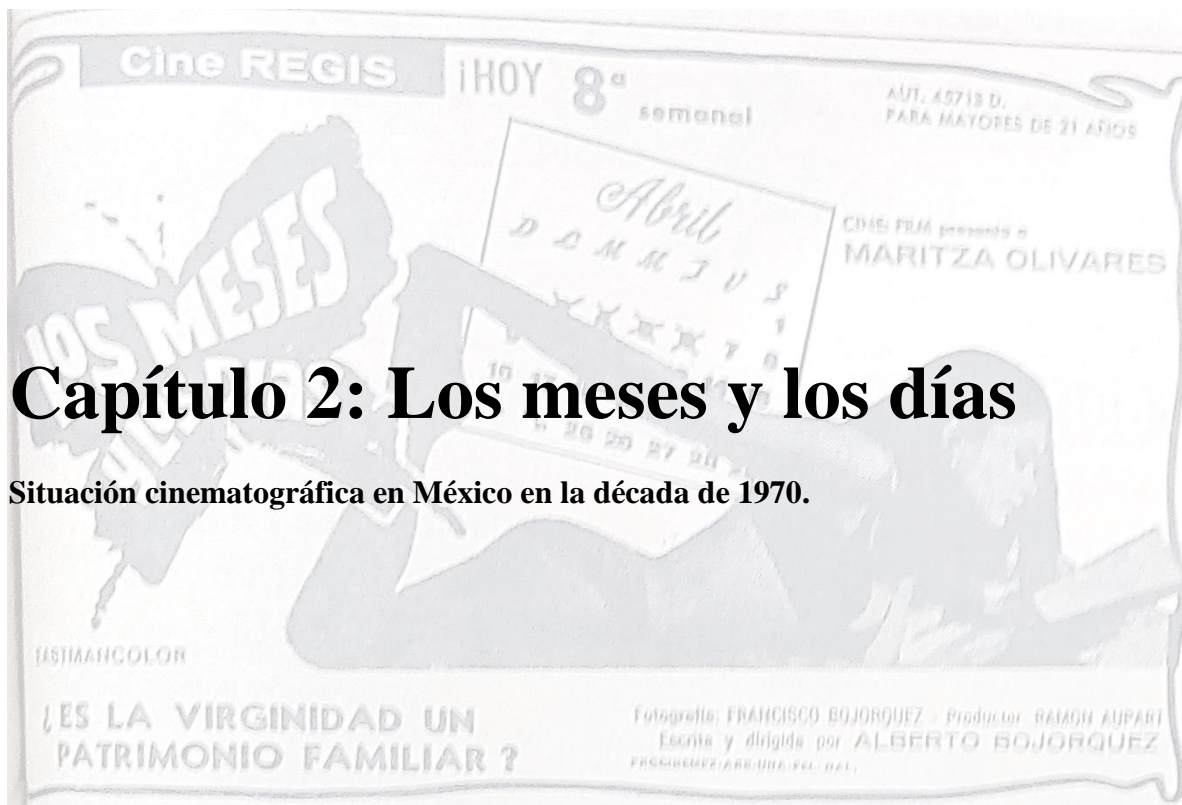
³⁷ Recuperado de: <https://www.facebook.com/groups/797063983686748/?fref=ts>

Para los foros se plantearon las siguientes preguntas de forma abierta en un post hecho ex profeso obteniendo muy buena respuesta, las preguntas fueron:

- ¿Que rango de edad tenían en esa década?
- ¿Qué edad tienen actualmente?
- ¿A qué se dedicaban y se dedican ahora?
- ¿Qué hábitos de consumo de cine tenían en aquel entonces?
- ¿Se arreglaban, cómo se trasladaban, qué dulces consumían, qué clase de películas veían?
- ¿Consultaban la cartelera de los diarios para ir al cine? ¿Les servía para elegir película, cine, función, precio?

Como era de esperarse, las respuestas fueron bastantes parecidas, sobre todo si consideramos que el rango de edad de los participantes no era muy diferente (la gran mayoría tienen entre 45 y 60 años, personas que en la década de 1970 eran niños, adolescentes o jóvenes adultos y la gran mayoría eran estudiantes, sin embargo, fueron las pequeñas particularidades las que enriquecieron la investigación.

Los resultados de ambas metodologías son el desarrollo de la presente tesis.



Capítulo 2: Los meses y los días

Situación cinematográfica en México en la década de 1970.

Aunque podría parecer no estar relacionado con la cartelera cinematográfica en primera instancia, este contexto histórico nos ayudará a comprender las decisiones políticas que llevaron a la cinematografía producida y exhibida en México durante el periodo a estudiar, podría parecer una obviedad, pero es un hecho que, si las cosas hubiesen ocurrido de manera diferente, la cartelera cinematográfica también lo habría sido. Es importante prestar especial atención a las decisiones gubernamentales en cuanto a la producción y exhibición de cine en México, sólo así se podrá entender el porqué de este auge de cine erótico.

I. Mecánica Nacional. El cine durante el gobierno del presidente Luis Echeverría (1970-1976).

En retrospectiva se podría decir que el declive de la industria cinematográfica en México sería un proceso orquestado, metafóricamente hablando, por una entidad maquiavélica que buscaba su declive, ya que, aunque en la producción cinematográfica en México venía en decadencia desde la década de los cincuenta, para la década de 1970 se dio un momento de solidez para posteriormente retomar sus señales de decadencia durante el segundo sexenio de nuestra década a estudiar y de prácticamente una extinción que en este año del 2017 aun parece lejano su resurgimiento.

La llamada “Edad dorada del cine mexicano” ya había terminado hacía más de una década³⁸ y en la década de 1960 la producción cinematográfica en México parecía muy contradictoria, desde las cintas surrealistas/existencialistas de Buñuel en el primer lustro (“Simón del Desierto”, “Viridiana” o “El Ángel Exterminador”, por citar algunos ejemplos) hasta la consolidación del cine de luchadores, pasando por las cintas de Ismael Rodríguez (Autor variopinto que en esa década dirigiría la fábula moralista “El Hombre de papel”-1963-, “Ánimas Trujano” -1961- o la delirante “Autopsia de un fantasma” -1966-.) o las comedias “Rockanroleras” protagonizadas por los cantantes César Costa, Angélica María o Enrique Guzmán. Sin embargo, esta filmografía no refleja los movimientos estudiantiles que fueron muy representativos en una década en la que juventud tenía una mayor conciencia política, no sólo de México, sino a nivel mundial, la única excepción sería el filme documental “El Grito. México 1968” de Leobardo López Arretche, que además sería también el primer filme realizado por el incipiente CUEC (Centro Universitario de Estudios Cinematográficos) ese mismo año. A pesar de esto, un desencanto y temas más oscuros serían los que permearían en la filmografía de la década de 1970.

Es imposible no mencionar también la irrupción del llamado cine de autor en esta cinematografía, cine influenciado por la “Nueva ola francesa” y el “Free cinema inglés” *“Corrientes que por vez primera hacen que la crítica salte a los ruedos y con más ganas que técnica, busquen proponer su propio lenguaje cinematográfico [...] El grupo nuevo Cine formado por Emilio García Riera, Jomi García Ascot, Salvador Elizondo, Carlos Monsiváis, Rafael Corkidi y Paul Leduc, entre otros, saltó... a la acción proponiendo la realización de un cine independiente de manufactura barata y con actores sin sueldo, y con una estética realista.”* (Pelayo. 2005. p. 8).

También es de destacar la aparición de la productora “Cinematográfica Marte” de Mauricio Walerstein y Fernando Pérez Gavilán, quienes apostaban por estos proyectos de autor, destacando el mítico filme “Los Caifanes”, basado en el guion de Carlos Fuentes y Juan Ibañez. Otros nombres importantes en esta corriente serían Felipe Cazals, Sergio Olhovich, Alejandro Jodorowsky, Alfredo Ripstein, José Bolaños y Alfonso Arau.

³⁸ Actualmente se suscita cierta polémica al tratar de determinar el periodo en el que ésta ocurrió, aunque por lo general se acepta que inicia en 1935 con la realización de la película “Vámonos con Pancho Villa” de Fernando de Fuentes, y culminaría en 1957, de manera simbólica, con la muerte de Pedro Infante, máximo histrion del periodo. Aunque Barradas Gurruchaga (2015) comenta que... *“Varios expertos del área cinematográfica se han dado a la tarea de abordar esa época definiéndola de diferente manera, cada uno de ellos apunta a una temporalidad distinta, con variaciones entre los criterios de selección de los años que esta comprende.”* (p.19). Exponer aquí con mayor amplitud la “Edad dorada del cine mexicano” resultaría poco oportuno para esta tesis, además de que se ha estudiado ampliamente por críticos y estudiosos como Emilio García Riera o Jorge Ayala Blanco. Para una exposición más reciente recomiendo el texto de Andrés Barras Gurruchaga.

Este ambiente creativo era el que se respiraba al inicio de la década de los setenta cuando el nuevo presidente, Luís Echeverría asumió el mando de la nación haciendo uso de un discurso de libertad y apertura política que ofrecía un futuro esperanzador a corto plazo.

La cartelera cinematográfica en los diarios daría cuenta, inclusive en el sexenio del Presidente José López Portillo, de esto, varias cintas mexicanas de gran calidad y con una gran variedad de temáticas se estrenarían durante este periodo, baste tomar un diario de 1974 en adelante para corroborarlo.

El inicio del sexenio era promisorio para todos estos creadores, la “política de apertura” del Presidente Echeverría creó entonces la Subsecretaría de Radiodifusión y Notimex, una agencia de noticias, también el estado se hace del Canal 13 de televisión (En la década siguiente sería “Imevisión”). Todo esto con la finalidad de alcanzar un mayor alcance y consenso social.

Aunque un poco antes de que Luis Echeverría asumiera la presidencia en el mes de diciembre de 1970, su hermano, el actor Rodolfo Echeverría (Conocido también como “Rodolfo Landa” en el medio artístico) asumió el 25 de septiembre de ese mismo año la dirección del Banco Nacional Cinematográfico (BNC), así, el gobierno pudo involucrarse de manera más directa en la industria cinematográfica.

“La meta esencial que se plantea [la administración de Rodolfo Echeverría]³⁹ es la superación artística del cine mexicano, insistiendo que <<no habrá otra limitante que la capacidad y el talento de los cineastas>>. Como consecuencia se empieza inmediatamente una política de puertas abiertas para los directores debutantes que quieren entrar a la industria.” (Paola Costa. Citada por Pelayo. 2005. p 17)

Gracias a esta “política”, se logran filmar 88 películas durante el primer año de su gestión, y a finales del sexenio se inauguran nuevas instalaciones para la Cineteca Nacional junto a los Estudios Churubusco Azteca. También durante esta gestión se da un saneamiento financiero a las compañías distribuidoras, se constituyen las compañías CONACINE, CONACITE 1 y CONACITE 2 para la producción de películas, se inaugura el CCC (Centro de Capacitación Cinematográfica), que sería la segunda escuela de cine más importante en México; también crea la empresa estatal PROCINEMEX, para promover el cine mexicano en los estados de la provincia y del extranjero, así como apoyo económico a los mismos estudios Churubusco para su modernización.

Así, la producción cinematográfica del primer sexenio se desarrolló de la siguiente forma (De acuerdo con Pelayo. 2005. p.20):

³⁹ El texto en corchetes es mío.

PELÍCULAS PRODUCIDAS.	1971	1972	1973	1974	1975	1976
PRIVADAS	73	67	49	41	33	20
ESTATALES	5	16	16	20	23	36
INDEPENDIENTES	5	7	6	6	4	5
TOTAL	83	90	71	67	60	61

Es importante notar que, en tanto producción nacional, decrece el número de producciones de la iniciativa privada y proporcionalmente crece el número de producciones estatales, aunque en general, la producción total empieza a decrecer.

“El cine mexicano vivió un buen momento con Rodolfo Echeverría, ya que el Estado a través del Banco Nacional Cinematográfico impulsó un cine de calidad que por primera vez arriesgó en su temática social y en un cine de autor. Los nuevos realizadores mexicanos se encontraron en un escenario ideal en el que se apoyaban buenos guiones con nuevas y arriesgadas propuestas cinematográficas.” (Pelayo. 2005. p. 20).

Destacan de este sexenio los filmes: *El Cielo y Tu* (Gilberto Gazcón, 1971), *El Águila descalza* (Alfonso Arau, 1971), *El Apando* (Felipe Cazals, 1975), *Calzonzin inspector* (Alfonso Arau. 1974), *La Choca* (Emilio “El Indio” Fernández. 1974), *Las Poquianchis* (Felipe Cazals. 1976), *Ante el cadáver de un líder* (Alejandro Galindo, 1973), *La pasión según Berenice* (Jaime Humberto Hermosillo. 1976), *El Ministro y yo* (Miguel M. Delgado. 1976), *Los Cachorros* (Jorge Fons. 1971 Figura 20), *El Castillo de la pureza* (Arturo Ripstein. 1973. Figura 21), *Mecánica Nacional* (Luis Alcoriza. 1972), *Maten al León*. (José Estrada. 1975), *Cascabel* (Raúl Araiza. 1976), *Canoa* (Felipe Cazals. 1976) *Tívoli* (Alberto Isaac. 1974) y *Bellas de Noche* (Miguel M. Delgado. 1975), entre muchas otras. Cabe señalar que estas dos últimas son consideradas como las iniciadoras del llamado “Cine de Ficheras”, que representaría la debacle de esta industria cinematográfica, que, hasta este punto, lucía promisoría.

Como puede apreciarse en las figuras 20 y 21, los carteles de las películas *Los Cachorros* y *El Castillo de la pureza*, son basadas en sendas obras literarias de Mario Vargas Llosa y de Luis Spota respectivamente (La primera de título homónimo y la segunda en la novela *La carcajada del gato*, aunque basada en hechos reales), muestran como había esa intención de calidad en el cine del periodo del gobierno de Luis Echeverría.



Figura 20: Los Cachorros. El Universal
14 de junio de 1973.

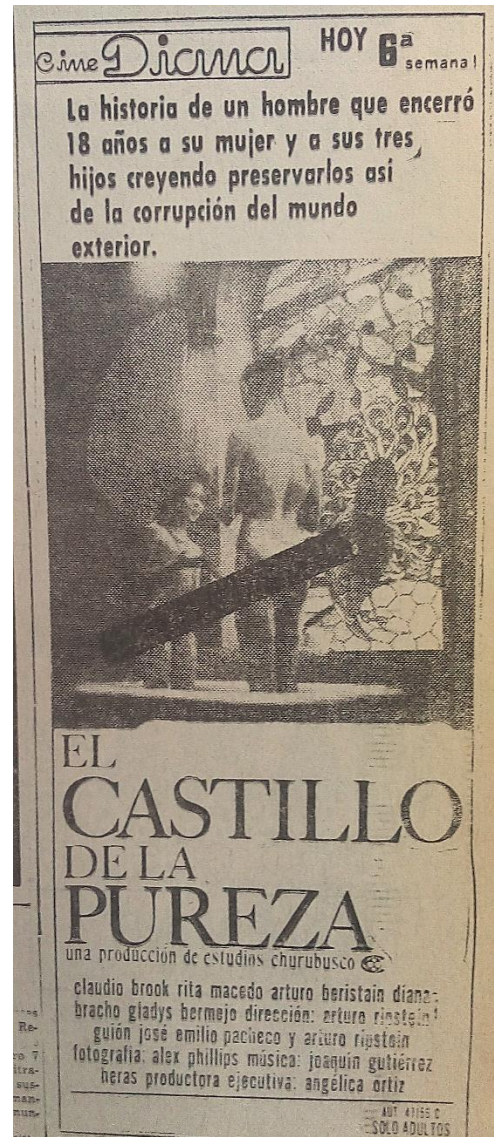


Figura 21: El Castillo de la Pureza
14 de junio de 1973

[El presidente]⁴⁰ Echeverría se pronunció entonces a favor del arte “de contenido social” y, como ya no había muralistas, decidió apoyarse en los cineastas. “Un cine que miente es un cine que embrutece”, declamó, y ya en México ordenó que la industria cinematográfica produjese películas que “reflejaran la realidad”. (Agustín, José. 1992).

⁴⁰ El texto en corchetes es mío.

Tanto los Estudios Churubusco como el BNC realizaron alianzas con productoras cinematográficas (Con Cinematográfica Marte, Producciones Escorpión, Cinematográfica Marco Polo y Alpha Centauri principalmente), sin embargo, empieza a darse cierto distanciamiento cuando las productoras independientes deciden filmar en el extranjero por cuestiones económicas (Básicamente ahorrarse los costos de los sindicatos mexicanos), así que en abril de 1973 “...se da a conocer que el Banco Nacional Cinematográfico no apoyará a ninguna producción privada que se filme en el extranjero, con el objeto de proteger la planta laboral de los Estudios Churubusco y de los Estudios América.” (Pelayo. 2005. p. 26).

Para tratar de solucionar este y otros conflictos entre el BNC y las productoras privadas, Rodolfo Echeverría crea una nueva productora del estado: CONACINE (Corporación Nacional Cinematográfica), que busca fomentar e incrementar la creación de producciones cinematográficas. No parece casual, en retrospectiva, que la primera producción de CONACINE junto con una productora, Dasa Films, haya sido el filme “Tivoli” de Alberto Isaac en 1974, que como ya se mencionó líneas arriba, sería uno de los dos filmes antecesores al género de “Ficheras”.

A pesar de toda esa aparente bonanza de producciones cinematográficas, no dejó de haber censura en las producciones, el mismo BNC se encargó de ejercerla a través de Hiram García Borja, quien estaba a cargo de la Dirección General de Cinematografía... *quien de acuerdo a la Ley de la Industria Cinematográfica, instauró la política de supervisión de guiones para dar autorización a su filmación, mientras que el Banco Cinematográfico pedía como requisito que el proyecto tuviera la aprobación del organismo encargado, ya que de lo contrario, no contaría con el presupuesto.* (Sánchez Villagrán. 30 de Mayo 2012).

Así, cintas como *Auandar Anapu* de Rafael Corkidi (1974), *Apolinar* de Julio Castillo (1971), *El Topo* de Alejandro Jodorowsky (1970), *Nuevo Mundo* de Gabriel Retes (1976) o *Pubertinaje* de Antonio Alcaraz (1971) o fueron enlatadas hasta el siguiente sexenio o fueron mutiladas para su exhibición, la excusa del mismo Hiram García Borja fue que... “*El único motivo de censura es el mal gusto, sabemos bien que hace falta un cine de crítica social de todas sus manifestaciones; pero ese debe plantearse con talento, con buen gusto, con audacia, en fin, con inteligencia.*” (Citado por Sánchez Villagrán. 2012). Efectivamente, no encontraremos en la cartelera de los diarios señales de estas películas hasta después de 1976.

De esta forma, estas cintas que posteriormente se convertirían en obras de “culto”⁴¹ competían con filmes más acordes al espíritu nacional como “Mecánica Nacional” o la también

⁴¹ El término “Cine de Culto” es también uno que, al igual que la determinación de la época dorada del cine mexicano genera polémica, principalmente se le denomina así al cine que “genera culto”, para esto... “*El punto fundamental que convierte a una cinta en película de culto es la interacción que estas obras logran desarrollar con la audiencia, la manera en la que la gente memoriza fragmentos (en ocasiones diálogos enteros) de la cinta o se disfraza de los personajes [Como los filmes de Star Wars o más recientemente, la saga de Harry Potter]...Las cintas de culto no nacen como tales (sin importar cuan enloquecidas premisas engendren), sino que son adoptadas por aquellos que se sienten identificados por ellas, por un público ansioso de una retroalimentación distinta a la que proveen las cintas convencionales y estandarizadas.*” (Aviña, Rafael. &

ya mencionada “Tívoli”, que retratan otras realidades tal vez más cercanas al auténtico espíritu del pueblo mexicano.

Cabe mencionar que fue también durante la gestión de Rodolfo Echeverría en el BNC que se re-instituyó la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas, que, aunque se fundaría en 1946 y entregaría premios hasta 1958, dejó de dar premios desde entonces, como un síntoma de la crisis que atravesaba la cinematografía en México, así, en 1972 la Academia se encargaría de premiar de nuevo a lo mejor de la cinematografía mexicana. Ese mismo año se consolidan también como productora los Estudios Churubusco Azteca, que mejoraría la calidad, así como la cantidad de filmes producidos por ellos, “empresa” que ya se encontraba administrada por el BNC.

Es durante la premiación del año de 1975 en que los productores independientes confrontan finalmente al Presidente de la República ante el disgusto de las políticas del BNC y de CONACINE; el Presidente Luis Echeverría mismo respondió:

“...yo invito a los trabajadores ahora y aquí a que les den las gracias a los productores; a ver qué hacemos financieramente <<aquí están las autoridades hacendarias>> y que sin temores hagamos una afirmación revolucionaria y nacionalista, porque los señores productores simplemente no entienden... que se dediquen a otra actividad, y que veamos qué hacemos y que hagamos un sacrificio compartido para hacer mejor cine en México.” (Costa. Citada por Pelayo en 2005. p. 30)

Así, para finales del sexenio y debido a las órdenes del Presidente de la República en 1975, la industria cinematográfica mexicana prácticamente se encontraba bajo el control del Estado. Sin embargo, al año siguiente las cosas cambiarían con la nueva administración presidencial de José López Portillo y de Hiram García Borja quien substituiría a Rodolfo Echeverría como presidente del Banco Nacional Cinematográfico.

Es importante recordar que, en aquel entonces, independientemente de la censura, la gran mayoría de las películas, tanto nacionales como extranjeras, se estrenaban al menos con un año de retraso, así que muchas de las películas mencionadas en este apartado encontrarían su cartel en los diarios en el sexenio siguiente.

Navar, José Xavier & Yehya, Naief. Junio de 1995. Un ritual cinematográfico. Somos Especial N.4. p.7. El texto en corchetes es mío.). De esta forma, la censura de ciertas películas y su dificultad de ser apreciadas o de ser asequibles las convierten en objetos de veneración, inclusive sin haber sido vistas aún.

II. Al presidente le gustan las mujeres. El cine durante el gobierno del presidente José López Portillo (1977-1982)

Uno de los primeros actos de la presidencia de José López Portillo, con relación a la cinematografía, sería la creación de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) el 6 de julio de 1977. Organismo gubernamental encargado de vigilar y supervisar los contenidos de la radio, televisión y cinematografía precisamente en ámbitos como la clasificación de contenidos, transmisión, distribución, exhibición y comercialización de los mismos, al frente de esta institución quedó Margarita López Portillo, hermana del presidente. La RTC también se encargaba de diseñar y fomentar la política oficial a través de estos medios.

En un principio, Margarita, con respecto a la producción cinematográfica, continuó los compromisos pendientes de la administración anterior. Sin embargo, al año siguiente, en 1978 se percibió un cambio radical en cuanto a la producción de filmes producidos por el Estado, todavía en 1977 se produjeron 45 filmes estatales contra 35 de la iniciativa privada, sin embargo, para el siguiente año la balanza apuntaba de forma muy distinta, 28 producciones del gobierno contra 50 producciones privadas.

De esta última parte de la década destacaría la producción de filmes como *El lugar sin límites* de Arturo Ripstein (1977), *El Recurso del método* de Miguel Littin (1978), *Naufragio* de Jaime Humberto Hermosillo (1977), *En la trampa* de Raúl Araiza (1978), *El año de la peste* de Felipe Cazals (1979), *El infierno de todos tan temido* de Sergio Olhovich (1979), *La guerra santa* de Carlos Enrique Taboada (1979) y *La tía Alejandra* de Arturo Ripstein (1979) entre otras. Así, aunque se produce cine de calidad, este va mermando cada año.

Para 1978, Margarita López Portillo había conformado un cuerpo de asesores encabezado por su doctor de cabecera, quien la convenció de arrancar de raíz los cultivos del sexenio precedente e iniciar una nueva y diferente política cinematográfica. El despido de la gran mayoría de los funcionarios del sexenio anterior es la primera expresión de las nuevas directrices para impedir cualquier intento de continuidad. (Pelayo. 2005. p. 41).

Entre los cambios más destacados sobresalen el nombramiento de Jorge Hernández como director de CANACINE el 9 de Julio de 1978, la renuncia de Hiram García Borja del BNC pocos meses después. En 1979, emulando las políticas de su hermano, el presidente de la nación, instaura una “Alianza para la producción” con la finalidad de aumentar la producción cinematográfica a menores costos, dicha iniciativa no generaría eco.

Justo en el último año de la década iniciaría la caída de la producción estatal y surge una nueva época para el cine de la iniciativa privada e independiente que había mermando su

producción durante el sexenio de Luis Echeverría. De tal forma, que en 1978 el cine estatal produciría solamente 28 películas y 15 en 1979.

Comparando con el sexenio del presidente Echeverría, la producción durante el sexenio de López Portillo al final de la década es exactamente la opuesta como puede verse en el siguiente cuadro (Tomado de Pelayo, 2005. p.46)

Películas producidas	1977	1978	1979
Privadas	35	50	64
Estatales	45	28	15
Independientes	10	18	26
TOTAL	90	96	105

Las carteleras de los últimos dos años de la década darían cuenta de ello también.

Así, en contraste, la iniciativa privada produciría cintas de corte netamente comercial y de calidad menor, cine de fácil asimilación que, aunque sigue la tradición de *Mecánica Nacional* o *Bellas de Noche*, tiene el valor de no dejar de ser un reflejo de los sectores populares de México (De la ciudad de México, de manera más específica), se continua, aunque de cada vez menos, con el género de luchadores con cintas como *Misterio en las Bermudas* de Gilberto Martínez Solares (1977) o *Santo en la frontera del terror* de Rafael Pérez Grovas (1979); cine de índole familiar como la animada *Los Súpersabios* de Anuar Badín (1978), *El Patrullero 777* de Miguel M. Delgado (1978), *Duro pero Seguro* de Fernando Cortés (1978), *La Comadrita* también de Fernando Cortés (1979), estas dos últimas con la comediante María “La India” Elena Velasco Fragoso y *Milagro en el circo* de Alejandro Galindo (1979); así como el inefable género de sexicomedias, plagado de mujeres exuberantes, desnudos, chistes de doble sentido y albures así como de personajes de moral cuestionable como (anti)héroes, destacan *Las Cariñosas* de Rafael Portillo (1979), *Las Ficheras (Bellas de noche 2)* de Miguel M. Delgado (1977), *Muñecas de Medianoche* de Rafael Portillo (1978) o *El Sexo me da risa* de Rafael Villaseñor Kuri (1979); este género encontraría su máximo esplendor en la siguiente década.

De acuerdo con Gustavo García y Antonio Saborit, estas medidas serían el indicador de un nuevo tipo de censura, ya que...

...la razón de ello reside en las profundas contradicciones que han marcado el rumbo de la industria en los últimos dos años [1977 y 1978] y que, paradójicamente, han perjudicado sobre todo a la

producción estatal: ya en 1977 se había fijado un límite de siete millones de pesos de financiamiento a cada film hecho por las empresas Conacine y Conacite, pese a los altísimos costos de producción actuales. Se inauguraba así un nuevo tipo de censura que impedía la filmación de temas históricos considerados perturbadores (la incursión punitiva de Pershing contra Villa en *Chico Grande* o el vasconcelismo en la cinta sobre Antonieta Rivas Mercado que estaba a punto de iniciar Rafael Castañedo). Asimiladas las reglas del juego después de las primeras prohibiciones de temas “no rentables” o que “no se ajustaban al presupuesto”, el grueso de las películas hechas en 1978 fueron melodramas urbanos contemporáneos. (García, Gustavo y Antonio Saborit. 1979).⁴²

Irónico resulta, pues, que, en 1979, la RTC estableciera una alianza con la Asociación de Productores y Distribuidores de Películas mexicanas “...con la finalidad de satisfacer la demanda de cine en el país. Esta relación se finca en varias reglas no escritas. Una de ellas, la más importante, es que la censura aminoraría su rigor facilitando la proliferación de un cine violento y vulgar de ínfima calidad.” (Pelayo. 2005. p. 48). Así, esta liberación de censura no será impedimento para presentar cualquier tipo de cine, con la excepción de cine de temática política que afecte o denuncie al partido en el poder⁴³. Casi a finales de su periodo presidencial, Francisco Galindo Ochoa, titular de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia dio la orden de cancelar los contratos publicitarios de la revista Proceso de Julio Scherer como represalia a las denuncias de corrupción de su gobierno, famosa fue la sentencia del presidente: “No pago para que me peguen” (Ramírez, Pilar. 2017).

¿Control político sobre qué es lo que se debería ver en el cine? ¿Conformación de un nuevo parámetro de conductas esperadas en la ciudadanía que consume cine?

Trivia convertida en movimiento de masas, los productos amparados por la presencia de John Travolta (*Fiebre de sábado por la noche* y *Vaselina*) significaron lo que Estados Unidos nos reserva como cine “para familias”, “de entretenimiento”, superando ampliamente las pretensiones de la ciencia-ficción en el mismo

⁴² Rescatado de <http://www.nexos.com.mx/?p=3279>). El texto en corchetes es mío

⁴³ Sería hasta el año de 1999 en que se estrene la película “La ley de Herodes” de Luis Estrada en que se haga una crítica abierta al partido político PRI en una película de estreno comercial, y a pesar de ello no estuvo exenta de polémica y de censura... “Como en su tiempo lo fueron *La sombra del caudillo* (1960) o *Rojo amanecer* (1989), **La ley de Herodes** fue primero aprobada como proyecto fílmico, para luego ser objeto de un burdo intento de veto que terminó provocando la renuncia de Eduardo Amerena, director del **Instituto Mexicano de Cinematografía** (IMCINE), y el consiguiente desprestigio de las autoridades cinematográficas mexicanas. (La ley de Herodes. 1999. Descargado de http://cinemexicano.mty.itesm.mx/peliculas/ley_herodes.html).

terreno. De más está señalar que el sistema de exhibición mexicano fue usado, como en otros casos, por las empresas distribuidoras, para apoyar una campaña de consumo y modificación de conducta que contó con el apoyo entusiasta de todos los otros medios de difusión masiva. (García, Gustavo y Antonio Saborit. 1979).

La cartelera en los diarios nos señala esta censura simplemente al no encontrar carteles de muchas de estas películas, aunque hablamos de una censura que apela a una doble moral, resulta irónico así que el cine erótico no se encontrará con la menor objeción ni traba al presentar escenas de desnudos o balazos publicitarios junto a cintas de corte familiar (Figura 22).



Figura 22: Muestra de cómo películas como *La familia en la selva 1 y 2*, *Las aventuras de Dunderklumpen* o *Mi nombre es Trinity*, de corte familiar e infantil departían con anuncios de películas para adultos como *Emmanuelle 2*, *La alcoba del obispo* o *El paraíso erótico de Utamaro*. De Excelsior, 26 de agosto de 1979.

Así, en julio de 1979 se anuncia la liquidación del 90% del personal de CONACINE y para colmo, Margarita López Portillo acusa a varios funcionarios de fraude por hasta 4,500 millones de pesos

Nunca nadie entendió cuál era el objetivo del ataque contra Fernando Macotela, Bosco Arochi, Carlos Velo y Jorge Hernández Campos, funcionarios honestos y capaces ni por qué vino su liberación de manera tan imprevista. Lo que se consideró es que se trataba en el fondo de una ofensiva dirigida a desmantelar totalmente los vestigios echeverristas que todavía quedaban en el sector cinematográfico... (Pelayo. 2005. p.50)

Todo esto, junto con otras decisiones apuntaban hacia la desestatización de la industria cinematográfica y se mostraba una clara tendencia hacia la privatización, siendo Televisión, productora de la televisora Televisa y dirigida por Fabián Arnaud la que mayor provecho obtuvo de la situación. Aunque la productora surgió apenas en 1978, para el año siguiente alcanzaron a producir diez películas. Dentro de su filmografía destacaron los filmes **El Chanfle** de Enrique Segoviano (1979), **Milagro en el circo** de Alejandro Galindo (1979), **Lagunilla mi barrio** de Raúl Araiza (1979) y **La Ilegal** de Arturo Ripstein (1979) entre otras.



Figura 23: Milagro en el circo. 9 de agosto de 1979

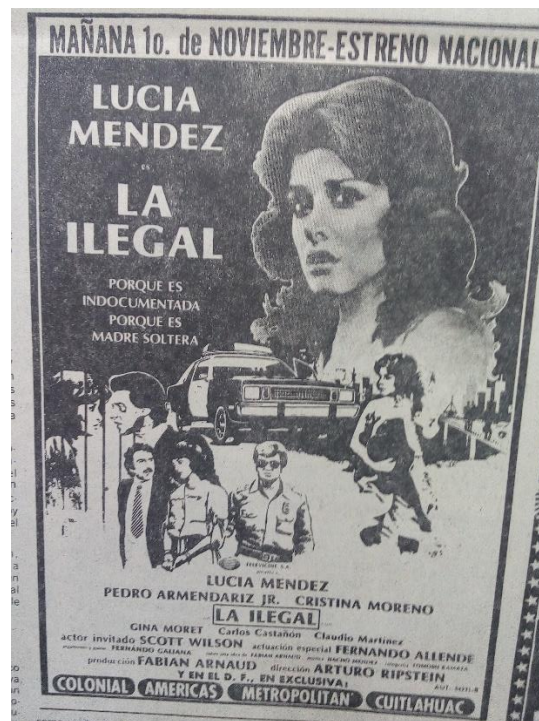


Figura 24: La Ilegal. El universal. 31 de Excélsior. 31 de octubre de 1979

Las figuras 23 y 24 son una muestra de este cine comercial producido por Televisine, cine que pretendía vender no sólo actitudes y posturas como señalan Gustavo García y Antonio Saborit, sino afirmar también una idiosincrasia, afirmar la ideología familiar que surge en tiempos posteriores a la Revolución mexicana, los balazos publicitarios resultan contrastantes pero afirman esto, en el primero podemos leer: “Ría y diviértase con toda la familia”, mientras que en el segundo se lee: “Porque es indocumentada, porque es madre soltera”; interesante dicotomía, el cartel de Milagro en el Circo es casi una apología a la familia y el segundo es un juicio, casi una condena a la maternidad fuera del matrimonio.

Sería un pequeño grupo de cineastas independientes, que sin el apoyo del gobierno o de las grandes productoras realizarían filmes de calidad a través de cooperativas (Como “Río Mixcoac”) o con el apoyo de las escuelas de cine que directores como Alfredo Joskowicz, Miguel Littin o Jaime Humberto Hermosillo lograran dirigir.

También es importante notar que ante esta lúgubre situación se dio el “movimiento” de los llamados “Súperocheros”; con la aparición en la década del 60 de las primeras cámaras caseras con rollos de 8 milímetros que podían además montarse en pequeñas cámaras con un cartucho se pudo experimentar y poco a poco a ser asequibles los materiales para filmaciones amateurs

“En el territorio de la contracultura también se debe incluir el fenómeno del cine en súper 8 milímetros, que entusiasmó a los jóvenes por sus bajos costos y porque no caía en las redes de la censura. Por ese motivo a través del súper 8 tuvimos un México distinto, auténtico, con los problemas reales; además, representaba un verdadero movimiento artístico altamente expresivo. La aparición del súper 8 se dio en 1968 cuando Oscar Menéndez filmó escenas del movimiento estudiantil. A partir de entonces, y especialmente en la primera parte de los setenta, surgieron varios grupos que crearon sus espacios en todo el país (Zacatecas, Durango, Guadalajara y Monterrey, especialmente)... Los principales superocheros fueron Gabriel Retes, Paco Ignacio Taibo II, Sergio García, Héctor Abadie, Alfredo Gurrola, Rafael Montero y Óscar Menéndez. (Agustín. 1992.)

No podemos dejar de mencionar un hecho curioso a finales del sexenio de José López Portillo, y se trata más de un cotilleo, de un secreto a voces, y fue el romance entre el señor Presidente con la actriz Sasha Montenegro, explicando en parte el auge de la sexicomedia mexicana que poco a poco desplazaría en preeminencia al cine italiano, siendo la misma actriz la principal protagonista en este tipo de cine tal y como se apreciaría a finales de la década y durante la siguiente, tal como lo atestiguaría la cartelera misma (Figura 25.)



Figura 25: Las cariñosas, con Sasha Montenegro (Segunda de izquierda a derecha).
Del Excélsior. 21 de julio de 1979.

En síntesis, a diferencia del sexenio de Luis Echeverría, la cinematografía en el periodo de López Portillo destacaría por el descenso de la producción cinematográfica estatal en contraste con una mayor producción de las productoras privadas, lo que llevaría a una cinematografía más interesada en los éxitos comerciales que en las producciones de mayor calidad, y por la renuncia de García Borja del BNC, lo cual podría asumir que sin su perspectiva censora es que el cine de ficheras tendría un gran auge. Obviamente la cartelera cinematográfica daría cuenta de esto.

III. Véala en Hollywood, la Raza, Futurama y muchos más. Las cadenas de exhibición cinematográficas

Como ya se pudo apreciar en los primeros apartados de este capítulo, la producción cinematográfica en México en la década de 1970 se apoyó principalmente en el financiamiento estatal, al menos durante los primeros años. No podríamos dejar de considerar que este “éxito” se debió también a otro factor importante: la distribución y exhibición de la cinematografía (toda, no solo la mexicana, sino aquella importada de países como Estados Unidos, Francia e Italia principalmente) por parte de las cadenas cinematográficas. Aunque a principios de la década, había cierta crisis en cuanto a que varias salas cinematográficas

estaban cerrando. Para el año de 1972 había doscientas tres mil seiscientas ochenta y una butacas para una ciudad que en aquel entonces poseía más de ocho millones de habitantes (Uriza, Jorge. 1972).

Básicamente hubo cuatro cadenas importantes: **COTSA (Compañía Operadora de Teatros** por sus siglas), que pertenecía al gobierno y era la más grande; la cadena de cines de “arte” de **Gustavo Alatríste**, los **Telecines CASA**, de Carlos Amador y la **Organización Ramírez**, la única que aún existe, aunque conocida como cadena “Cinépolis” y que actualmente es la mayor cadena de salas cinematográficas en el país.

Este auge de cadenas de exhibición cinematográfica se dio también en parte, debido a la polémica de la competencia que el cine tenía con la televisión⁴⁴, que encontraría justo en esa década su momento de mayor apogeo al reducirse los costos de los aparatos televisivos y que además estos alcanzaron una calidad definitiva en cuanto a las transmisiones a color. Así, las salas cinematográficas tenían que dar más opciones al público asistente en cuanto a oferta en los distintos géneros cinematográficos y horarios de exhibición., de tal forma que...

...las salas cinematográficas... inician una diversificación a través de esquemas de exhibición novedosos, como las “salas de arte”, entre ellas, la *López Velarde* o la *Fellini* promovidas por el empresario Gustavo Alatríste, así como los cinemas gemelos y los multicinemas, de la Organización Ramírez. Esta última opción surgió a partir del crecimiento poblacional y urbano, que a su vez propició la introducción de un modelo de centro comercial de origen estadounidense (mall), el cual concentró almacenes, tiendas, restaurantes, bancos y cines, todo ello con servicio de estacionamiento. Los primeros ejemplos fueron Plaza Universidad y Plaza satélite, que casi desde su origen, a fines de los años sesenta y principios de 1970, contaban con un cine, y poco después integrarían un núcleo de multicinemas. En el caso de las salas de arte su ubicación fue más dispersa, pero siempre en relación con áreas de concentración comercial y de oficinas, como la Zona Rosa, San Ángel y Satélite, entre otras. (Alfaro y Ochoa Vega. 1997. PP 167-168).

⁴⁴ Y que sigue teniendo, ya que así como las salas cinematográficas han evolucionado con las proyecciones digitales, sonidos envolventes, proyecciones en tercera dimensión o sistemas “multisensoriales” (4DX por ejemplo) para atraer públicos, la televisión también ha evolucionado con los sistemas de cable o de streaming como Claro-Video o el inefable Netflix, actualmente

A continuación, un breve acercamiento a estas cuatro cadenas cinematográficas, que nos servirá para entender cómo es que el cine erótico se promovía de manera particular en los diarios impresos en cada una de estas cadenas.

Compañía Operadora de Teatros Sociedad Anónima (COTSA).

La más grande y longeva cadena de salas cinematográficas en México fue sin duda la Compañía Operadora de Teatros Sociedad Anónima (COTSA), fundada originalmente por el empresario estadounidense William O. Jenkins Biddle (1878-1963), oriundo de Shelbyville (Tennessee) y radicado en México la mayor parte de su vida en donde fue conocido por la diversidad de negocios que desarrolló tanto en las ramas de la caña de azúcar, de alcohol, textil, la construcción de carreteras y obviamente, la industria cinematográfica.

En el año de 1939 adquiere en la ciudad de Puebla su primera sala cinematográfica para poco después, en sociedad con Gabriel Alarcón funda la “Cadena de Oro” con cuatro salas, Para 1945 se asocia con el gobernador del estado de Puebla, Máximo Ávila Camacho y así inicia un monopolio de exhibición. Poco tiempo después se fusiona los hermanos Espinosa Yglesias y así surge finalmente COTSA, que para 1949 controlaba ya el 80% de las salas cinematográficas del país y que además presionaba a las productoras en cuanto a la producción cinematográfica del país, así, Jenkins no sólo ejercía el control en cuanto a la distribución y exhibición de películas, sino que también controlaba la producción misma.

Varios productores apoyaron, sin embargo, al monopolio de Jenkins (como Gregorio Walerstein, principalmente); sin embargo, pronto encontró oposición por otros logrando finalmente que el Congreso de la Unión decretara la Ley de la Industria Cinematográfica en donde “...se prohibía a los exhibidores tener intereses económicos en la producción y distribución y viceversa. Era esa una forma legal de sujetar el monopolio, pro no de destruirlo.” (García Riera, Emilio. 1998. p. 152).

Poco después, durante el sexenio del Presidente Adolfo López Mateos (Sexenio de 1958-1964), COTSA y Cadena de oro son adquiridas junto a los Estudios Churubusco en 1960, desbaratando así el monopolio de Jenkins... Para dar inicio al monopolio por parte del Estado hasta el año de 1993, en que fue desmantelada. Muchas de sus salas fueron adquiridas por las grandes cadenas actuales (Cinopolis y Cinemex, principalmente).

El Estado, al poseer este monopolio propició en la primera mitad de la década de 1970 que el cine mexicano estuviera más que presente en la cartelera cinematográfica ya que... *Funcionan 27 cines de los llamados independientes y la “Operadora de Teatros”, que representa el licenciado Arturo Gonzáles Betancurt, maneja un total de 67 cines* (Uriza, Jorge. 1972. 4 de agosto. 203,681 Butacas en los Cines de la Capital. *Excélsior*. Sección espectáculos). Así, podemos percibir al analizar las carteleras mismas que existía un gran interés por difundir todo tipo de cine.

En la figura 26 que es la cartelera de cines COTSA del 1 de octubre de 1974 podemos apreciar que hay al menos 11 películas mexicanas: *Miércoles de ceniza*, *La isla de los hombres solos*, *El Santo oficio*, *Los perros de Dios*, *La Choca*, *Ante el Cadáver de un líder*, *Mecánica Nacional*, *El Desconocido*, *El Profeta Mimí*, *Jalisco nunca pierde* y *Pobre niño Rico* (Probablemente sean más, ya que se desconoce el título original, y por lo mismo, la nacionalidad de *El mundo de mi padre* y *La muñeca de las medias negras*).

En contraste, del cine de Hollywood y del Reino Unido (se consideran por sus repartos y continuas con-producciones como una sola filmografía para fines prácticos) podemos ver 17: *Naranja Mecánica*, *El gran asalto de los doberman*, *El Hombre de la Mancha*, *La Aventura del Poseidón*, *El Hombre Relámpago*, *Masacre*, *Robin Hood*, *El ladrón que vino a cenar*, *El Molino negro*, *El sol rojo*, *Los Vengadores*, *El número uno*, *Krakatoa. Al este de Java*, *El estrangulador de Viena*, *Así habla el amor*, *Regreso al hogar* y *Fuga sin fin*.

El resto, ocho películas son de diversas nacionalidades, destacando las sexicomedias italianas (Figura 26).

NOVEDADES CUARTA SECCION SECRETARIA DE HACIENDA "PAGINA CINCO"

<p>ALEX PHILLIPS Solo de Arte Alfredo Giraldo DECAMERON Pier Paolo Pasolini basada en los cuentos de Boccaccio 4.30 - 7.00 - 9.30 \$125.00 PRONTO: "ENSEÑAME A VIVIR"</p>	<p>CINEMA POLARCO PIERO ARMENDARIZ PREDECAL 70 5ª SEMANA ELIZABETH TAYLOR en MIERCOLES DE CENIZA 4.40 7.00 9.30 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$150.00 PRONTO: "EL GRAN GATIBUS" - "FERREAZ" - "EL SOL ROJO"</p>	<p>COBLE MARIO AMORIM MILY DEL CAMINO WILLY ROYAL ALEXANDER BARTER DRUM MELINDA HAYES gloria maxima rene Cardona 4.50 7.40 10.05 CORTOS 4.00 6.50 9.40 \$150.00 PRONTO: ANTONY QUINN en "EL DON HA MUERTO"</p>	<p>GABRIEL FIGUEROA 36ª SEMANA EN FRONTE DE WALTER KRONBERG PARANICA MECANICA A. HERRERA 4.00 - 6.50 - 9.30 \$150.00 PRONTO: "HITLER, LOS ULTIMOS 10 DIAS"</p>
<p>PLAZA SATELITE 70 15ª SEMANA CINEMA UNO 11ª SEMANA ENTRENADOS PARA MATAR! ULTIMO VIERNES EL GRAN ASALTO DE DOBERMAN P. SATELITE: 5.00 7.35 10.00 CORTOS 4.00 6.30 9.10 CINEMA UNO: 4.45 7.20 9.55 CORTOS 4.00 6.35 9.10 PRONTO: CINEMANIA "UN CAMINO Hacia LA CHOCA"</p>	<p>CHIAPULTEPEC NIÑOS Y ADULTOS Sophia Loren Peter O'Toole 5ª SEMANA James Coco El Hombre de la Mancha A. HERRERA 4.15 7.10 10.10 CORTOS 4.00 6.55 9.15 \$125.00 PRONTO: "EL GRAN GATIBUS" - "EL GRAN GATIBUS"</p>	<p>CIUDADELA NIÑOS Y ADULTOS LA AVENTURA DEL POSEIDON 76ª SEMANA GENE HACKMAN ERNEST BORGNINE 4.20 6.50 9.30 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$125.00 PRONTO: EDWARD GOREAU en "EL DIA DEL CHACAL"</p>	<p>EL SOLARDO 11ª SEMANA 21ª SEMANA ALESSIO ORANO ORNELLA MUTI CON EL SOL EN LA PIEL 4.50 7.20 10.10 CORTOS 4.00 6.30 9.10 PRONTO: "OPERACION DRAGON"</p>
<p>LATINO (LAS AMERICAS) 6ª SEMANA EL SANTO OFICIO un ritual estremecedor JORGE LUKE DIANA BRACHO CLAUDIO BROOK Director: ARTHUR HOPSTEIN L. 4.40 7.35 10.00 martes - 4.00 - 7.00 JUEVES: 4.30 7.15 10.00 jueves - 4.00 - 6.30 - 9.12 PRONTO: "EL JUDICIO DE MARTIN CORTES"</p>	<p>REAL CINEMA NIÑOS Y ADULTOS ¿QUE PASA CUANDO SE ENAMORA? ¿Tienes algo meche carrito? Los perros de dios A. HERRERA 4.40 7.15 9.50 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 PRONTO: "EL JUDICIO DE MARTIN CORTES"</p>	<p>VARIEDADES NIÑOS Y ADULTOS EL DESCONOCIDO UN HOMBRE CON UNA GRAN HABILIDAD PARA METERSE EN PROBLEMAS. A. HERRERA 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 PRONTO: "EL JUDICIO DE MARTIN CORTES"</p>	<p>CINEMA MEXICO NIÑOS Y ADULTOS LA CHOCA CONACINE MARTIN LUCERO - ROBERTO CALZADILLA GONZALO GONZALEZ - PABLO PELLISSIER 4.40 - 7.15 - 9.50 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 PRONTO: "EL JUDICIO DE MARTIN CORTES" - "LA TRENZA"</p>
<p>CINEMA COYOACAN NIÑOS Y ADULTOS EL HOMBRE DEL IMPAGO EL HOMBRE DEL IMPAGO L. 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.40 9.10 \$125.00 JUEVES: "PRISIONERO DEL RECOR" - "TU HIJO VIVIRÁ"</p>	<p>ACACIA NIÑOS Y ADULTOS MEMORIAS DE UGO TOGNAZZI TODA UNA MUJER L. 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 PRONTO: "CAMA MOTORIZADA" - "CON MAS VELOCIDAD"</p>	<p>CINEMUNDO ADULTOS MAYORES DE 21 AÑOS STEPHEN BOYD 2ª SEMANA STEVIA KOSCINA FERNANDO KEY CARLA MORO 4.50 7.20 10.10 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$125.00 JUEVES: "MEMORIAS DE UGO TOGNAZZI" - "TODA UNA MUJER"</p>	<p>RECIS NIÑOS Y ADULTOS NO DEBIA MORIR VIRGEN... 14ª SEMANA 24 horas de amor LA MAS BELLA Y EROTICA HISTORIA DE AMOR. 4.30 - 7.00 - 9.30 \$125.00 PRONTO: "FILM DE AMOR DE ANARQUIA"</p>
<p>PASEO NIÑOS Y ADULTOS JIM BROWN 4ª SEMANA MASAJE 4.50 7.30 9.50 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$125.00 PRONTO: SYLVIA KRISTINA en "TU HIJO VIVIRÁ"</p>	<p>CONTINENTAL LA CASA DE Disney WALT DISNEY Robin Hood 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.35 9.10 PRONTO: "LA MAGIA DE WALT DISNEY" - "4ª 6ª 8ª 10ª"</p>	<p>VALLE DORADO NIÑOS Y ADULTOS ANTE EL CADAVER DE UN LIDER 4.50 7.20 9.35 CORTOS 4.00 6.35 9.10 PRONTO: "EL PRINCIPIO" - "TODI VIVA Y DEJE MORIR"</p>	<p>SALA VILLA GOALP NIÑOS Y ADULTOS EL LADRON QUE VINO A CENAR 4.30 7.00 9.30 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$125.00 PRONTO: "CON EL SOL EN LA PIEL"</p>
<p>VALLE DORADO NIÑOS Y ADULTOS CINEMA 23 de ABRIL 10ª SEMANA EL SOL ROJO 4.45 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.35 9.10 PRONTO: "EL JUDICIO DE MARTIN CORTES" - "EL SOL ROJO"</p>	<p>OLIMPIA NIÑOS Y ADULTOS MECANICA NACIONAL 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 PRONTO: "LA 'INDIA' MARIA" - "LA MADRECITA"</p>	<p>TELATELCO NIÑOS Y ADULTOS EL PECADO DE LADY CAROLINE 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.40 9.30 \$125.00 JUEVES: ELIZABETH TAYLOR - EDWARD GOREAU en "UNOS REYES EN EL CAIRO"</p>	<p>METROPOLITAN 3ª SEMANA EL PROFETA 4.50 7.15 9.45 CORTOS 4.00 6.25 9.10 \$125.00 JUEVES: "JAMES COBURN" - "CON LAS MANOS EN LA BOLSA"</p>
<p>FUTURAMA NIÑOS Y ADULTOS LOS VENGADORES! 4.35 7.05 9.40 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 JUEVES: "MECHE OBERON" - "INTERVALO"</p>	<p>OLIMPIA NIÑOS Y ADULTOS MECANICA NACIONAL 4.40 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 PRONTO: "LA 'INDIA' MARIA" - "LA MADRECITA"</p>	<p>INTERNACIONAL 2ª SEMANA LANDO BUZZANCA LAURA ANTONELLI ME GUSTAN TODAS 4.45 7.15 9.45 CORTOS 4.00 6.30 9.00 \$125.00 JUEVES: "SEMANA DEL CINE INTERNACIONAL"</p>	<p>EMMITA BRISENO SOLO ADULTOS QUEZ MALITO OJA 4.50 7.15 9.35 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$125.00 JUEVES: "UNA RAZON PARA VIVIR" - "OTRA RAZON PARA MORIR"</p>
<p>CUILTLANCO 2ª SEMANA EL NUMERO UNO 4.45 7.10 9.35 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$160.00 JUEVES: "UNA RAZON PARA VIVIR" - "OTRA RAZON PARA MORIR"</p>	<p>OPERA 4ª SEMANA LA LINTERNA MAGICA 4.35 7.10 9.40 CORTOS 4.00 6.35 9.10 \$160.00 PRONTO: "EL MINISTERIO DE LOS BUENOS"</p>	<p>ORFEO ADOLESCENTES Y ADULTOS LA DISPUTA 4.50 7.20 9.50 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$160.00 PRONTO: "NEGRO ES UN BELLO COLOR"</p>	<p>EMMITA BRISENO SOLO ADULTOS LA MUÑECA NEGRAS 12.00 2.30 5.00 7.30 9.35 \$160.00 PRONTO: "EL ULTIMO VIAJE DE UN ADOLESCENTE"</p>
<p>CEBAYANES NIÑOS Y ADULTOS EL ESTRANGULADOR DE VIENA 4.30 6.30 9.30 CORTOS 4.00 6.30 9.10 \$160.00 PRONTO: "LA ESPERA LA HORZA" - "TRINITY"</p>	<p>ARIEL RIFOROMO RIVOLI NIÑOS Y ADULTOS ASI HABLA EL AMOR 4.30 7.15 9.45 CORTOS 4.00 6.40 9.10 \$160.00 JUEVES: "LA MUÑECA NEGRAS" - "LA VENGADA"</p>	<p>MARISCALA CARRESEL NIÑOS Y ADULTOS JALISCO NUNCA PIERDE 4.50 7.30 9.30 CORTOS 4.00 6.25 9.10 PRONTO: "MARI Y RUPY DRUMON" - "EL DR. FRANKENSTEIN"</p>	<p>AUTOCINEMA LINDAVISTA NIÑOS Y ADULTOS REGRESO AL HOGAR Fuga Sin Fin 4.50 7.30 10.00 CORTOS 4.30 7.05 9.35 \$160.00 JUEVES: "EN LA RATA ROSINA" - "UN VIAJE DE UN ADOLESCENTE"</p>
<p>ALAMEDA 14ª SEMANA MARICRUZ OLIVIER-RICARDO BLUME PABLO CORKIDI SON TODOS LOS MATRIMONIOS MERCEDONES DE TIENE UN NIÑO POBRE NIÑO RICO</p>	<p>ALAMEDA 14ª SEMANA MARICRUZ OLIVIER-RICARDO BLUME PABLO CORKIDI SON TODOS LOS MATRIMONIOS MERCEDONES DE TIENE UN NIÑO POBRE NIÑO RICO</p>	<p>ALAMEDA 14ª SEMANA MARICRUZ OLIVIER-RICARDO BLUME PABLO CORKIDI SON TODOS LOS MATRIMONIOS MERCEDONES DE TIENE UN NIÑO POBRE NIÑO RICO</p>	<p>ALAMEDA 14ª SEMANA MARICRUZ OLIVIER-RICARDO BLUME PABLO CORKIDI SON TODOS LOS MATRIMONIOS MERCEDONES DE TIENE UN NIÑO POBRE NIÑO RICO</p>

Figura 26. Cartelera de la cadena COTSA. Novedades 1 de octubre de 1974.

En contraste, la cartelera del 22 de diciembre de 1977 (Figura 27) nos muestra una mayor preponderancia hacia el cine extranjero (destacando el estadounidense) contra 14 películas mexicanas: *El Señor Doctor*, *México México Ra Ra Ra*, *El Rey de los Gorilas*, *El niño y la estrella*, *Caballo prieto afamado*, *La India*, *Mi aventura en Puerto Rico*, *Santo vs. las Lobas*, *Santo vs. El Doctor Muerte*, *El guía de Turistas*, *Capulina vs. Los monstruos*, *Capulina Speedy Gonzales*, *La palomilla al rescate* y *Aventuras de un caballo blanco y un niño*. Aunque cabe aclarar que las últimas siete son reestrenos en salas populares, dando lugar a sólo seis estrenos, ya que *El Señor Doctor* con *Cantinflas* también era reestreno, sólo que esta se exhibía en cines de mayor categoría.

De manera dispar, se exhibieron 22 películas estadounidenses: *La Espía que me amó*, *La montaña embrujada*, *Búfalo Blanco*, *Carrie*, *Todo vale*, *El día que atacaron las ratas*, *King Kong*, *Joe*, *Peter Pan*, *Nacida inocente*, *Monstruos de las galaxias*, *Aeropuerto 1977*, *Dinero sangriento*, *La batalla de Midway*, *Mary Poppins*, *La espada en la Piedra*, *El ladrón de Bagdad*, *La estafa del siglo*, *Chisum Rey de Oeste*, *Dos en la guillotina* y *Gigante*; de las cuales, las últimas nueve, así como *Peter Pan* eran reestrenos.

El resto eran producciones internacionales.

Algo que hacía característico a las carteleras de COTSA, en comparación con las demás cadenas, como se verá a continuación, fue que definitivamente era la que más destacaba, ocupaba siempre una plana completa con prácticamente todos sus cines, además de los desplegados de los grandes estrenos y de las películas que, aunque llevaran ya un tiempo en exhibición, seguían teniendo éxito.

CIA. OPERADORA DE TEATROS, S. A. 00080000

ARMENDARIZ
DIANA

PIRAMIDE
25 SEMANA

ERIAL 70
NACIONAL

MANACAR
INO DEL REY

OLUCION

NO SOLER
ORADO 70

28ª SEMANA!
NIÑOS Y ADULTOS

¡Es el MAYOR!
¡Es el MEJOR!
¡Es el BOND!
¡Y mucho M-A-S!

ALBERTO BRUCCOLI presenta a
ROGER MOORE
como el personaje de IAN FLEMING
JAMES BOND
AGENTE 007
"LA ESPÍA QUE ME AMÓ"
(THE SPY WHO LOVED ME)

CELESTIN
POLANCO

LIDO 117.00

CINEMA UNO
COTACAN

TELEVISION
DEL SUR

NIÑOS
4.45 7.15 9.30
CORTOS 4.00 6.30 9.00

POLANCO, CINEMA UNO 4.45 7.15 9.45
CORTOS 4.00 6.40 9.05

WALT DISNEY
La Montana Embrujada

LAS AMERICAS APOLLO SATELLITE 25.00 3ª SEMANA

CHARLES BRONSON
EL BUFFALO BLANCO
KIM NOVAK JACK WARDEN

AMERICAS 4.35 7.15 10.00 CORTOS 4.00 6.40 9.20
APOLLO 4.25 6.55 9.30 CORTOS 4.00 6.30 9.55

GEMINIS ALEX PHILLIPS REGIS 4ª SEMANA

EL PLANETA FANTASTICO
UN ESPECTACULO CON COLORES Y SONIDOS NUNCA ANTES IGUALADOS

4.30 6.15 7.55 9.45 12.00

CARRIE
EXTRAÑO PRESENTIMIENTO

4.45 7.30 10.00 CORTOS 4.00 6.45 9.30
CARRIE 4.45 7.15 9.50 CORTOS 4.00 6.30 9.00

CHAPULTEPEC OMEGA LEO 125.00

EDWIGE FENECH 21ª SEMANA!

La Esposa Virgen

4.45 7.30 10.00 CORTOS 4.00 6.30 9.00
LEO 10.30 12.30 14.45 16.45 18.45 20.45 22.45 24.45 26.45 28.45 30.45 32.45 34.45 36.45 38.45 40.45 42.45 44.45 46.45 48.45 50.45 52.45 54.45 56.45 58.45 60.45 62.45 64.45 66.45 68.45 70.45 72.45 74.45 76.45 78.45 80.45 82.45 84.45 86.45 88.45 90.45 92.45 94.45 96.45 98.45 100.45 102.45 104.45 106.45 108.45 110.45 112.45 114.45 116.45 118.45 120.45 122.45 124.45 126.45 128.45 130.45 132.45 134.45 136.45 138.45 140.45 142.45 144.45 146.45 148.45 150.45 152.45 154.45 156.45 158.45 160.45 162.45 164.45 166.45 168.45 170.45 172.45 174.45 176.45 178.45 180.45 182.45 184.45 186.45 188.45 190.45 192.45 194.45 196.45 198.45 200.45 202.45 204.45 206.45 208.45 210.45 212.45 214.45 216.45 218.45 220.45 222.45 224.45 226.45 228.45 230.45 232.45 234.45 236.45 238.45 240.45 242.45 244.45 246.45 248.45 250.45 252.45 254.45 256.45 258.45 260.45 262.45 264.45 266.45 268.45 270.45 272.45 274.45 276.45 278.45 280.45 282.45 284.45 286.45 288.45 290.45 292.45 294.45 296.45 298.45 300.45 302.45 304.45 306.45 308.45 310.45 312.45 314.45 316.45 318.45 320.45 322.45 324.45 326.45 328.45 330.45 332.45 334.45 336.45 338.45 340.45 342.45 344.45 346.45 348.45 350.45 352.45 354.45 356.45 358.45 360.45 362.45 364.45 366.45 368.45 370.45 372.45 374.45 376.45 378.45 380.45 382.45 384.45 386.45 388.45 390.45 392.45 394.45 396.45 398.45 400.45 402.45 404.45 406.45 408.45 410.45 412.45 414.45 416.45 418.45 420.45 422.45 424.45 426.45 428.45 430.45 432.45 434.45 436.45 438.45 440.45 442.45 444.45 446.45 448.45 450.45 452.45 454.45 456.45 458.45 460.45 462.45 464.45 466.45 468.45 470.45 472.45 474.45 476.45 478.45 480.45 482.45 484.45 486.45 488.45 490.45 492.45 494.45 496.45 498.45 500.45 502.45 504.45 506.45 508.45 510.45 512.45 514.45 516.45 518.45 520.45 522.45 524.45 526.45 528.45 530.45 532.45 534.45 536.45 538.45 540.45 542.45 544.45 546.45 548.45 550.45 552.45 554.45 556.45 558.45 560.45 562.45 564.45 566.45 568.45 570.45 572.45 574.45 576.45 578.45 580.45 582.45 584.45 586.45 588.45 590.45 592.45 594.45 596.45 598.45 600.45 602.45 604.45 606.45 608.45 610.45 612.45 614.45 616.45 618.45 620.45 622.45 624.45 626.45 628.45 630.45 632.45 634.45 636.45 638.45 640.45 642.45 644.45 646.45 648.45 650.45 652.45 654.45 656.45 658.45 660.45 662.45 664.45 666.45 668.45 670.45 672.45 674.45 676.45 678.45 680.45 682.45 684.45 686.45 688.45 690.45 692.45 694.45 696.45 698.45 700.45 702.45 704.45 706.45 708.45 710.45 712.45 714.45 716.45 718.45 720.45 722.45 724.45 726.45 728.45 730.45 732.45 734.45 736.45 738.45 740.45 742.45 744.45 746.45 748.45 750.45 752.45 754.45 756.45 758.45 760.45 762.45 764.45 766.45 768.45 770.45 772.45 774.45 776.45 778.45 780.45 782.45 784.45 786.45 788.45 790.45 792.45 794.45 796.45 798.45 800.45 802.45 804.45 806.45 808.45 810.45 812.45 814.45 816.45 818.45 820.45 822.45 824.45 826.45 828.45 830.45 832.45 834.45 836.45 838.45 840.45 842.45 844.45 846.45 848.45 850.45 852.45 854.45 856.45 858.45 860.45 862.45 864.45 866.45 868.45 870.45 872.45 874.45 876.45 878.45 880.45 882.45 884.45 886.45 888.45 890.45 892.45 894.45 896.45 898.45 900.45 902.45 904.45 906.45 908.45 910.45 912.45 914.45 916.45 918.45 920.45 922.45 924.45 926.45 928.45 930.45 932.45 934.45 936.45 938.45 940.45 942.45 944.45 946.45 948.45 950.45 952.45 954.45 956.45 958.45 960.45 962.45 964.45 966.45 968.45 970.45 972.45 974.45 976.45 978.45 980.45 982.45 984.45 986.45 988.45 990.45 992.45 994.45 996.45 998.45 1000.45

CIUDAD 125.00

EDWIGE FENECH

La Bella Antonia

4.45 7.30 10.00 CORTOS 4.00 6.30 9.00

ARCADEA 4 FUNCIONES!
EDWIGE FENECH
La Profesora Enaenante

4.45 7.30 10.00 CORTOS 4.00 6.30 9.00

CANTINFLAS
el señor DOCTOR

4.45 7.30 10.00 CORTOS 4.00 6.30 9.00

Walt Disney
PETER PAN

LA LEYENDA DE BRUCI LEE

JOE

La enfermera

La Esposa Virgen

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

LA ESPADA EN LA PIEDRA

MARY POPPINS

EL PROFESOR

Figura 27: Cartelera de la cadena COTSA. 22 de diciembre de 1977.

Otra característica importante en las carteleras de COTSA principalmente (las otras cadenas también lo hacían, aunque en menor grado) era el acumular “semanas de éxito cada semana, por ejemplo, el estreno de la película *Supermán* (Superman. Dir. Richard Donner. 1978) fue el 12 de julio de 1979 en 24 salas diferentes (Figura 28).



Figura 28: Supermán. Excélsior. 12 de julio de 1979.

Para la semana siguiente, la película seguía exhibiéndose, sólo que ahora en 30 salas, y aunque en realidad el filme sólo tenía dos semanas de exhibición, se anunciaba como un éxito de 32 semanas (Figura 29), ya que en realidad sumaban la cantidad de semanas por número de salas exhibidas, cintas más modestas podían así acumular hasta cien semanas o más inclusive.

PARIS b PASO DE LA REFORMA No. 82 \$35
PASEO b PASO DE LA REFORMA 70
EL DORADO 70 b CAL. DE CALLES 1000
ANZURES DOS b BOCA DE TOSCA LOS SANTOS 100
ANZURES UNO b BOCA DE TOSCA LOS SANTOS 100
BRISEÑO b CUITLAHUAC 127 140 No. 100
CINEMA DOS b FRONTERA 54
GABRIEL FIGUEROA b AL. DE LOS SANTOS 25
GLORIA b IMPERIAL 70 CAMPECHE 125
INSURGENTES 70 b JALISCO 84
LA LINTERNA MAGICA b SAN JERONIMO COCAL 11 110
MANACAR b MARINA 100
PEDREGAL 70 b BOCA DE TOSCA LOS SANTOS 100
SOLEDAD b \$25
FERNANDO SOLER b MIGUEL SCHULTZ 9
JAVIER SOLIS b DE GUERRERO 63
CINEMA UNO b FRONTERA 54
GERMAN VALDES b TON-TON LESUBERNI 63
EMILIANO ZAPATA b ORIENTE 201
CINEMA ARAGON UNO b No. 417 CAL. DE CENTRAL, BOQUE DE ARAGON
SOGET b TAURO 100 No. 3100
TERESA b VIRGO 100 No. 1000
FUNDONES MATUTINOS b OLIMPIA b \$25
OLIMPIA b 10:00 A.M. 13 DE SEPTIEMBRE 79

SUPERMAN EL FILM 54073 A
32 SEMANA
 ALEXANDER SALKIND - PRODUCE
 MARLON BRANDO - GENE HACKMAN
 IN UN ROL DE RICHARD DONNER
 CANTANTE DE CHRISTOPHER REEVE
 NED BEATTY - JACKIE COOPER - GLENN FORD - TREVOR HOWARD
 MARGOT KIDDER - VALERIE PEPPIRE - MARIA SCHELL
 2.00 4.45 7.30 y 10.15
 NIÑOS Y ADULTOS • GRANDES CINEMA 2 - INSURGENTES: 2.30 5.10 7.50 y 10.30
 ANZURES I: 12.00 2.40 5.20 8.05 ANZURES II: 1.20 4.00 6.45 9.25
 CINEMA UNO • GLORIA • J. SOLIS: 2.00 4.40 7.20 y 10.00
 ARAGON UNO: 12.00 3.00 6.00 9.00 • TERESA: 10.00 12.20 2.40 5.00 7.25 y 9.35
 SOGET: 11.00 2.00 4.30 7.15 y 9.45 • G. FIGUEROA: 2.30 5.10 7.50 y 10.30
 TAURO: 10.45 1.25 4.05 6.45 y 9.25
 VIRGO: 9.30 12.10 2.50 5.30 8.10 y 10.40

Figura 29: Supermán. Excélsior. 21 de julio de 1979.

Organización Ramírez

No sólo llegaría a ser la segunda cadena más importante de cines de la década de 1979, sino que para finales del milenio era la cadena número uno y en la actualidad; ahora, bajo el nombre de Cinepolis. La Organización Ramírez se ha destacado por varios factores, es el primer antecedente a las actuales salas “Multiplex” en México, ya que esta cadena empezó con el formato de “Cinemas Gemelos” y “Multicinemas”, fueron de los primeros cines en instalarse dentro de los centros comerciales. También destacaron porque en un principio cuidaban mucho su imagen y difícilmente había alguna sala o conjunto que pudiera considerarse como “de segunda clase”.

Aunque inicia formalmente en 1971, la Organización Ramírez tiene su antecedente en 1947 cuando el empresario Enrique Ramírez Miguel abre el cine Morelos en la ciudad de Morelia Michoacán... *“Al señor Ramírez Miguel se le consideraba pionero de la industria cinematográfica, que hasta hace pocos años de su muerte, era controlada por el gobierno. El 28 de septiembre de 1971 fue fundada Organizaciones Ramírez con la inauguración de Cinema Morelia.”* (----. 2010. **Los Ramírez. Una vida de película. Los amos de México**).

Adjunto se presenta una cartelera del Excélsior del 1 de diciembre de 1971 (Figura 30), nótese como predominaban las películas extranjeras y muy pocas cintas eróticas:

LOS HORARIOS DE LOS CINES DE LA CAPITAL
CADA VEINTE MINUTOS POR RADIO FELICIDAD (XEFR),
RADIO CAPITAL (XEL) Y RADIO VOZ (KEVOZ)

Cine hollywood **MIA FARROW**
TERROR CIEGO COLOR
2a. SEMANA
AUT-45809-8
ADOL.Y ADUL. \$15.00
Producción: LESLIE LINDER / MARTIN RANSHOFF

Satelite 70 **Barbra Streisand** **George Segal**
El Bicho y la Gata
ESTRENO
CORTOS: 4.00, 6.45 y 9.30
PELÍCULA: 4.35, 7.20 y 10.00
Guion: BUCK HENRY
Dirigida por: RAY STARK HERBERT ROSS

EL Dorado 70 **JEAN GABIN** **ALAIN DELON**
LINO VENTURA
6a semana **EL CLAN**
CORTOS: 4.00 6.50 9.40
Pel.: 4.25 7.15 10.05
Solo ADULTOS
10.00 **SICILIANO**

Los Centauros
28 SEMANA
NIÑOS Y ADUL.
18.00
cabalgen hoy como si fuera ayer... como si no existiera mañana
Dirigida por: ROBERT ROSS
Cast: OMAR SHARIF, LEIGH TAYLOR-YOUNG, JACK PALANCE

Las Torres **ALBERT FINNEY** **Technicolor**
"LA ALEGRE HISTORIA DE SCROOGE"
Próxima GRAN reapertura
nueva pantalla luminosa
y sonido estereofónico.
AUT. 45759-A

PASEO **Steve McQueen**
el bribón
2a SEMANA
CORTOS: 4.00 6.35 9.10
PEL.: 4.40 7.15 10.00
5.00

COLON **RICHARD HARRIS** **ALEC GUINNESS** **SPENCER TRACY**
FRANK SINATRA
Cromwell **El Hombre de Hierro** **El Diablo a las Cuatro**
5.40
CORTOS: 4.00 6.35 9.10
PEL.: 4.40 7.15 10.00

MAJESTIC **MI NEGOCIO ES EL PELIGRO** **JARDIN DEL MAL**
4.00 7.50
5.40 9.30
CORTOS: 4.00 6.35 9.10
PEL.: 4.40 7.15 10.00
AUT. 46816-A
AUT. 46817-A
AUT. 46818-A
AUT. 46819-A
AUT. 46820-A
AUT. 46821-A
AUT. 46822-A
AUT. 46823-A
AUT. 46824-A
AUT. 46825-A
AUT. 46826-A
AUT. 46827-A
AUT. 46828-A
AUT. 46829-A
AUT. 46830-A
AUT. 46831-A
AUT. 46832-A
AUT. 46833-A
AUT. 46834-A
AUT. 46835-A
AUT. 46836-A
AUT. 46837-A
AUT. 46838-A
AUT. 46839-A
AUT. 46840-A
AUT. 46841-A
AUT. 46842-A
AUT. 46843-A
AUT. 46844-A
AUT. 46845-A
AUT. 46846-A
AUT. 46847-A
AUT. 46848-A
AUT. 46849-A
AUT. 46850-A
AUT. 46851-A
AUT. 46852-A
AUT. 46853-A
AUT. 46854-A
AUT. 46855-A
AUT. 46856-A
AUT. 46857-A
AUT. 46858-A
AUT. 46859-A
AUT. 46860-A
AUT. 46861-A
AUT. 46862-A
AUT. 46863-A
AUT. 46864-A
AUT. 46865-A
AUT. 46866-A
AUT. 46867-A
AUT. 46868-A
AUT. 46869-A
AUT. 46870-A
AUT. 46871-A
AUT. 46872-A
AUT. 46873-A
AUT. 46874-A
AUT. 46875-A
AUT. 46876-A
AUT. 46877-A
AUT. 46878-A
AUT. 46879-A
AUT. 46880-A
AUT. 46881-A
AUT. 46882-A
AUT. 46883-A
AUT. 46884-A
AUT. 46885-A
AUT. 46886-A
AUT. 46887-A
AUT. 46888-A
AUT. 46889-A
AUT. 46890-A
AUT. 46891-A
AUT. 46892-A
AUT. 46893-A
AUT. 46894-A
AUT. 46895-A
AUT. 46896-A
AUT. 46897-A
AUT. 46898-A
AUT. 46899-A
AUT. 46900-A

Figura 30. Cartelera Organización Ramírez. Excélsior 1 de diciembre de 1971.

Es importante notar que, aparentemente las salas de esta cartelera pertenecen en su totalidad a la Organización Ramírez, sin embargo, salas como Las Torres, Paseo, Colon y Majestic no se convertirían en salas distintivas de la cadena, por lo que se presume que serían salas independientes en ese momento o que, de pertenecer a Enrique Ramírez, no las agrupó a su cadena posteriormente.

Para ese año, entre las ciudades de Morelia, Acámbaro, Salamanca y Guanajuato ya tenían 70 cines, así que en ese mismo mes de octubre se inaugura la sala “Dorado 70” en la ciudad de México, que además fue el primer cine en estar dentro de un centro comercial, en este caso Plaza Universidad, que también fue el primer centro comercial de la ciudad. El 31 de mayo de 1975 se inaugura el primer complejo de Multicinemas en el área metropolitana, este sería el “Multicinemas 70 Plaza Satélite” con cuatro salas que orgullosamente se anunciaba como “NUEVO CONCEPTO EN EXHIBICIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA MEXICANA”. (Figura 31).



Figura 31. Cartelera Organización Ramírez. 1 de junio de 1975.

A diferencia de COTSA, los cines de la Organización Ramírez se destacaron, desafortunadamente, por no programar cine mexicano, la mayoría de las producciones exhibidas eran estadounidenses (Principalmente presentaban películas de la “20th Century Fox”) y sexicomedias italianas, sólo a mediados y a finales de la década proyectaron filmes mexicanos, aunque en este caso eran más bien reestrenos de películas de Cantinflas que eran ingresos seguros de taquilla.

Para agosto de 1978 ya era toda una cadena consolidada en la ciudad de México con al menos diez salas individuales y cuatro conjuntos de multicinemas, dando un total de 24 salas (Figura 32)

HOLLYWOOD LA RAZA CHURUBUSCO AGUSTIN LARA PRESIDENTE ALFA

REFORMA CARLOS LAZO VISCONTI CAMPESTRE

ENCUENTROS CERCANOS DEL TERCER TIPO
 No estamos solos
 8a. SEMANA
 Protagonizado por RICHARD DREYFUSS Con FRANCOIS TRUFFAUT como Lacambre
 Escrita y Dirigida por STEVEN SPIELBERG
 pronto: MAS ALLA DE LA 1/2 NOCHE (CLOSE ENCOUNTERS OF THE THIRD KIND)

SIMBAD, EL MAS GRANDE DE TODOS LOS AVENTUREROS EN SU AVENTURA SUPREMA
Simbad y el Ojo del Tigre
 2a. SEMANA
 protagonizado por PATRICK WAYNE • TARYN POWER
 pronto: MOMENTO DE DECISION

MULTICINEMAS PLAZA UNIVERSIDAD CENTRO COMERCIAL PLAZA UNIVERSIDAD ESTACIONAMIENTO GRATUITO PARA 1500 AUTOMOVILES

1 JODIE FOSTER con 11a. SEMANA "LA NIÑA DEL CASERÓN SOLITARIO" pronto: JUNTOS SON DINAMITA
 2 PATRICK WAYNE, TARYN POWER en 2a SEMANA Simbad y el Ojo del Tigre pronto: MOMENTO DE DECISION
 3 JUAN CARLOS CALABRO-TRISTAN en 8a. SEMANA LA GUERRA DE LOS SOSTENES pronto: LA CAMARERA CURIOSA
 4 No estamos solos
 5 ENCUENTROS CERCANOS DEL TERCER TIPO pronto: MAS ALLA DE LA 1/2 NOCHE

MULTICINEMAS 70 Plaza Satélite VIERNES Y SABADO FUNCIONES 12.00 DE LA NOCHE "CAMARERA CURIOSA"

1 UN MUNDO OLVIDADO DE LA NOVELA DE EDGAR RICE BURROUGHS AUTOR DE "TARZAN" 14a SEMANA pronto: JUNTOS SON DINAMITA
 2 PATRICK WAYNE, TARYN POWER en 2a SEMANA Simbad y el Ojo del Tigre pronto: JUNTOS SON DINAMITA
 3 JODIE FOSTER Mas atravesada que en Taxi Driver 11a. SEMANA COMO LA NIÑA DEL CASERÓN SOLITARIO pronto: MOMENTO DE DECISION
 4 JUAN CARLOS CALABRO-TRISTAN en 8a SEMANA LA GUERRA DE LOS SOSTENES pronto: LA CAMARERA CURIOSA

MULTICINEMAS EL TOREO BOULEVAR MANUEL AVILA CAMACHO No. 1 Entre Gran Bazar y El Toreo ESTACIONAMIENTO PARA 1500 AUTOMOVILES

1 Simbad y el Ojo del Tigre pronto: MOMENTO DE DECISION
 2 LA GUERRA DE LOS SOSTENES pronto: LA CAMARERA CURIOSA
 3 QUINCENA INTERNACIONAL DE REALIZADORES SEMANA 19 "BARRIO BOHEMIO" De PAUL MAZURSKY SEMANA 20 "EL GRAN CANALLA" De FED. COCCHEPPE SEMANA 21 "EL BARBUDO QUE GAYO EN LA OMBRA DEL MAR" De LEMMA SEMANA 22 "TRES MUJERES" De ROBERT ALTMAN SEMANA 23 "LA ULTIMA CENA" De TOMAS GUERREREA ALBA SEMANA 24 "CANANEA" De MARCELA FERNANDEZ VIOLANTE

CINES ANZURES BAHIA DE TODOS LOS SANTOS ESQ. GUTENBERG (Antes Frontón Metropolitano) TEL: 531-65-42

1 Simbad y el Ojo del Tigre pronto: MAS ALLA DE LA 1/2 NOCHE
 2 BUTCH CASSIDY pronto: MOMENTO DE DECISION

Figura 32. Cartelera de Organización Ramírez del 23 de agosto de 1978.

Es importante notar que sólo una sala exhibe una cinta mexicana ("Cananea") en el Multicinemas El Toreo, sala tres y sólo dentro de una quincena especial de exhibiciones.

Las carteleras de Organización Ramírez fueron siempre más pequeñas, en comparación con las de COTSA, sin embargo, trataban de destacar más por el uso de imágenes, a pesar del breve espacio que ocupaban

Telecines CASA

En 1948, como homenaje al cineasta Arcady Boytler, el empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta inaugura el cine Arcadia (Que había sido propiedad de Boytler mismo), que poco después le compraría el también empresario de las comunicaciones Carlos Amador.

Productor de cine, locutor y conductor de radio y televisión, editor de la revista Tele-Guía y dueño de su cadena de cines, CASA (Carlos Amador, S.A.) siguió el modelo de la Organización Ramírez al presentar conjuntos de salas multiplex o pequeñas salas en caso de cines individuales. Este consorcio tuvo más de veinte cines por todo el país.

A diferencia de Organización Ramírez, los llamados “Telecines CASA” si llegaron a programar cine mexicano, esencialmente producciones del mismo Carlos Amador, aunque destacaría por ser uno de los principales distribuidores y promotores de las sexicomedias italianas, destacando los filmes de la actriz Edwige Fenech. También fue de los primeros en animarse a traer animaciones de Japón, de las cuales su misma productora se encargaba de doblar y adaptar al español, destacando *Alí Babá y los 40 ladrones*, *El Gato con botas en el Oeste*, *Remi* y *Mazinger Z* entre otras.

En un principio, los Telecines CASA se anunciaban entre las carteleras de COTSA, por ejemplo, este anuncio de *El gran asalto de los dóberman*, que se exhibía tanto en el cine Majestic de Carlos Amador como en el Futurama de COTSA. (Figura 33)



Figura 33. Cartel de El gran asalto de los doberman; el cine Futurama pertenecía a Cotsa mientras que el Majestic era de los Telecines CASA. El universal. 21 de agosto de 1974

Para finales de la década (y durante los años ochenta), los Telecines CASA ya se anunciaban en conjunto (Figura 34), mostrando también un sello muy personal.

Figura 34. Cartelera de los Tele-cines CASA. Excélsior. 30 de noviembre de 1979.

La cartelera de los Telecines CASA se distinguiría por su particular formato de pequeños recuadros que asemejaban a una pantalla de televisión, haciendo juego así con el prefijo “Tele”, irónico resultaría que en la década siguiente, la de 1980, lanzarían una campaña publicitaria que versaba “El cine se ve mejor en el cine”, tratando de combatir así el consumo de las cintas de video que cambiaban el hábito de ver cine en la comodidad del hogar.

La cadena Alatríste

Al igual que Carlos Amador, Gustavo Alatríste (1922-2006) fue también un hombre orquesta: Actor, productor, escritor y director de cine, hombre de negocios y exhibidor. Es más recordado por ser el productor de muchas películas de Luis Buñuel en México, entre las que destacan Simón del Desierto, El Ángel exterminador y Viridiana.

En la década de 1970 fundaría su cadena de cines, que destacaban por ser bautizados con nombres de destacados cineastas (Fellini, Buñuel, Kubrick, Bergman etc.) y por ser denominados como “Cine-club de arte”, aunque en honor a la verdad, exhibía mucho cine

erótico, muchas veces de dudosa calidad, sin embargo con la excusa de ser cine artístico pudo evadir la censura, un ejemplo claro de esto fue el estreno de la película Calígula (1979).

...la famosísima y controvertida superproducción porno de Tinto Brass. ...En México se exhibió por esas fechas de manera casi subrepticia durante una sola semana en algún cine de Naucalpan por temor a las protestas de carácter violento que la cinta ya había suscitado en otros países. Fue hasta mediados de los 90 que se exhibió de manera mucho más formal en nuestro país por cortesía de Gustavo Alatraste a manera de reapertura del Cine Plaza Condesa, quién con ello, introdujo (Sic) por vez primera la modalidad de salas de cine V.I.P., con precios en taquilla casi diez veces más caros que en los cines regulares.

(Ardura, Rodrigo. 11 de septiembre de 2016. Grupo ¡Cacarooo! Los viejos cines de la ciudad de México).

Para finales de la década de 1970, la cadena de cines Alatraste contaba con al menos quince salas. Actualmente sólo existe el edificio que albergaba la sala **Auditorio Plaza** en la colonia Condesa, y que fue su sala más grande e importante y que sigue siendo propiedad de la familia, aunque actualmente funciona como un pequeño centro comercial y de espectáculos.

En la figura 35, que pertenece al Excélsior del día 9 de agosto de 1976 podemos apreciar el tipo de cine que se exhibía y que fue el predominante en su cadena durante la década, tiene un sello muy particular, ya que del lado izquierdo y ocupando la mayor parte del espacio se da prioridad a las películas y a las imágenes distintivas de los filmes así como de las salas en las que se exhibían; del lado derecho, en una columna se repiten las salas cinematográficas pero en esta ocasión se suministran también los horarios de las funciones y el costo de los boletos de entrada.

KINE CLUB de ARTE A.C.

Auditorio Playa
IMAGENES, SON, ESCUOTA Y MÚSICA

HOY ESTRENO
Una cascada de magia.
Un carnaval de alegría.

JANE FONDA
ELIZABETH TAYLOR
MAY GARDNER
PAVLOVA
COMO EL PAJARO AZUL

El Pajaro Azul
WILL GEER

GODARD SATELITE
FERRERI II TECAMACHALCO
BERGMAN PRIMERA REFORMA
PELLINI PEDREGAL

Los telef. 504-14-01 + 525-11-75 y 525-11-87 estan para servir a ud. informandole horarios y ubicacion de estas salas.

El pajar azul
Auditorio Playa
16+18+20 y 22

FERRERI II TECAMACHALCO
16+18+20 y 22

GODARD SATELITE

PELLINI PEDREGAL

BERGMAN PRIMERA REFORMA
10,30+12,30+16+18+20 Y 22
35.00

LA NOVICIA REBELDE

FERRERI I TECAMACHALCO
14, 17-20, 20:45

L. VELARDE PEDREGAL
35.00
10:30, 14, 17:20, 20:45

Próximo estreno PRISIONERO DESDE QUE NACIO

HOY **CUEVAS** SATELITE

Sabe ud. lo que realmente sucede en:
La Alcoba del Obispo

¡SOLO ADULTOS!

ORNELLA MUTI UGO TOGNAZZI PATRICK DEWAERE

HOY **KUBRICK** POLANCO

LA FAMILIA EN LA SELVA 2ª PARTE
Robert Logan - Susan Damante Shaw
Heather Rattray
Ham Larsen - George 'Buck' Flower
CONTINUAN LAS MAS INCREIBLES AVENTURAS DE UNA FAMILIA QUE ABANDONA LA CIUDAD PREFIRIENDO LOS PELIGROS DE LAS MONTAÑAS

LA FAMILIA EN LA SELVA 2ª PARTE
KUBRICK POLANCO
10,30+12,30+16+18+20 Y 22
35.00

La Alcoba del Obispo
CUEVAS SATELITE
35.00
10,30+12,30+16+18+20 Y 22

FUERZA 10 DE NAVARONE
DEL PUEBLO 25.00
LA VIDA Y ARBITA
10:30, 12:35, 16, 18:05, 20:10, 22:15

EL BAR DE LAS MARIPOSAS MUERTAS
BUJUEL ZONA ROSA
35.00
18.30, 19.30, 16.14, 18, 22

LES VALSEUSES
FERNANDEZ ZONA ROSA
10:30, 12:35, 15:15, 17:30, 19:45, 22
35.00

LA AVENTURA DEL POSIDON
CHAPLIN TLAQUEHALCO
35.00
10, 12, 20, 14, 40, 18, 50, 19, 21, 10

El Peleador Callejero

ABISMO
JOHN FORD (EX CLASE) (EX MUNDOS)
TEPITO CARRIZAL 23 (EX MUNDOS)
11, 13, 15, 17, 19, 15, 21
25.00

AMIGOS HASTA LA ETERNIDAD
25.00
E. ZAPATA (EX MUNDOS)
12+16+18+20 y 22

BERGMAN PRIMERA REFORMA
GODARD SATELITE
24 hrs.

EL PARAISO EROTICO DE UTAMARO
ENTRE LA PASION FISICA, EL PLACER SEXUAL Y LA MUERTE... EXISTE UN LAZO INDISOLUBLE... ¿CASO EN EL EXTASIS DEL AMOR NO SE GRITA... ME MUERO!!..?

EL AMOR Y LA BELLEZA EROTICA ERAN SU UNICA RELIGION EN LA VIDA

LA NOVICIA REBELDE
LA PELICULA FAVORITA DE TODA LA FAMILIA
HOY
Julie ANDREWS
Christopher PLUMMER
Eleanor PARKER

BUJUEL ZONA ROSA
HOY

EL BAR DE LAS MARIPOSAS MUERTAS
con
Bruce Watson
Laura Hippie Katie Saylor

FERNANDEZ ZONA ROSA
24 hrs.

ENRIQUE GUZMAN es EL FLOR DE LYS
Tere Velázquez
José Sacristán
Hay mujeres que cruzan el pantano y no se manchan... pero hay hombres... que se atan...

108 SEMANAS
Sylvia KRISTEL más bella y sensual que nunca.
EMMANUELLE 2
NO es Emanuelle. Una es mucho menos las otras Emanuelles.
HOY

BUJUEL ZONA ROSA
24 hrs.

DEL PUEBLO LA VIDA Y ARBITA
11:30PM Y 1:15AM
9:30AM

GUEVAS SATELITE
24 hrs.

Figura 35. Cines de la cadena de Gustavo Alatraste del Excelsior del día 9 de agosto de 1976.

Los libertinos.

El público ¿Cómo era su interacción con el cine y la cartelera cinematográfica? Aunque en 1970 la población de la ciudad de México se había mantenido más o menos estable, no olvidemos que en 1970 ya era una gran urbe...

...entre 1970 y 2000 la población del Distrito Federal creció de forma moderada, de 7.3 a 8.6 millones, en los municipios del Estado de México lo hizo de 1.9 a 9.2 millones. Los límites territoriales de la zona metropolitana se desplazan cada vez más hacia el interior del Estado de México: de 11 municipios metropolitanos en 1970 se pasó a 21 en 1980... (Rosas Mantecón. 2017. P. 187).

Debido a este crecimiento poblacional, por pequeño que parezca, no dejaba de ser una gran cantidad y uno podría imaginarse que gran parte asistía de manera asidua al cine, sin embargo, en esa década precisamente fue que la televisión se encumbraba como gran competidor de la pantalla grande, si en la década de 1960 el 42% de la población tenía un aparato de televisión, para la década de 1970 un 73% poseía ya uno (Mantecón. 2017. p. 192), sin embargo, de acuerdo con Rosas Mantecón, la población asidua al cine empezó a descender desde finales de la Segunda Guerra Mundial, así que no hay que culpar exclusivamente a la televisión de este descenso en la década de 1970, a esto también se la aúna la liberación de precios de los boletos precisamente en el gobierno de Luis Echeverría y a la disminución del poder adquisitivo de la población que entre 1976 y 1985 perdió cerca de un 50% (Rosas Mantecón. p. 198) ¿quién iba entonces al cine?

...ya desde 1970 los estratos populares tenían una menor concurrencia que los medios y éstos no alcanzaban la frecuencia de los altos (Banco Nacional Cinematográfico, 1970 y 1976). Empezaron a predominar los jóvenes, provenientes de sectores medios y altos, y con mayor escolaridad (no siempre como requisito de las películas que veían, cada vez más espectaculares y elaboradas para su comprensión globalizada, sino como consecuencia más bien de su origen social). Fueron ellos los que gozaron de mayores posibilidades de tiempo y recursos para el desplazamiento por la ciudad cuando optaban por las multisalas en los centros comerciales en experiencias ligadas a la sociabilidad o para disfrutar de un equipamiento doméstico diversificado. (Rosas Mantecón. p.197).

No es casual entonces que los testimonios sobre hábitos de consumo que presento a continuación pertenezcan a personas que fueron adolescentes o jóvenes adultos durante la década de 1970. En una época en donde no tenían tantas opciones de diversión audiovisual como ahora (los sistemas de televisión por cable, aunque ya existían, no eran asequibles a un amplio sector de la población de la ciudad de México, y aun así, para quienes podían acceder a ellos tampoco existía una gama amplia de selección de canales de Televisión; tampoco eran comunes los sistemas de reproducción de video caseros, aunque ya existían sistemas como Beta y VHS, se popularizarían en México hasta la década de 1980), la visita al cine era todo un evento importante para el aficionado y el cinéfilo avezado, y aunque el público era

predominantemente joven como ya se mencionó, en muchas familias era casi un ritual en el que había que arreglarse inclusive. El usuario Benny Guadarrama del foro “¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México” nos dice: *Si, el arreglo era parte del ritual, para mi era una fiesta y para mi familia también. Íbamos en transporte, los miércoles de 2x1 eran de lo mejor y a veces nos llevaban al jueves de estreno* (Benny Guadarrama. 2016. 11 de diciembre. ¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México. Recuperado de <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>). Otro usuario nos cuenta: *“...el arreglo o vestimenta era muy especial de niño pantalón corto y de adulto pantalón acampanado zapatos de plataforma y cuando en el 77 salió la película de fiebre del sábado fue una moda increíble”* (Mejía, José Miguel. 11 de diciembre. ¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México. Recuperado de <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>)

Otro testimonio sobre la importancia del arreglo nos lo da la usuaria Ángeles Moreno quien vivió su adolescencia durante la década:

Generalmente si nos arreglábamos, y más si era una cita. Yo a veces llevaba algún dulce, chicle, o chocolate desde mi casa. Casi nunca compraba nada. A las salas comerciales, casi nunca asistía, a menos de que la película fuera muy comentada, por ejemplo Rocky. También cuando se podía asistía a alguna de las películas de las Muestras Internacionales de Cine, en las que a veces era difícil conseguir entradas, pues había largas colas. (Moreno, Ángeles. 2016. 11 de diciembre. Recuperado de ¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México. <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>).

Como evento, la ida al cine tenía ese otro aspecto ritual que era el consumo de dulces y golosinas, sobre todo si consideramos que todavía en la década aun existían funciones dobles y hasta triples en cines de segunda categoría, llamados maliciosamente “Cines piojito”, haciendo alusión a la suciedad imperante en dichas salas, comparándolas así con una cabellera sucia en donde habitan dichos insectos (Aunque el mote también hace referencia a que, en efecto, se podía contraer una plaga de dichos insectos en esas salas), que sin embargo, eran salas económicas y por lo tanto de gran afluencia, tenían además permanencias voluntarias, permitiendo así pasar buena parte del día dentro de una sala cinematográfica, así que en muchas ocasiones la compra de dichas golosinas se convertía en una necesidad, aunque por lo general se trataba de un pequeño gusto y en ocasiones hasta un lujo.

La vendimia de golosinas data al menos en México desde 1937, cuando... *“Don Adolfo Escalona tuvo la visión de vender sus productos en las dulcerías de los cines ya empacados en bolsitas, pues en ese entonces se pesaba el producto al momento de su venta; logrando mayores ventas para las dulcerías... se convirtió en proveedor exclusivo de*

golosinas en diversas cadenas de exhibición cinematográfica”(Rivera, Babel. 2016. P. 64). Sin embargo, todavía en la década que estamos estudiando, muchas de las dulcerías eran concesionadas a particulares y se continuaba la tradición de empaquetar las golosinas en el mismo cine:

“...de lo que se consumía en la dulcería te puedo comentar que mi mamá semanalmente iba a la fábrica de chocolates La giralda y compraba a granel gragea, perfumados gomitas, lagrimitas y se hacían bolsitas de 150 gramos. igualmente cacahuates salados, enchilados garapiñados; se hacían también bolsitas de nuez de la india; también se hacían cuando menos entre semana diario unas 50 totas de jamón o de queso de puerco, había también chocolate muy fino y mi abuela decía que tenía que haber chocolate barato. Recuerdo que mi abuela hacía muchos corajes (sin manifestárselo a los muchachos) cuando iban los novios y las muchachas pedían chocolates caros y ellos por quedar bien los compraban aunque se veía que no tenían muchos recursos. También te puedo comentar que le llevaban a vender unas exquisitas quesadillas fritas de papa con unos pedacitos de chile serrano, riquísimas de 3 por un peso. Las palomitas y las papas ya se la llevaban en bolsas y refresco había de muchas marcas y sabores y se les permitía entrar con el envase a la sala dejando un importe, creo que de .50 centavos. Muchos de esos envases no reclamaban el importe y entonces el guarda casa, así se llamaba el velador, cobraba el importe... pero eso de embolsar tanto dulce y golosinas era mucho trabajo que se hacía entre semana que no había tanta gente, pero era embolsar en bolsitas de celofán a las que se les hacía un doblez y luego se planchaba para sellarlas. Como trabajaba mi abuela y mi madre. (Atienza, David. 2016. 11 de diciembre. Recuperado de *¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México.* <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>).

Otra usuaria comentó que trabajó en la cadena de Telecines CASA de Carlos Amador en donde se combinaba la tradición del empaquetado en la misma sala cinematográfica y la conveniencia de adquirir productos ya manufacturados:

“...yo fui Encargada de Dulcerías Supervisora y Administradora casi de todos los Tele Cines de don Carlos Amador esto de 1979 a 1989. Los dulces que más se consumían eran productos Escalona, La Copa de helado Imperial de Holanda, los gasnates por supuesto las palomitas y sándwiches que se elaboraban en el taller que estaba dentro de las instalaciones del Tele Cine Arcadia. y Embotelladora Nacional surtía los tanques de jarabe y el agua con gas

para elaborar la Pepsi. (Saldívar Tarín, Koko. 2016. 11 de diciembre. Recuperado de *¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México*. <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>).

Dentro de todos estos ritos, resultó definitivamente muy importante la consulta de los diarios impresos, siendo precisamente el Excélsior el que más mencionaron los participantes, seguido por Novedades, El Universal y en menor medida El Nacional.

Dándome cuenta con la cuestión de las carteleras fue con mi abuelo, mi abuelo vivía en Ciudad Satélite, estaba suscrito tanto al Novedades como al Excélsior. ¿Por qué? No sé, pero compraba dos periódicos y lo íbamos a visitar mucho continuamente y a mí me gustaba leer el periódico, generalmente cuando íbamos a verlo nos llevaban al cine, entonces examinábamos la cartelera, en casa estábamos suscritos al Excélsior y la cartelera venía en la sección de espectáculos que generalmente en la primera página de la sección de espectáculos venía una vedette de moda ¿no? Que podía ser Wanda Seux o Lyn May, hablando de lo de Bellas de Noche, y al final en las dos últimas páginas tal vez venía la cartelera propiamente dicha. En este caso yo empezaba por ver a la vedette para ver quién era la que estaba ahí primero y ya luego me pasaba a la cartelera.

Lo padre de la cartelera es que al no haber tanto... Una cuestión audiovisual como es tan fácil ahora que si quieres puedes ver el tráiler de la película entras a Youtube y ves el tráiler, te lo ilustraban con una viñetita de la película, no sé si la más impactante o la más representativa de esa película, pero era viñetas bien sencillas en blanco y negro, en muchas ocasiones eran fotogramas tratados en alto contraste y lo ponían en el anuncio, yo creo que eso te despertaba o éramos más ingenuos, en aquella época te despertaba mucho el interés por ver la película, o sea, yo recuerdo mucho imágenes de las películas que me gustaban, me acuerdo mucho de la de “Perros de paja” ¿no? La pobre chava que la están violando y era una viñetita chirris, o sea, Susan George (Figura 36), pues sí, ese era el acceso que yo tenía como información cinematográfica para saber que había. (Márquez Ortiz, León. Comunicación personal. 2 de mayo del 2016)



Figura 36. Excélsior 3 de agosto de 1972.

Por otra parte, Juan Javier Gómez Sánchez, storybordista y quién también es estudioso del cine de animación en México nos comenta:

En los setenta fuimos así como una familia como que vino un poquito a menos, entonces no nos podíamos dar el lujo de comprar el periódico todos los días, de todas maneras no lo necesitábamos y entonces mi padre así como que compraba el periódico nada más los domingos, sobre todo él fue mucho de la cuestión de comprar por los suplementos culturales, al principio le parecían buenos los suplementos culturales del Novedades y de El Nacional. Entonces esos eran los periódicos a los que yo tuve mucho acceso hasta mediados de la década de los setentas, porque luego le empezó a parecer que el Novedades no traía así cosas muy buenas y entonces nos empezamos a decantar por un tipo de periódico un poquito más alterno, más contestatario, empezamos a comprar el Unomásuno... Pero para mí era mucha la impresión de las carteleras porque... Bueno, el resto de las noticias no me interesaban mayormente, estaba yo chamaco, ahora sí como Susanita “Por suerte que el mundo queda tan lejos”. Entonces yo me acuerdo mucho que empezaba a leer la sección de espectáculos, pero empezaba a leerla de atrás hacia adelante, porque hacia el final es donde estaban las carteleras cinematográficas, entonces al periódico lo volteaba y empezaba por atrás viendo las carteleras, y a mí me resultaba muy estimulante la cuestión visual porque había, esas cuestiones de que se imprimían, bueno, me imagino que de acuerdo a la producción o al estudio o a los canales de distribución, pero eran anuncios que luego eran media plana o un cuarto de plana, antes de entrar ya la cartelera propiamente dicha... Donde ya estaban los nombres de los cines, direcciones, igual con alguna pequeña imagen retomada de las imágenes grandes que salían impresas, entonces esa era la impresión que tenía yo al ver la cartelera. (Gómez Sánchez, Juan Javier. Comunicación personal. 2 de mayo del 2016)

Entre los usuarios de los foros de cine consultados, si bien no hubo una respuesta unánime en cuanto al uso de la cartelera cinematográfica, si podemos inferir que al menos, en un sector importante del aficionado al cine sí existía la costumbre de consultarla. Llama mucho la atención el comentario de José Miguel Mejía, dentista que en la década del 70 tuvo entre 8 y 18 años, quien además comenta que para él, al uso de la cartelera le precedía la consulta de la radio como herramienta informativa:

...La radio jugaba en la época un papel importante, incluso la XEQK la que daba la “Hora Exacta del Observatorio” mencionaba la película y horarios aunque no de todas, la cartelera en diarios de circulación era sin duda la más eficiente para el fin, había diarios económicos los del medio día, recuerdo el Ultimas Noticias y El Sol de Mediodía, los diarios más completos con impresión cinéfila más ampliados eran sin duda Excelsior y El Universal y si realmente te daba un parámetro más amplio en películas exhibidas, horarios precios e incluso el género, clasificación y precios (Mejía, José Miguel. 11 de diciembre. ¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México. Recuperado de <https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>)

También destaca el comentario de Hernan Edrian Chavarría Aguilar, médico especialista que en la década de 1970 tenía entre 6 y 16 años, él comenta que previo a la consulta de las carteleras de los diarios revisaba revistas importadas especializadas en cine:

Si la consultaba, en especial si en publicaciones gringas (P. Ejem. Starlog, Fangoria⁴⁵) se anunciaba algún posible estreno de mi interés... Así me pasó con Star Wars y Star Trek the motion picture...

Pasaba horas en el Samborns Insurgentes o de Plaza Universidad hojeando revistas “cazando” estrenos... casi lo mismo que hago ahora en línea... (Chavarría Aguilar, Hernan Edrian. 12 de diciembre de 2016. El Cinito del Tío Nacho. Recuperado de <https://www.facebook.com/groups/797063983686748/>)

De los veinticinco participantes en el cuestionario, doce reconocieron que la cartelera cinematográfica de los diarios era en efecto, una herramienta importante para sus hábitos de consumo cinematográfico, aunque algunos explicaron que por su cercanía a salas de cine o a la Cineteca nacional no necesitaban consultar las carteleras de los periódicos... *NO consultaba la cartelera de periódicos pues estaba al pendiente de la cartelera de la cineteca que tenía poquito que la inauguraron* (Sanchez Gonzales Agustín. 11 de diciembre del 2016. ¡Cácarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México. Recuperado de

⁴⁵ Starlog fue una revista de publicación mensual especializada en cine de Ciencia-Ficción y fantasía editada por Starlog Group Inc. De 1976 hasta el mes de abril del 2009, como en ese periodo las películas tardaban mucho en estrenarse en México (a veces podían tardar hasta un año en exhibirse o un poco más) resultaba ser una fuente de información muy valiosa para el aficionado, ya que además de fotografías y reseñas contenía artículos y entrevistas que se enfocaban en aspectos técnicos de este tipo de películas (Efectos especiales, soundtracks, entrevistas a guionistas, directores, escritores, actores, etc.).

Por otro lado, Fangoria era una revista “hermana” de Starlog, sólo que enfocada al cine de terror, destacando por su aspecto gráfico de imágenes excesivamente sangrientas y viscerales, sus artículos son muy similares a los de Starlog, aunque destacan en específico los artículos sobre efectos de maquillaje; esta revista se sigue publicando actualmente por The Brooklin Company Inc.

<https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>). Otro factor importante, aunque de menor cantidad, fue el descubrir que algunas salas cinematográficas imprimían programas de mano que podían ser tomados en las mismas salas cinematográficas, o, como señala David Atienza (2011. ¡Cacarooo! Los antiguos cines de la ciudad de México): “...en el cine Majestic se imprimían unos programas que señalaban el programa de la semana, así como de las siguientes películas y ese programa se repartía de casa en casa por toda la colonia, a mí me tocó muchas veces repartirlos y mi tío me daba algún dinero por ello, no recuerdo cuanto, pero era divertido, esto independientemente de que se anunciaba en los periódicos.” (Figuras 37 y 38).



Figuras 37 y 38: Ejemplos de programas de mano semanales suministrados por los cines mismos. Tomadas del foro “¡Cácarooo! Los viejos cines de la ciudad de México”.

A modo de recapitulación, los hábitos del público afecto al cine podrían parecer extraños y hasta curiosos para las nuevas generaciones habituadas a elegir y hasta experimentar la cinematografía a partir de los últimos avances tecnológicos tales como computadoras personales, teléfonos inteligentes, tabletas, etc. vía Internet. Desde la elección de qué película ver en los diarios impresos, la radio, televisión abierta, programas personales o hasta la recomendación de boca en boca (tal vez esta modalidad sea la única que perviva de todas estas mencionadas), y las salas cinematográficas en las que se exhibiera, la cercanía o lejanía de la misma, los horarios de las funciones y el costo del boleto, pasando por la vestimenta adecuada, no siempre elegante, pero sí formal, heredada probablemente de la costumbre de ir al teatro bien vestidos por respeto a los actores que se veían en vivo

(exceptuando, obviamente, al heredado del teatro de carpa en donde el público inclusive interpelaba a los actores, en muchas de estas carpas se instalaron algunos de los primeros cinematógrafos), el consumo de golosinas tradicionales en donde hasta la fecha las sempiternas palomitas de maíz y alguna bebida hasta apreciar la función, ya fuera esta de un solo programa, con o sin permanencia voluntaria, programas dobles y todavía hasta triples a principios de la década. Porque finalmente, el consumo cinematográfico es un ritual cultural que nos habla de hábitos en cuanto a la percepción de lo artístico y el valor personal que el público le brinda. Ya aquí mismo percibimos esta dialéctica entre consumidor y productor creativo.

Orgía dorada. Panorama del cine erótico Internacional y Nacional.



Figura 39.

Tras la recapitulación de las tendencias y modas con respecto a la sexualidad en las representaciones populares y comerciales de la década del capítulo anterior, no podría dejar de lado estas mismas representaciones en el cine, que se convirtieron en tendencia y su mejor exponente, como generalidad fue obviamente la cartelera cinematográfica de los diarios impresos (Figura 39). Así, la cartelera cinematográfica reflejaría una amplia gama de representaciones de la sexualidad a nivel mundial, incluso, esta “moda” sexual y su representación resultaría molesta dentro de varios sectores conservadores, por ejemplo, el comediante Jerry Lewis expresó su molestia con la cinematografía de la década al enterarse que una de sus películas se exhibía en función doble con una cinta erótica: “*Durante 20 años mis padres enviaron a sus hijos a ver mis películas porque eran garantía de entretenimiento sano. Ahora, la industria mezcla mis películas con porquerías y no quiero ser cómplice*” (Styletano, 2017). De hecho, Styletano, quien escribiría un obituario del comediante asegura que parte del retiro de la cinematografía del mismo se debió en parte a esto: “...durante los

años 70 estuvo voluntariamente alejado del cine, desde que vio en California que [Su película] *¿Dónde está el enemigo?* se exhibía junto a un film erótico.”⁴⁶ (Styletano, 2017).

A continuación, procedo a enlistar de manera breve y cronológicamente las cintas eróticas que se estrenaron durante la década, procederé primero a dar una revisión somera al cine internacional para concluir con la producción mexicana

Antecedentes.

Aunque pudiera parecer una obviedad, es importante señalar que los movimientos de liberación sexual de los años 60 serían determinantes para entender la década a estudiar, y el cine de finales de esa década sería también determinante para entender la cartelera y el cine en general.

En 1967, año previo a los movimientos estudiantiles se estrenarían *Bella de día* (Belle de jour. Dir. Luis Buñuel. 1967. Figura 40) y *El Graduado* (The graduate. Dir. Mike Nichols. 1967).



Figura 40: Bella de día. El universal. Reestreno del 30 de septiembre de 1976.

⁴⁶ El texto en corchetes es mío.

En la primera, el director español nos presenta la historia de una aburrida ama de casa que encuentra un amante con quien exploraría la mayor cantidad posible de fantasías sexuales. Tanto la temática del adulterio implícito, así como el de la variedad de filias (orgías, sadomasoquismo, etc.) serían los principales temas recurrentes en la década de 1970. Por otra parte, *El Graduado* nos presenta la historia de seducción al joven graduado titular por parte de la madre de la chica que le gusta, la escena final, en donde el protagonista (un jovencísimo Dustin Hoffman) se “roba” a la novia el día de su boda se consideró en su momento toda una declaración de principios generacional, al anteponer una forma de amor libre ante una institución sagrada como el matrimonio.

En 1968 se estrena *Barbarella* (Ídem. Dir. Roger Vadim. 1968), basada en el comic homónimo del francés Jean-Claude Forest, la película narra las aventuras intergalácticas y sexuales del personaje titular interpretado por Jane Fonda, quien gracias a este filme se convertiría en un símbolo sexual (Entendible, ya que la película resulta ser una serie de situaciones humorísticas en donde la protagonista pierde su ropa continuamente). Tanto la película, como el comic, que eran solamente diversión y poca (por no decir nula) sustancia trascendente en cuanto a otros temas de índole sociológicos, no dejaron, sin embargo, de estar lejos de cierto escándalo y censura (la versión francesa contiene más escenas de desnudos), la *National Catholic Office for Motion Pictures* de Estados Unidos la criticó severamente al igual que la de los diarios fue muy variada, no hubo una postura unánime; a pesar de ello, el filme fue lo suficientemente exitoso como para ameritar varios reestrenos, tal como podemos apreciar en el cartel de la Figura 41 que corresponde al 11 de septiembre de 1976.



Figura 41: *Barbarella*. Universal. 11 de septiembre de 1976.

Vixen! (Ídem. Dir. Russ Meyer. 1968) describe escenas de lesbianismo, sexo interracial, incesto y violación, este “catálogo” provocó que esta fuera la primera película clasificación X por parte de la MPAA⁴⁷.

1969 resultaría también un año paradigmático con dos películas importantes: La primera sería *El Satiricón* (Fellini’s *Satyricon*. Dir. Federico Fellini. 1969), basada en la obra clásica de Petronio que describe una tensión homo-erótica entre dos jóvenes estudiantes por un tercero en una serie de episodios que, al igual que la obra literaria original, retratan a una Roma decadente, esto aunado al estilo surrealista y colorido, característico del cine del director italiano.

La segunda sería *Perdidos en la noche/Vaquero de medianoche* (*Midnight Cowboy*. Dir. John Schlesinger. 1969), crudo retrato de una situación que uno se imaginaría exclusiva de los países de tercer mundo y no de una sociedad como la norteamericana. En esta, Joe Buck (interpretado por Jon Voight), un sencillo campirano, trata de hacer fortuna en la ciudad de Nueva York prostituyéndose, sin embargo, sólo se encontrará con la indiferencia y el maltrato que la vida citadina le ofrece a un joven ingenuo que se convierte en una víctima más de la modernidad. Las insinuaciones sexuales y las escenas eróticas (que son pocas y breves, hay que señalarlo) retratan también la decadencia del “amor libre” que marcaría a esa década que finalizaba. (Figura 42)



Figura 42: Perdidos en la noche. Excélsior. 7 de enero de 1971

Este es el tipo de cine que permeaba las pantallas cinematográficas a fines de la década de 1960, un cine agrídulce en sus planteamientos, en donde la sexualidad tomaba protagonismo en todas las vertientes posibles.

Nuestra década “prodigiosa” 1970-1979

Independientemente de los grandes hitos del cine erótico más “mainstream”, la cartelera cinematográfica de la década de los setenta (nuestra década “prodigiosa”) destacaría por las comedias picantes procedentes de Italia protagonizadas por los inefables actores

⁴⁷ MPAA: Motion Picture Association of America. Asociación de Películas de América por sus siglas en Inglés, organismo rector de las principales productoras cinematográficas de los Estados Unidos de Norteamérica que se encarga de clasificar las películas acorde a sus potenciales espectadores, la clasificación X correspondería a una clasificación para mayores de 21 años.

Lando Buzzanca y Edwige Fenech, el primero será el clásico personaje pícaro y misógino (un antecedente al actor mexicano Alfonso Zayas quien realizaría gran cantidad de filmes similares pero con idiosincrasia netamente mexicana a finales de la década del 70 y prácticamente durante toda la década de 1980), símbolo del machismo y de la supuesta “superioridad masculina”, generalmente sus interpretaciones serían una variación de un mismo personaje que, aunque desagradable (sobre todo para los cánones actuales) en cuanto a desarrollo de personaje, su simpatía lo lleva casi siempre a tener finales felices. En esta filmografía destacan *Cuando las mujeres tenían cola* (Quando le donne avevano la coda. Dir. Pasquale Festa Campanile. 1970), *El cura casado* (Il prete sposato. Dir. Marco Vicario. 1970), *Homo Eróticos* (Ídem. Dir. Marco Vicario. 1971), *A su excelencia le gustan las mujeres* (Nonostante le apparenze... e purché la nazione non lo sappia... all'onorevole piacciono le donne. Dir. Lucio Fulci. 1972) o *La esclava* (La schiava io ce l'ò e tu no. Dir. Giorgio Capitani. 1973) entre muchas otras (Figura 43)



Figura 43: Filmes de Lando Buzaanca. Realizado con mi archivo particular.

Por su parte, Edwige Fenech bien podría haber sido la contraparte e interpretar a la mujer empoderada del “varón domado”, y aunque interpreta personajes de fuerte personalidad (La Doctora, la Policía o la Maestra son personajes recurrentes en su carrera), no deja de ser el juguete sexual que es la recompensa del varón que acepte someterse a su voluntad o caprichos, es así un oxímoron, emplea su fortaleza e inteligencia para finalmente aceptar el papel de mujer sometida (sexualmente, de manera literal). En su filmografía destacan *Joven y bella. Deshonrada con honor* (Giovannona Coscialunga disonorata con onore. Dir. Sergio Martino. 1973), *La esposa virgen* (La moglie vergine. Dir. Marino Girolami. 1975), *La profesora enseñante* (L'insegnante va in collegio. Dir. Mariano Laurenti. 1978) o *La policía de las buenas costumbres* (La poliziotta della squadra del buon costume.

Dir. Michele Massimo Tarantini. 1979) entre otras. A diferencia de Lando Buzzanca, sus películas se seguirían produciendo hasta muy avanzados los años ochenta. (Figuras 44 y 45)



Figuras 44 y 45: Carteles de películas con Edwige Fenech. Inocencia y Turbación. Excélsior. 2 de diciembre de 1977 y La Profesora va al colegio. Excélsior 18 de mayo de 1979

Por otra parte, se abrirían así entonces nuevas (rei)vindicaciones para lo erótico y lo sexual, con este tipo de cintas italianas parecería que el cine se emancipaba finalmente, y el resto de los países occidentales no se quedarían a la saga, pero aclaremos, aunque el cine italiano era el más predominante (al menos en la cartelera mexicana), la comedia italiana de manera más específica, no será la cinematografía más innovadora o trasgresora, no necesariamente el cine italiano será en donde...

“...se abren (com)puertas, se atacan tabúes, se ensanchan todas las grietas, se vulneran las consuetudinarias prohibiciones. Las fajas mentales y los corpiños ideológicos son reventados, a partir de la

consideración del sexo como elemento fractal, incluso revolucionario, cuya invocación abate barreras y lima asperezas. La vindicación de una sexualidad libre, festiva, como propuesta, aunque a la hora de los balances no todo será tan sonrosado, insufla el viento en las velas de un cine rupturista, cobrándose un nuevo *status quo*.” (Freixas y Bassa, 2005. p.181).

En 1970 se estrena *Hay una chica en mi sopa* (There's a girl in my soup. Dir. Roy Boulting. 1970) con el comediante Peter Sellers y la prácticamente desconocida en ese entonces Goldie Hawn, el filme relata la relación entre un hombre mayor y una adolescente haciendo patentes las diferencias generacionales. (Figura: 46) De ese mismo año es también *Twinky* (también conocida como “Lola”. Dir. Richard Donner. 1970) en donde Charles Bronson interpreta a un hombre cuarentón que contrae nupcias con una chica de 16 años (Susan George), provocando cierto escándalo y señalando una vez más las diferencias de edad que llevarán a mal término la relación.



Figura 46: Hay una chica en mi sopa. Excélsior. 4 de febrero de 1972.

No será de extrañar que durante la década pulularan las cintas con mujeres adolescentes, herederas directas de *Lolita*, la protagonista tanto de la novela de Vladimir Nabokov y el filme homónimo de Stanley Kubrick (de 1962), como protagonistas sexuales, factor importante y contrastante con la actualidad en donde a una menor de edad se le considera casi como a un ser inocente, cuando en la década a estudiar ya se les presumía

como Mujeres en prácticamente toda la extensión de la palabra. Otros títulos con esta temática que destacarían serían *Las colegialas del placer* (The Cheerleaders. Dir. Paul Glicker. 1973), *Las que empiezan a los 15 años* (Ídem. Dir. Ignacio F. Iquino. 1978), *Cuando se pierde la virginidad* (Moi, fleur bleue. Dir. Eric Le Hung. 1977) o *Pretty Baby* (Ídem. Dir. Louis Malle. 1978).

1972 sería un año importante con diversos estrenos significativos. *Todo lo que usted quería saber sobre el sexo, pero temía preguntar* (Everything you always wanted to know about sex *But were afraid to ask. Dir. Woody Allen. 1972) es una parodia del libro homónimo escrito por el Dr. David Reuben en donde en siete episodios, el director y comediante Woody Allen plantea de manera chusca algunas parafilias sexuales como la zoofilia o la eyaculación. Al autor del libro le disgustó el filme y comentó en entrevista: “No disfruté la película porque me dio la impresión de representar una tragedia sexual. Cada capítulo de la película era una crónica de fracaso sexual, que es lo opuesto a todo lo que trata el libro.”⁴⁸ Esta doble visión del filme nos habla del sentir ambivalente con respecto al sexo, ya que, a pesar de que el filme es una comedia agridulce, el libro glorificaba el tema a tratar.

Fritz el gato (Fritz the cat. Dir. Ralph Bakshi. 1972) es considerado como el primer filme animado para adultos, narra las desventuras de un gato antropomorfizado en diversas situaciones que van desde el consumo de drogas y el sexo libre, al igual que en el caso anterior, la película se basó en una obra ajena al cine, en este caso de la historieta homónima de R. Crumb⁴⁹, a quien tampoco le gustó la adaptación e incluso demandó que se retirara su nombre de los créditos. La película llegó tarde en realidad, ya que retrataba más a una juventud y situaciones de la década anterior, pese a todo tuvo éxito en taquilla y se realizó una secuela un par de años después sin la misma fortuna de ésta.

⁴⁸ “I didn’t enjoy the movie because it impressed me as a sexual tragedy. Every episode in the picture was a chronicle of sexual failure, which was the converse of everything in the book”. (Recuperado de: http://www.imdb.com/title/tt0068555/trivia?ref_=tt_trv_trv La traducción es mía).

⁴⁹ Robert Crumb, polémico historietista y caricaturista, uno de los iniciadores y tal vez el principal representante de la corriente “underground” en la década de los sesenta dentro del comic (“Comix”, se le llamaron, inclusive). Su estilo poseía una estética muy particular y equilibrada, algo barroca, a pesar de sus temas que rayaban en lo escatológico y pornográfico, tópicos como el consumo de drogas, el incesto o el sexo libre abundan en su obra como parte de una ácida crítica a la sociedad norteamericana de la época y su doble discurso moral, convirtiéndolo así en un interesante satirista.

Si el existencialismo se mantenía aún vigente en la década es con *El último tango en París* (Ultimo tango a Parigi. Dir. Bernardo Bertolucci. 1972) su máxima representación, una pareja decide sin grandes aspavientos tener una relación meramente sexual, él (Marlon Brando) está lidiando con la pérdida de su esposa y ella (María Schneider) preparándose con su novio, un joven director de Cinema Verité (la película tiene una fotografía y un ritmo que apelan a este cine, por cierto) para su próxima boda en una serie de encuentros sexuales bastante explícitos, lo que logró que la película fuera censurada en Inglaterra por sus escenas “obscenas”.

Aunque es abiertamente pornográfica, no puedo dejar de mencionar *Garganta Profunda* (Deep Throat. Dir. Gerard Damiano. 1972), comedia que aborda al sexo y la fantasía oral (La protagonista tiene el clítoris en la garganta y sólo puede experimentar el orgasmo practicando felaciones) que sentaría las bases del cine pornográfico industrial, ya que tuvo un coste de 47,500 dólares y se dice que recaudó más de 60 millones.

1974 marcaría toda una época al estrenarse *Emmanuelle* (Ídem. Dir. Just Jaeckin. 1974) el filme erótico francés por antonomasia de la década, narra las aventuras sexuales del personaje titular: una joven modelo quien tiene diversas aventuras extra-maritales para satisfacer a su esposo. El filme catapultó a la fama a su actriz principal, Sylvia Kristel convirtiéndola en una de los símbolos sexuales de la década (En México, durante su estreno se exhibió solamente en funciones de medianoche, aunque ésta y sus secuelas ocuparon por años la cartelera del cine Aracadia), generó toda una franquicia con diversas continuaciones e incluso imitaciones.

La relación sadomasoquista entre un exsoldado nazi y su anterior prisionera es la trama de *Portero de noche* (Il poriere di notte. Dir. Liliana Cavani.1974), cinta también condenada por las buenas conciencias en donde el sadismo tal vez sea su principal protagonista.

Saló o los 120 días de Sodoma (Saló o le 120 giornate di Sodoma. Dir. Pier Paolo Pasolini. 1975), filme mítico, censurado en su momento en varios países que adapta la novela inconclusa del Marquez de Sade, a diferencia de la mayoría de las películas referidas aquí, esta película no tenía una intención erótica, aunque las escenas de desnudos, tortura,

coprofilia y violaciones abundan, se trata más bien de una alegoría al fascismo italiano (De hecho, el filme está ubicado durante el periodo fascista de Italia) que se dice le valió la vida a su director, Pier Paolo Pasolini quien fuera asesinado poco tiempo después de haberla realizado. Nunca llegó a ver el filme en su estreno.

Tratando de ser un filme fuerte, *La historia de O* (Histoire d'O. Dir. Just Jaeckin. 1975) narra la historia de una joven ("O", simplemente) quien por amor se entrega a toda clase de vejaciones en un exclusivo club para terminar encontrando placer y el amor, inclusive. Fue otra polémica obra soft-porno del mismo director de Emmanuelle.

El imperio de los sentidos (Ai no korida. Dir. Nagisa Óshima. 1976) fue la primera película japonesa no pornográfica en contener escenas de sexo explícito, narra la obsesiva relación entre un hombre y una de sus sirvientas con un final fatal. El filme estuvo también censurado en varios países e incluso su director fue acusado de obscenidad en un juicio que duró cuatro años.

Bilitis (Ídem. Dir. David Hamilton. 1977) es un elegante filme que habla del despertar sexual de una jovencita (la Bilitis del título), considerado actualmente como el primer filme apologista del lesbianismo. También de 1977 es *Ese oscuro del deseo* (Cet obscur objet du désir. Dir. Luis Buñuel. 1977), último filme dirigido por Luis Buñuel, una reflexión acerca de la frustración sexual que un hombre padece al estar obsesionado por una mujer, interpretada por dos actrices para retratar así dos facetas de la misma.

Diane Keaton interpreta el rol principal en *Buscando a Mr. Goodbar* (Looking for Mr. Goodbar. Dir. Richard Brooks. 1977) en un filme que tal vez sea el mejor retrato de la década con su doble estándar moral, de día, Theresa (Keaton) es una comprometida y respetada maestra de niños sordos, pero de noche sale a bares y discotecas en donde da rienda suelta a sus deseos sexuales y de drogas. Con un final estremecedor y fuerte en un rol bastante lejano a los que la actriz suele realizar.

La jaula de las locas (La cage aux folles. Dir. Edouard Molinaro. 1978) es una traviesa película que para los cánones actuales podría parecer inofensiva, pero en su momento su espíritu trasgresor asustó a las "buenas conciencias", no es un filme erótico per se, pero su

temática y su vindicación hacia la homosexualidad bastó para que los sectores conservadores la tacharan de pornográfica, tal vez se trate de la mejor sexy-comedia italiana de la década.

Producida por la revista erótica Penthouse, *Calígula* (Ídem. Tinto Brass. 1979) y con un elenco de grandes estrellas, ésta es la producción pornográfica más cara que se hubiese producido, con la falsa intención de ser presentada como “Cine de arte”, el filme resulta ser una colección de actos grotescos y escatológicos (algunos basados en la realidad, otros claramente inventados) que enmarcan la vida del Emperador Romano Cayo Julio César Augusto Germánico Calígula. Aunque en su semana de estreno recaudó más de veinte millones de dólares, pronto fue retirada de los cines en donde se exhibía debido a protestas del público. En México se exhibió también en funciones de medianoche exclusivamente.

Diez, la mujer perfecta (10. Dir. Blake Edwards. 1979) es una variante de *La comezón del séptimo año* (The seven year itch. Dir. Billy Wilder. 1955), en donde un músico trata de tener una experiencia extramarital en un viaje a Acapulco con una atractiva mujer (Bo Derek, quien gracias a este filme se convertiría en símbolo sexual), filme que serviría de antesala para la próxima década

Estas son grosso modo algunas de las cintas más importantes del erotismo de la década, que junto a las que analizaré sus respectivos carteles cinematográficos más adelante permearon la década, pero antes veamos un recuento del cine mexicano en cuanto a este género.

El cine erótico mexicano.

El cine mexicano es un caso muy particular y se destaca básicamente por tres aspectos, primero, que toda producción cinematográfica se encontraba regulada por la Dirección General de Cinematografía, o sea, por el gobierno mismo, quien aprobaba todo guion con la aspiración de ser filmado, posteriormente, la misma dirección (a cargo de Hiram García Borja) determinaba si el producto filmado se exhibía completo o se censuraban algunas secuencias (En el apartado “Mecánica Nacional. El cine durante el gobierno del Presidente Luis Echeverría (1970-1976)” de este capítulo se ahonda un poco más sobre esta situación y un ejemplo se expone más adelante cuando comente la película “Bellas de Noche”); en segundo lugar, la exhibición del cine mexicano se caracterizará por estrenarse

con al menos un año de diferencia desde la fecha de producción de cada filme, en algunos casos el retraso será de hasta tres años y en otros, como en el de la película **Pubertinaje** (Ídem. Dir. José Antonio Alcaraz y Pablo Leder) de 1971 se estrenaría hasta muy avanzado el segundo lustro de la década, en 1978. Y la tercera característica será la variedad de temas que tocaría, desde insulsas comedias picantes hasta ejemplos relativamente fieles de la idiosincrasia mexicana con pretensiones artísticas más trascendentes. Cabe destacar en este tercer apartado la aparición predominante de personajes femeninos que harán valer su libertad sexual como se verá en las cintas referidas; heroínas que tratarán de ejercer su libertad sexual a pesar de la mirada acusadora de una sociedad machista por excelencia y las “buenas costumbres”.

Aunque es una producción de 1967, *Como enfriar a mi marido* (Ídem. Dir. René Cardona Jr. 1969) se estrenaría en enero de 1970, en esta, una mujer, (interpretada por Elsa Aguirre) cansada de las continuas infidelidades de su marido (Julio Alemán) planea asesinarlo; comedia ligera con obvia influencia de los movimientos de reivindicación femenina propios de su tiempo, que, sin embargo, toca de manera muy superficial, así, son más un elemento narrativo que un discurso generacional, llena de secuencias con mujeres con poca ropa, curiosamente fue una película para toda la familia, tal como se aprecia en su publicidad (Figura 47).



Figura 47. Cómo enfriar a mi marido. Tomada de Excélsior. 30 de enero de 1970.

En *La Gatita* (Ídem. Dir. Raúl de Anda. 1971), una empleada doméstica se enamora del patrón y por esa razón quiere renunciar a su trabajo, para no cambiar su estilo de vida, la esposa insta a su marido a que le coquettee y que la sirvienta no renuncie, todo en aras para que la esposa pueda continuar su carrera como comerciante. Comedia que irónicamente presenta a una mujer moderna y liberada que no duda en engañar a su sirvienta con tal de mantener su status quo.

Conocida también como “Alicia en el país de las realidades”, *Los meses y los días* (Ídem, Dir. Alberto Bojórquez Patrón. 1970) trata de ser una película más elaborada (se intercalan escenas en blanco y negro durante la narración) y narra la historia de una adolescente que tras abandonar el hogar paterno y vivir diversas experiencias de tipo sexual (la pérdida de la virginidad, lesbianismo, drogas) regresa a su hogar. Es finalmente un alegato moralizante que tuvo bastante éxito en taquilla, se exhibió por ocho meses, a pesar de ser una película con clasificación para mayores de 21 años.

Producida también en 1971, pero enlatada por seis años, *Pubertinaje* (Ídem. Dir. José Antonio Alcaraz. 1971) es una película que o aparentemente sigue censurada, ya que desde su exhibición a la fecha es prácticamente imposible de ver o conseguir o se perdió tras el incendio de la Cineteca nacional la década siguiente, el sitio de IMCINE brinda una muy breve sinopsis:

Tres cuentos 1) Una cena de navidad. En una velada decembrina cada asistente desea estar en otro lugar. El padre fetichista quiere estar solo y ponerse ropa femenina. El hijo añora sus aventuras travestistas. La hija anhela ser cantante y destruir con su voz los santos de la iglesia. El hijo menor desea apuñalar a todos. 2) Juego de espejos. En una película dos pequeños condiscípulos se besan en un día de campo, y el hermano de la niña acusa a la pareja de inmorales. El niño muere al ser atado a un árbol y emasculado por sus compañeros. Un vagabundo es culpado por un crimen y linchado. Luego el pequeño actor se ahoga en el lago de Chapultepec. 3) Tetraedro. Un hombre de 160 kilos se enfrenta al ansia amorosa de su novia. Doce luchadores hacen el bien en su colonia como boy scouts. Película enlatada seis años,

y cuyo último episodio fue suprimido del montaje definitivo. (Recuperado el 25 de Sept. Del 2017).



Figura 48: Pubertinaje. Excélsior. 9 de febrero de 1978.

La verdadera vocación de Magdalena (1972) es la ópera prima del director Jaime Humberto Hermosillo y se anunciaba con bombo y platillo al presentar a la actriz y cantante Angélica María en un papel poco usual para su trayectoria más bien conservadora – aunque cinco años atrás ya había interpretado a una monja que tiene alucinaciones al consumir hongos en **Cinco de chocolate y uno de fresa** (Ídem. Dir. Carlos Velo. 1968) –; el mismo anuncio marca un doble sentido con

implicaciones sexuales: “...nunca fue más feliz la manzana, que cuando se sintió habitada por un gusano...” (Figura 49), incluso un publlirreportaje previo a su estreno sentenciaba:

Angélica María se decidió... Por fin se da a conocer la auténtica Angélica María. Actriz en plenitud, mujer en la más espléndida de sus etapas. Angélica María tuvo el valor de interpretar un personaje como el de Magdalena, en la película La verdadera vocación de Magdalena, rompiendo de golpe la imagen recatada y casi casi puritana que había mantenido mucho tiempo. [...] así veremos a nuestra Angélica viviendo con pasión y vehemencia a una chica sometida a los más tradicionales convencionalismos, que de pronto se rebela –y se revela– gritando a los cuatro vientos cuál es su vocación. Y después vivir frenética, desbordantemente de acuerdo con esa vocación que no pudieron sofocar ni escapularios ni sermones maternos. Ni el temor al público desprecio. (Novedades, 1972)



Figura 49. La verdadera vocación de Magdalena. Tomada de Novedades. 22 de octubre de 1972.

Sin embargo se trataba de un filme en donde su publicidad, que engañosamente implicaba una cuestión de tipo sexual resultaba en una vocación artística (De ser secretaria, Magdalena se convierte en “Rock Star”); su director, sin embargo, destacaría por una filmografía

bastante consistente y con mejores muestras como *El cumpleaños del perro* (1974), *Matinée* (1976), *María de mi corazón* (1979), *Doña Herlinda y su hijo* (1984), *El verano de la señora Forbes* (1989) o *La Tarea* (1990) entre otras.

La lucha con la pantera (Ídem. Dir. Alberto Bojórquez. 1974) es una metáfora del amor y el sexo en la figura de la pantera titular. Es visualmente la quintaescencia de la imagen de colegiala de la década, minifaldas y uniformes escolares en quinceañeras que se debaten entre ceder ante sus instintos sexuales, propios de la edad. Tal vez uno de los filmes más honestos de la década en cuanto al tratamiento de lo erótico.

Tivoli (Ídem. Dir. Alberto Isaac. 1974) bien podría ser la película mexicana más importante del género erótico de la década, en esta se nos narra el auge y caída del teatro de revista titular en medio de viñetas y números musicales propios del teatro, las relaciones y aporías que enfrenta la compañía, así como el señalar de manera indirecta (o muy directa, dependiendo de la perspectiva de quien la vea) la represión política que el Regente de la ciudad, Ernesto Peralta Uruchurtu, ejerció entre los años de 1952 y 1966. Rayando el ecuador de la década, este filme, con los desnudos de una muy joven vedette Lyn May, sería el primer antecedente al subsiguiente cine de Ficheras y albures que permearía a finales de la década del setenta y la siguiente.

Con temas como el libertinaje, envidia, incesto y violaciones, *El llanto de la tortuga* (Ídem. Dir. Francisco del Villar. 1974. Figura 50) describe 24 horas de una reunión de amigos en donde todos los excesos son permitidos, con guion de Vicente Leñero, el título del filme resulta en una metáfora acerca de la pérdida de la inocencia (En España se le tituló “¿Cómo perdiste tu virginidad?”, haciendo más explícita la alegoría).

Figura 50: El Llanto de la tortuga. El Universal. 2 de mayo de 1975



Más emparentada con el Giallo⁵⁰ italiano, *Satánico Pandemonium - La Sexorcista* (Ídem. Dir. Gilberto Martínez Solares.1975), se aprovecha del éxito que *El Exorcista* (The Exorcist. Dir. William Friedkin. 1973) y nos narra la historia de posesión de una monja quien dará rienda suelta toda perversión (sexual) imaginable. Cine de explotación que le da variedad al muestrario.

Bellas de noche – Las Ficheras (Ídem. Dir. Miguel M. Delgado. 1975) sería junto con *Tivoli* una de las dos películas más representativas de lo erótico mexicano, sigue las aventuras y desventuras de un grupo de personajes asiduos y empleados de un cabaret llamado “El Pirulí”. Basada en una obra de teatro titulada “Las Ficheras”, el filme pasó varios problemas tanto para poder realizarse como para estrenarse, el productor Guillermo Calderón comentó en entrevista en 1972:

Presentamos un guion cinematográfico de esta pieza teatral del Güero Castro, y una vez leída por los funcionarios correspondientes, se nos hicieron algunas indicaciones que amén de correctas, redundan en beneficio de la historia y por ende, de la película. Con satisfactoria amplitud de criterio expuesta en el dictamen sobre dicho guión, accedimos a arreglarlo y limpiarlo de asperezas, y ahora estamos en espera del dictamen final de esta dependencia [La Dirección de Cinematografía] para poder presentar la solicitud respectiva en el Banco Cinematográfico. (Hillos. 1972).

Aun así, no se autorizó el título original para la realización de la película, razón por la cual, en un homenaje al film de Luis Buñuel, *Bella de día*, se le tituló como “*Bellas de noche*” (Bastarrachea, Edmundo. 2016). Condenada por muchos historiadores de la cinematografía mexicana por ser el filme que representaría el inicio de la decadencia del cine mexicano al sobreexplotar los temas de barrio bajo, pletórica en alburas, desnudos, groserías, no puede negarse que representó el surgimiento de la sexy comedia mexicana, compitiendo

⁵⁰ Cine de terror que se apoyaba más en las patologías psicológicas apoyándose mucho en la forma, más que en las tramas, se acerca mucho estilísticamente hablando al color exagerado de producciones como las de la Hammer.

con la italiana principalmente y que perduraría más de una década después. Este filme tendría dos secuelas: *Las Ficheras – Bellas de Noche II* (Ídem. Dir. Miguel M. Delgado. 1976) y *Noches de Cabaret – Las reinas del Talón* (Ídem. Dir. Rafael Portillo. 1978).

Lo mejor de Teresa (Ídem. Dir. Alberto Bojórquez. 1976) narra la historia de una joven provinciana que emigra a la ciudad de México con la finalidad de progresar de alguna manera, ya sea trabajando o estudiando, es una fábula naturalista en donde el ejercicio de la sexualidad se vuelve una elección personal aun dentro de situaciones que podrían parecer sórdidas.

Si hay una verdadera elección en cuanto a este ejercer sexual, *La pasión según Berenice* (Ídem. Dir. Jaime Humberto Hermosillo. 1977) es la película que complementa a la anterior haciendo más valedera la presunta libertad sexual que permeaba a la década. Rafael Morata (s.f.) explica:

Con calculada distancia, al director le interesa sobre todo confrontar con su entorno a una mujer en apariencia reservada que, comportándose de cara al exterior conforme a los estrechos códigos sociales de un pueblo, decide abandonarse por completo en el plano más íntimo a los designios de sus más oscuros deseos, de sus sentimientos, de su *pasión* por un hombre para quien ella es solo otra aventura más, que se antepone a sí mismo, que no sabe ver más allá de su propio egoísmo y no es capaz de comprender la complejidad de la fuerza rabiosa e independientemente femenina que tiene frente a sí ni corresponder a la plenitud con la que se ofrece Berenice.

Todavía con una pretensión de realizar un relato costumbrista, *La vida difícil de una mujer fácil* (Ídem. Dir. José María Fernández Unsáin. 1977) narra en forma retrospectiva la vida de una prostituta interpretada por la actriz Sasha Montenegro en medio de situaciones picantes que la acercan más a la sexy comedia y al melodrama. (Figura 51)



Figura 51: La vida difícil de una mujer fácil. Excélsior. 1 de febrero de 1979.

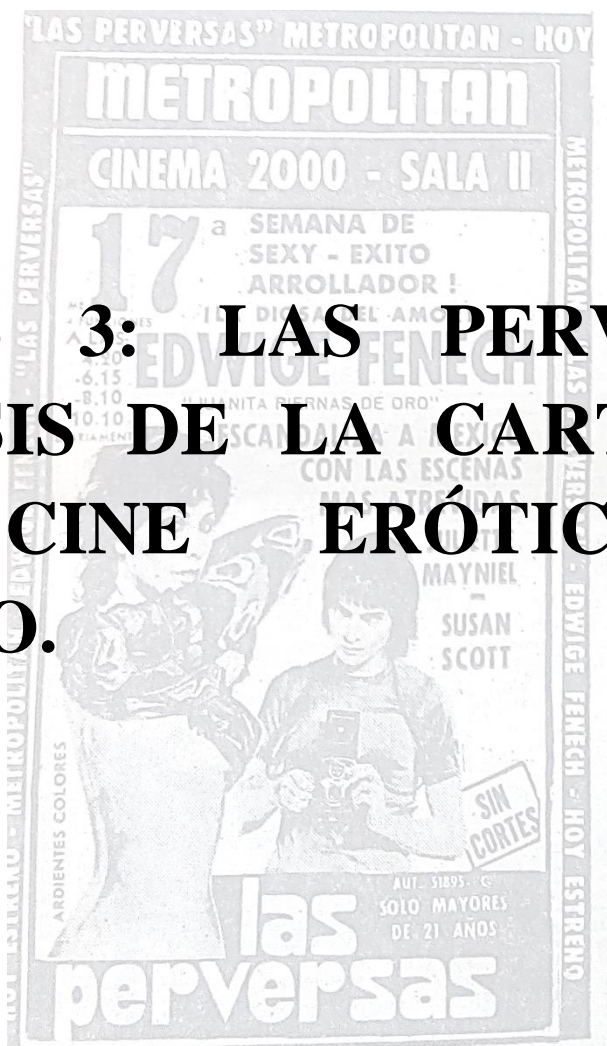
El lugar sin límites (Ídem. Dir. Arturo Ripstein. 1977) representa no sólo un filme con una fuerte carga erótica y un cuestionamiento a la cultura machista con respecto a la homosexualidad de nuestra idiosincrasia, también es uno de los filmes más importantes en general de la filmografía mexicana. El ritmo narrativo, las actuaciones (destacando en especial la de Roberto Cobo como “La Manuela”), el naturalismo de su fotografía la convierten en una película imprescindible.

Las Cariñosas (Ídem. Dir. Rafael Portillo. 1979) sigue la escuela de Bellas de Noche, sería la primer sexycomedia con el actor Alfonso Zayas como único elemento destacable en una cinematografía que empezaba a dar muestras de decadencia.

Y finalmente, Retrato de una mujer casada (Ídem. Dir. Alberto Bojórquez. 1979) cuenta la historia de Irene (interpretada por Alma Muriel), una joven ama de casa y estudiante universitaria quien confronta el machismo de su esposo Guillermo (interpretado por Gonzalo Vega) para encontrar un trágico final. Cinta cruda que cierra este ciclo de cine entre erótico y moralista (o moralizante, en muchas ocasiones) con heroínas que difícilmente se volverían a ver en el cine mexicano.

Como se puede apreciar con estas dos breves cronologías, el cine erótico en la década de 1970 fue bastante rico, tanto a nivel internacional como nacional. ¿Cómo es que se anunciaba en los diarios dicho cine y qué tanto nos decía sobre su momento histórico? Esto es lo que abordaré en el siguiente capítulo.

Capítulo 3: LAS PERVERSAS. ANÁLISIS DE LA CARTELERA DEL CINE ERÓTICO EN MÉXICO.



I. Medidas de los diarios y las carteleras cinematográficas en la década del 70.

La cartelera cinematográfica aparecía principalmente como complemento de la sección de anuncios clasificados; la cantidad de páginas era muy variable, aunque tenía un mínimo de tres páginas (principalmente a principios de la década) en las ediciones de días entre semana, con un máximo de siete en fines de semana a finales de la década.

Para un análisis representativo y comprensión de su estructura tomé anuncios de los días 21 al 23 de diciembre de 1977 del diario “Excélsior”, ya que con el estreno de “La Guerra de las galaxias” la cartelera cinematográfica se representó bien en cuanto a los diversos tamaños y formatos que la cartelera presentaba.

Estas medidas y revisión son meramente cuantitativas, pero indispensables para conocer cómo eran las carteleras de los diarios.

Las páginas de un periódico standard (Excélsior, Novedades, El Universal, etc.) medían 52 Cms. de largo X 35 Cms. de ancho; dando 70 Cms. de ancho abriendo dos páginas.⁵¹

La cartelera en sí, dentro de la página ocupaba un espacio de 45.5 Cms. de largo por 31.1 Cms. de ancho.

A continuación, las medidas y variantes de varios tamaños:

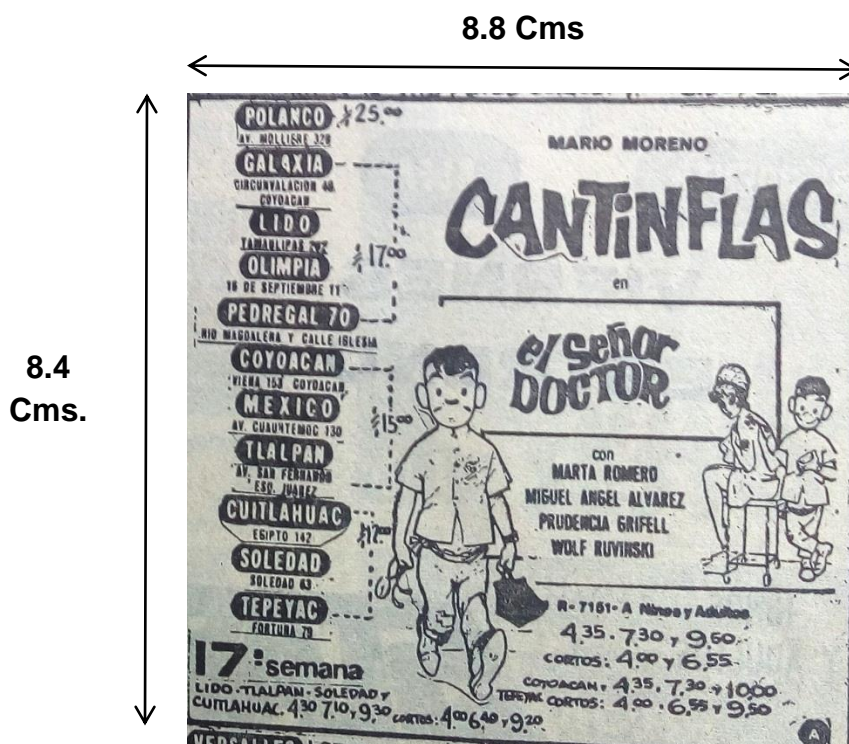


Figura 52.

⁵¹ Aunque más adelante aparecerían anuncios que pudieran ocupar ambas páginas, no se estilizaba aún en la década del 70.

35 Cms.



45.5 Cms.

52 Cms

31.1Cms.

Figura 53.

13 Cms.

10.8 Cms

AUDITORIO PLAZA \$25.00

PEDRO ARMENDARIZ

DIANA

FUTURAMA

IMAN PIRAMIDE

INTERNACIONAL

IMPERIAL 70 \$25.00

MANACAR

MOLINO DEL REY

REVOLUCION

FERNANDO SOLER

TEPITO

EL DORADO 70 \$15.00

BARBARA BACH, CURT JURGENS como "Stromberg"

AUT. 82900 A.

4.35 - 7.30 y 10.00 CORTOS: 4.00 - 7.00 y 9.45

TEPITO: • DORADO - PIRAMIDE • INTERNACIONAL: 4.40 - 7.30 y 10.00 CORTOS 4.00 - 6.30 y 9.40

10.00 - 12.30 - 4.00 - 6.30 y 9.00 AUDITORIO PLAZA: 4.30 - 7.15 y 10.00

ALBERT R. BROCCOLI presenta a

ROGER MOORE

como el personaje de IAN FLEMING

JAMES BOND

AGENTE 007

en

"LA ESPÍA QUE ME AMÓ"

THE SPY WHO LOVED ME

NIÑOS Y ADULTOS

¡Es el MAYOR!

¡Es el MEJOR!

¡Es BOND!

¡Y mucho M-Á-S!

Figura 54.

8.7 Cms

5 Cms.

LATINO

PABLO DE LA REFORMA

\$25.00

CINEMA UNO

ESQUILME

VIADUCTO

CDHA. TETAPAN 433

VILLA COAPA

PARRIS 115, VILLA COAPA

\$15.00

41 SEMANA

SOLO ADULTOS

A. 32804-C

4.45 - 7.30 y 10.00 CORTOS: 4.00 - 6.45 y 9.30

VILLA COAPA: 4.45 - 7.15 y 9.55 CORTOS: 4.00 - 6.30 y 9.00

UNA SOLITARIA ADOLESCENTE QUE POSEE UN TERRIBLE Y DIABOLICO PODER!

CARRIE

EXTRAÑO PRESENTIMIENTO

Figura 55.

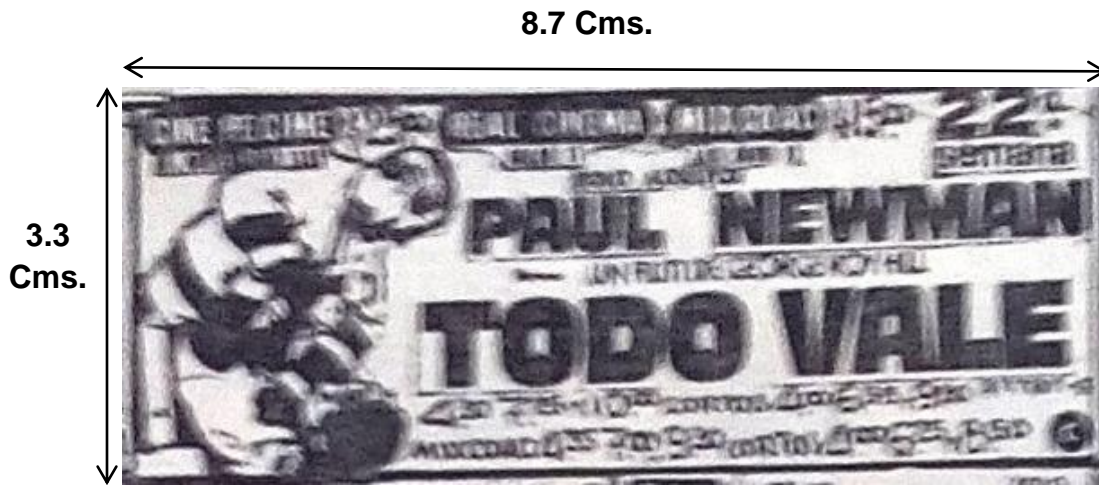


Figura 56.

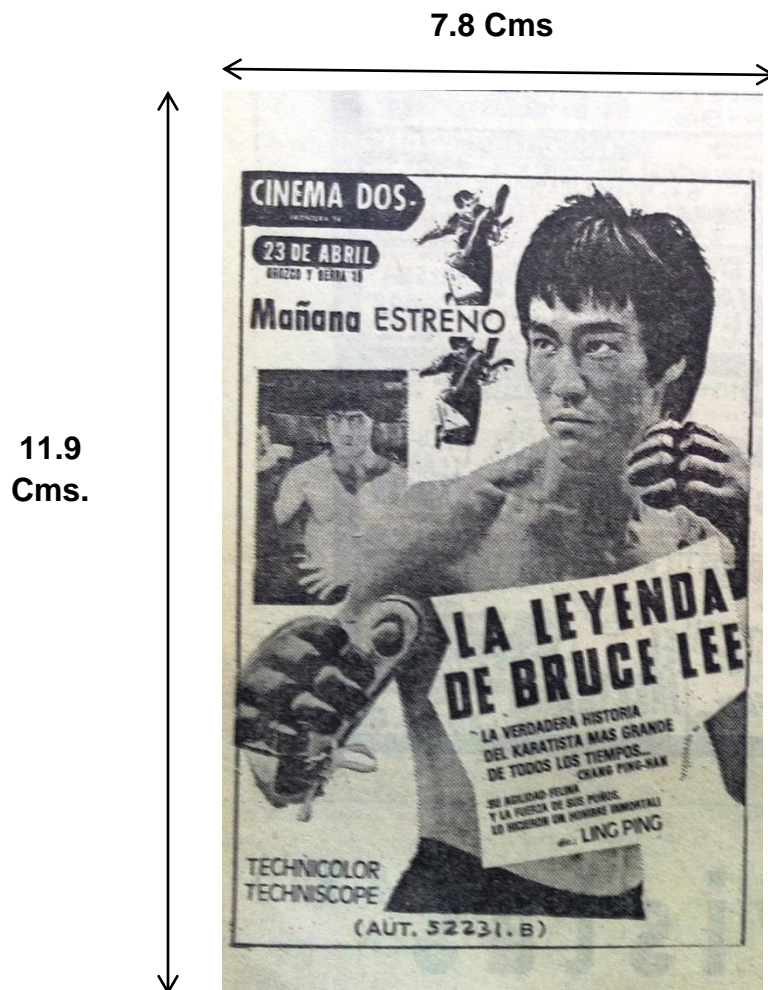


Figura 57.

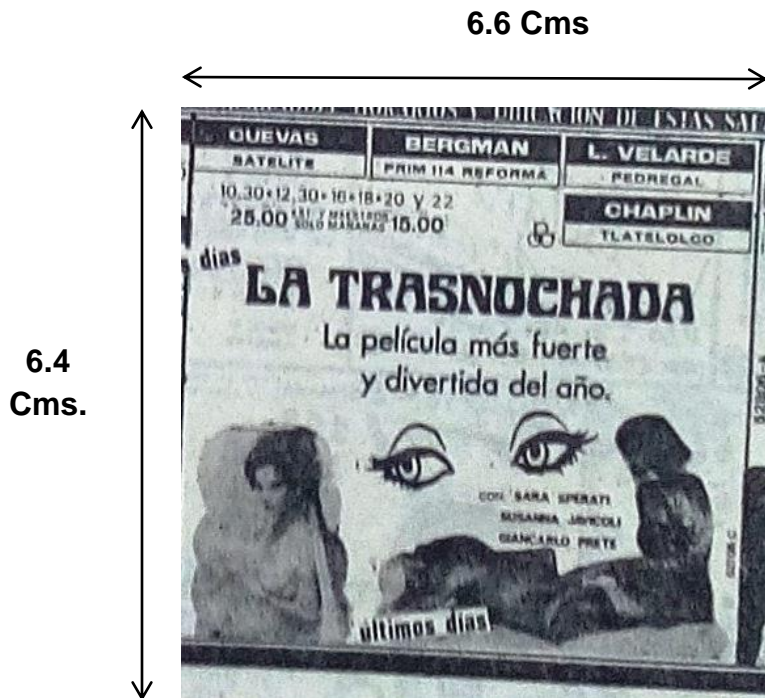


Figura 58.

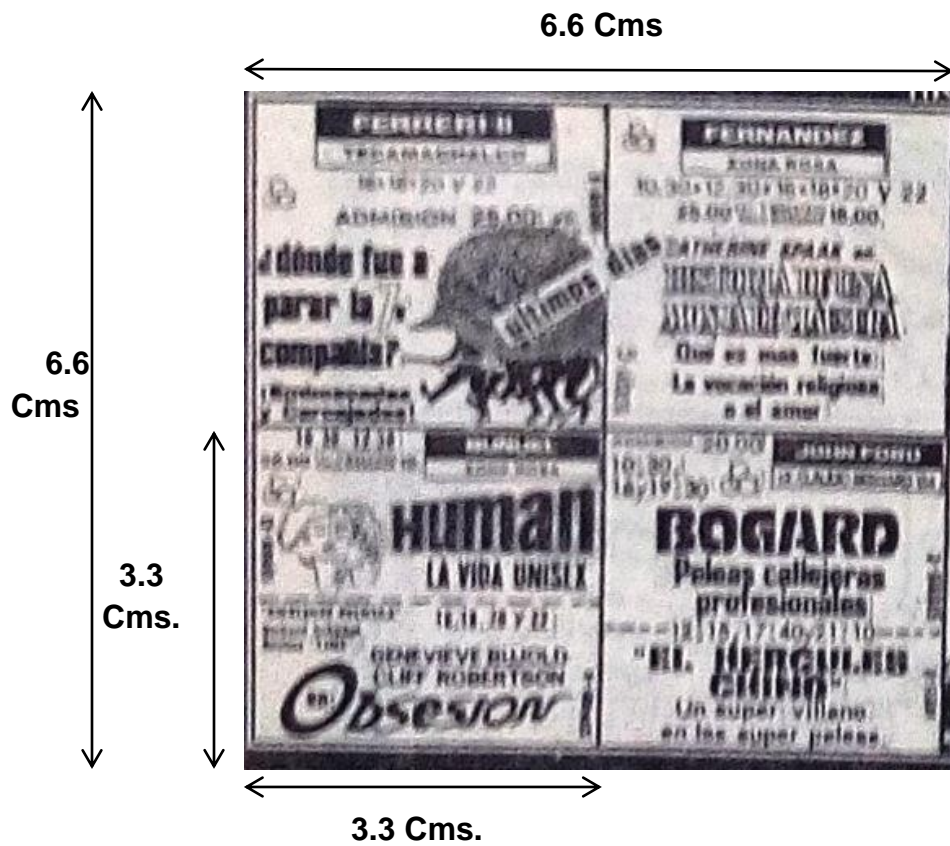


Figura 59.



Figura 60.



Figura 61.



Figura 62.

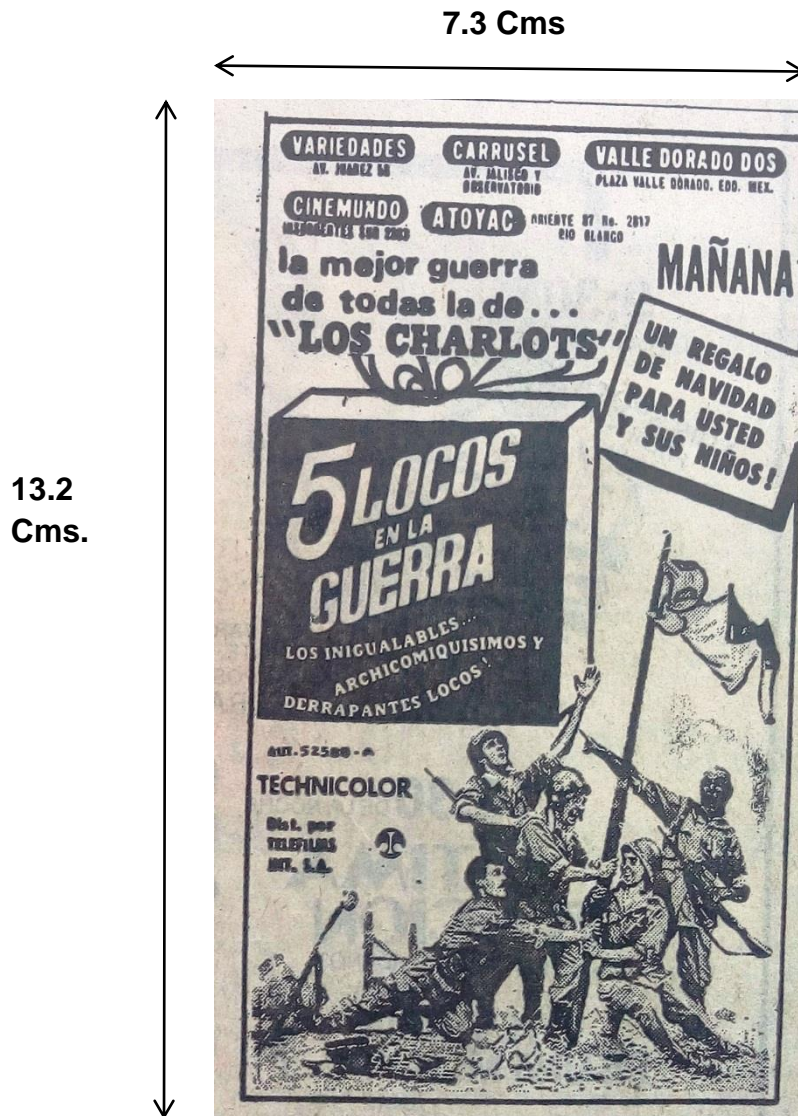


Figura 63.



Figura 64.

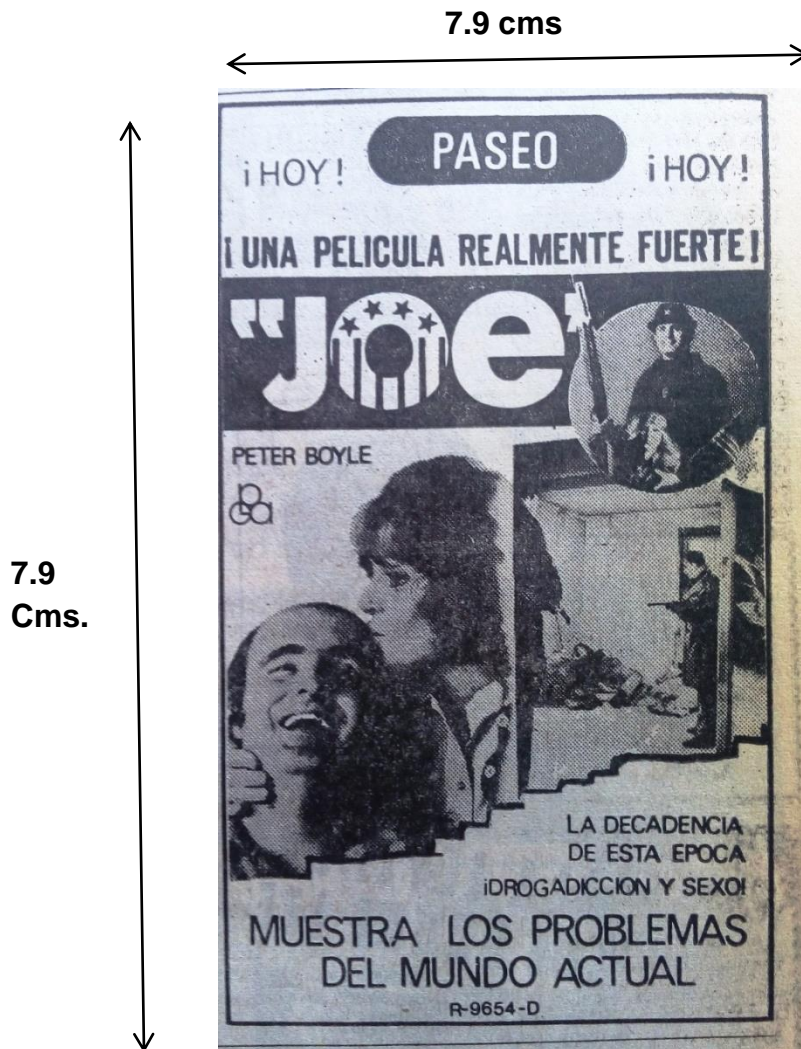


Figura 65.



Figura 66.

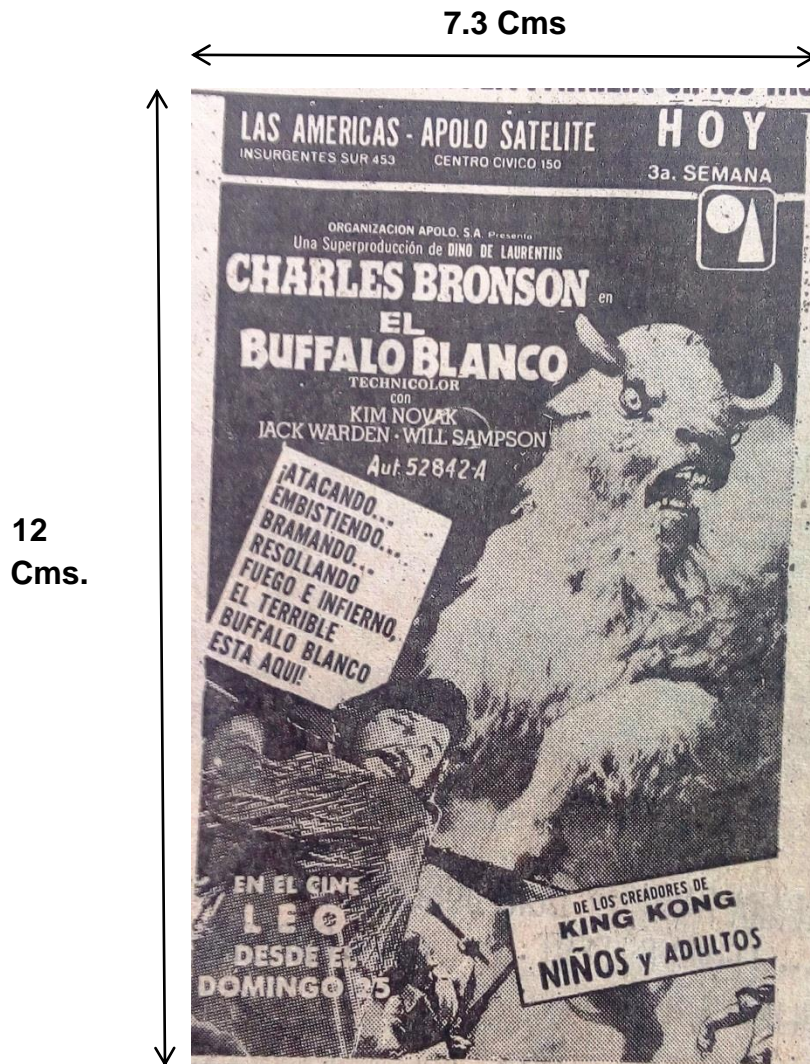


Figura 67.

23.1 Cms

33.8 Cms.

¡Es el **MAYOR!** ¡Es el **MEJOR!** ¡Es **BOND!** ¡Y mucho **M-Â-S!**

HOY
28ª. SEMANA DE EXITO!

ALBERT R. BROCCOLI presenta a
ROGER MOORE
como el personaje de IAN FLEMING
JAMES BOND 007
en **"LA ESPÍA QUE ME AMÓ"**
("THE SPY WHO LOVED ME")

DIANA
PASAD DE LA REFORMA 505

FUTURAMA
CAYALLO N Y AV. POLITECNICO

PEDRO ARMENDARIZ
RIO CHURUBUSCO Y CANAL MIRAMONTES.

MANACAR
INSURGENTES SUR 1457

PLAZA SATELITE 70
CENTRO COM. PLAZA SATELITE

INTERNACIONAL
DR. CARMONA Y VALLE No. 95

IMPERIAL 70
BOHARRA EQ. CON PISTA DE CAL. POLARCO

EL DORADO 70
AV. UNIVERSIDAD 1000

MOLINO DEL REY
AV. CHRISTOPHERES 651

FERNADO SOLER
MISSEL SCHULZ 8

IMAN PIRAMIDE
ZAPOTE 251 EQ. PERIFERICO

REVOLUCION
AV. CRISTIANO CASTA 505

AUDITORIO PLAZA
J. CASTAÑON CRT. TAMPA. Y R. LEON

GABRIEL FIGUEROA
AV. TUCATAN 71.

AUT. 52806 A. **NINOS Y ADULTOS**

protagonizada por **BARBARA BACH** y **CURT JURGENS** como "Stromberg" • Producida por **ALBERT R. BROCCOLI**
Dirigida por **LEWIS GILBERT** • Guión de **CHRISTOPHER WOOD** y **RICHARD MAIBAUM**
Distribuida por **25th CENTURY FOX** • Música de **MARVIN HAMLISCH**

AUDITORIO P. 4.30 - 7.15 y 10.00 - FDO. SOLER - DORADO - INTERNACIONAL 4.40 - 7.30 - 10.05 - LOS DEMAS: 4.35 - 7.20 y 10.00

Figura 68.

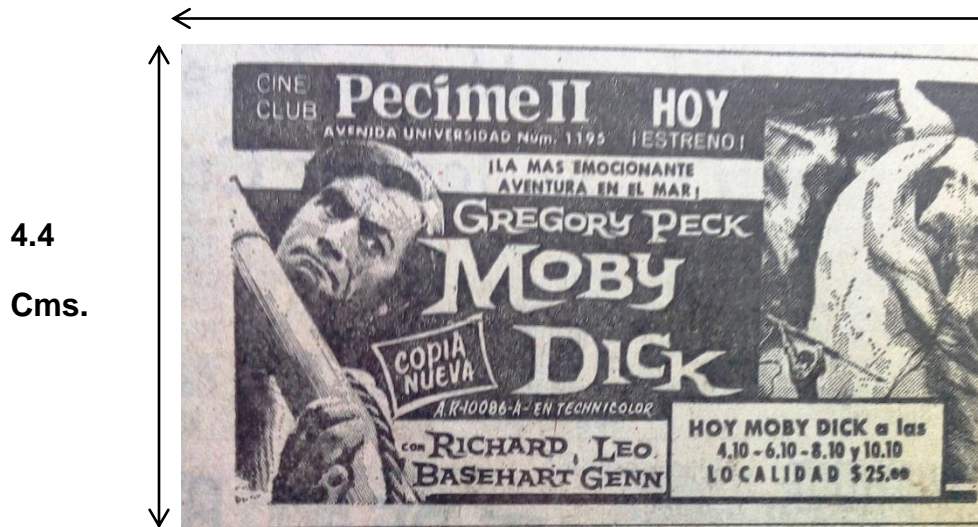
70 Cms.



52
Cms.

Figura 69.

7.8 Cms.



4.4
Cms.

Figura 70.

29.5 Cms

48.3 Cms.



Figura 71.

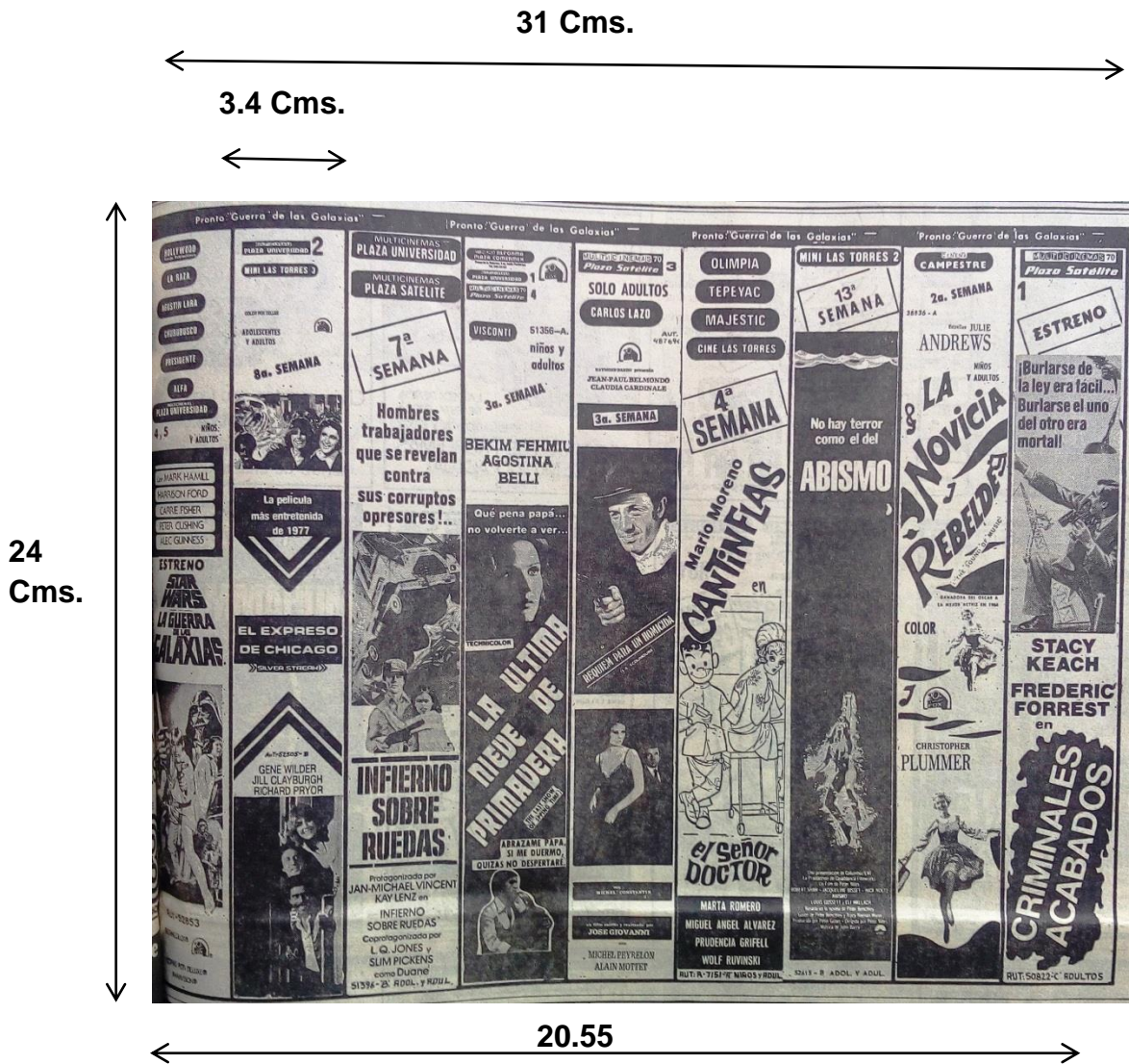


Figura 72.

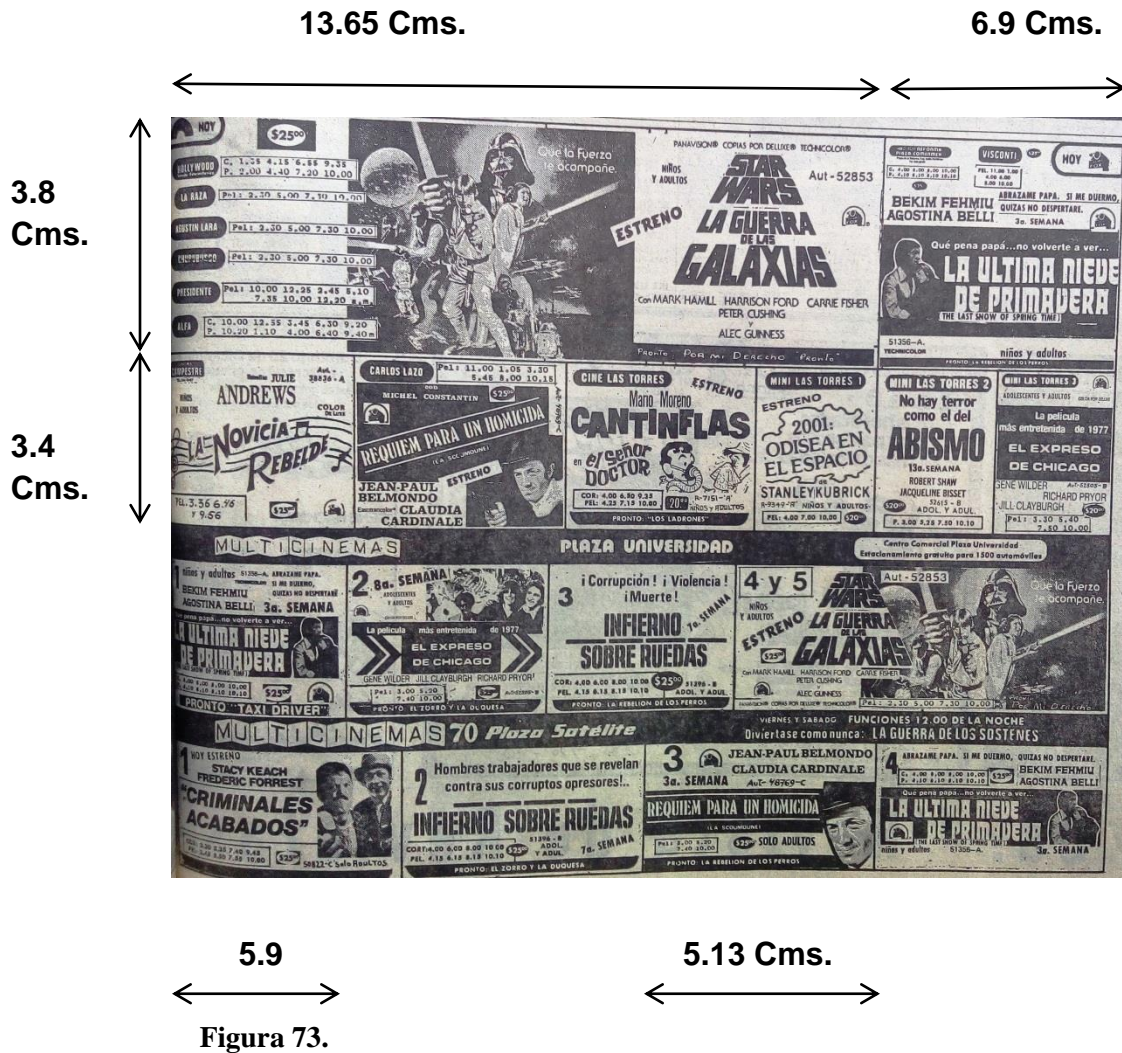


Figura 73.

La diferencia entre estos tamaños obedecía principalmente a la importancia del tiempo de exhibición, ciertamente serían los estrenos los filmes que tendrían un mayor espacio dentro de la cartelera en general, aunque estos espacios podían disminuir en los días de entre semana (de lunes a miércoles, ya que las películas se estrenaban por lo general los jueves). Sólo las cintas eróticas se anunciaban de manera menos ostentosa y difícilmente se encontrarían anuncios que abarcaran más de un cuarto página.

4.3. Temáticas del cine erótico en la cartelera

Es importante notar que aparecerán algunos carteles de filmes que ciertamente no eran eróticos en sus contenidos, pero su manera de anunciarse cumplía con esta definición de erotismo a través del balazo publicitario o inclusive a través de la manipulación de imágenes, esto era obviamente con la finalidad de atraer público ansioso por este tipo de filmografía.

Para este análisis se ha decidido hacer un estudio dividido por Temáticas de películas del género de cine erótico exhibidas en la ciudad de México en salas de cine comerciales de enero de 1970 a diciembre de 1979; las temáticas se fueron deduciendo conforme se fueron recopilando los carteles de los diarios tal como se explica en la metodología. Estas temáticas son:

Temáticas

- Filmes seminales
- Adolescentes
- Incesto
- Infidelidades
- Cine no erótico pero presentado como tal

LOS FILMES SEMINALES

Inicio esta clasificación con aquellos carteles de filmes que resultaron ser todo un paradigma en su momento de estreno y que alcanzaron incluso a traspasar la línea del cine “prohibido” para ser considerados como filmes cuyo valor artístico trascendería inclusive al género mismo, son filmes que siguen proyectándose en cine clubes y que en algunas ocasiones han alcanzado estatus de “Obras maestras de la cinematografía”, o en el menor de los casos, a ser considerados filmes de culto.

Sueños de un seductor (Play it again, Sam. Dir. Herbert Ross. 1972. Figura 74) nos presenta una de las primeras comedias con el actor, director y comediante Woody Allen, más que atrevido, el cartel se nos muestra pícaro, como la mayoría de los carteles de cintas norteamericanas. Es importante notar que el título original en inglés no posee una connotación erótica, este es una alusión a una frase de la película *Casablanca* (Ídem. Dir. Michael Curtiz. 1942) que se refiere a tocar de nuevo una canción (“As time goes bye”), sin embargo, en la versión del cartel mexicano, el término mismo de “Seducor” y su eslogan, “¡Conquistó al sexo débil al estilo Humprey Bogart!” nos remite al menos a una ligera carga erótica (Eso sin dar por descontado la referencia de debilidad del sexo femenino, todavía bastante común en ese momento en donde la corrección política no tenía ojo avizor), sin mencionar la imagen de la muchacha en mini falda que sube las escaleras o las bailarinas en traje de baño del lado derecho.

Claro que, aunque Woody Allen ya era popular en 1972, no era tan conocido como autor y es entendible que una película suya se anunciara de esta manera.



Figura 74: Sueños de un seductor. Excélsior. 15 de abril de 1973.

Celos, violencia, machismo y hasta un poco de amor nos ofrece el cartel de *Mecánica nacional* ('Idem. Dir. Luis Alcoriza. 1971), quien no tiene reparos en plagiar los dibujos de la tira cómica de Kim Casali para a su vez, realizar una parodia de los mismos dentro de su eslogan: "Amor es... no sentirse celoso si a su novia le gusta MANOLO FÁBREGAS como un mecánico violento y "muy macho". Ciertamente no se trataba de una cinta erótica, sin embargo, sus connotaciones sexuales (considerando además el "préstamo" de la caricatura de la pareja desnuda de Casali) son más que obvias. Llama también la atención el uso de la caricatura del actor Manolo Fábregas como recurso ilustrativo (Figura 75).

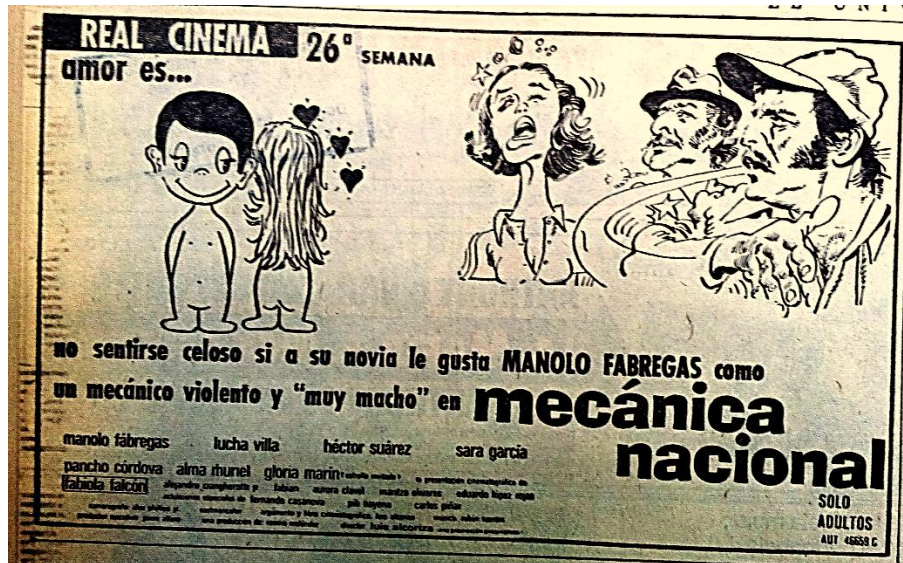


Figura 75: Mecánica Nacional. El Universal. 9 de junio de 1973.

Con el cartel de *Les Valseuses* (Ídem. Dir. Bertrand Blier. 1973) se hace patente el espíritu de libertad sexual de la época; en este caso pesan más las palabras que la imagen, ya que la fotografía (Figura 76) nos muestra a una muchacha (La actriz y modelo Miou-Miou) a medio vestir de espaldas mientras sus dos co-protagonistas posan cómodamente en el suelo, la co-respondencia con el balazo publicitario que versa “**PARA ELLOS NO EXISTEN LOS PREJUICIOS. PARA ELLOS NO EXISTEN LAS INHIBICIONES. SON TRES ESPÍRITUS LIBRES.**” Al igual que el cartel de Shaft (Figura 14) se convierte también en una declaración de principios.

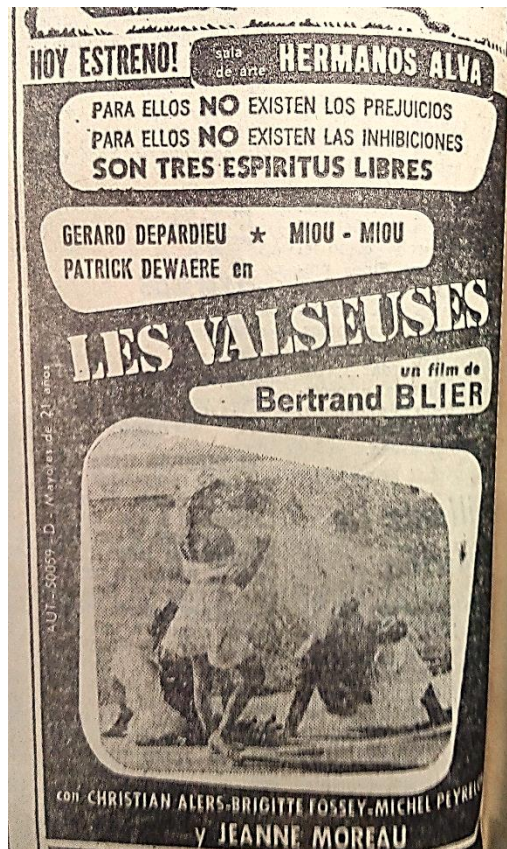


Figura 76: Les Valseuses. El Universal. 2 de mayo de 1975.

Tivoli (Ídem. Dir. Alberto Isaac. 1974) es uno de los filmes más importantes de la década, como ya se ha mencionado, un antecedente al cine de Ficheras y albures. En esta versión del cartel, el texto enfatiza sobre todo la situación política y popular, aunque las fotos de las exuberantes bailarinas del centro de espectáculos que da título al fin en primer plano no requieren de más para invitarnos a la seducción de aquello penado por las “buenas maneras”. Interesante resulta observar que no se respetaba el acento ortográfico de la palabra “Tivoli”, precisamente; también cabe constatar que se exhibía en cines de “primera” categoría, tales como el Chapultepec, el Polanco o el Valle Dorado, dando a entender que a COTSA (y no olvidemos que eran cines en su mayoría propiedad del estado) le interesaba que el público de clase media-alta o ilustrado se interesara por este filme (Figura 77).



Figura 77: Tivoli. El Universal
Junio de 1975



Figura 78: Tivoli. El Universal 19 de
junio de 1975

La segunda versión (Figura 78) nos presenta una caricatura acorde a un eslogan publicitario muy similar al de la versión anterior, sólo que a este se le ha agregado el elemento de la noche. Este tipo de carteles ilustrados con caricaturas fue muy característico (aunque no exclusivo) dentro de la filmografía de la década, contrastando muchas veces con anuncios de cintas más “serias”.

Sorprende, por otra parte, que un filme tan paradigmático como *Bellas de Noche* (Ídem. Dir. Miguel M. Delgado. 1974) tenga una publicidad más bien discreta (figura 79), un billete enmarca a cuatro mujeres que posan sugerentemente, y que, sin embargo, visten ropa de noche sin mostrar apenas algo de piel, su eslogan publicitario también es discreto: “Las FORMAS más atractivas de la diversión” que, aunque dichas “formas” hacen alusión al contorno femenino, no resulta tan picante como en otros ejemplos. Recordemos además

que se considera que dicho filme dio inicio a la decadencia de la cinematografía mexicana que en la década siguiente se vería repleta de cintas émulas de esta.

OLIMPIA **PEDREGAL 70** **PREMIER** **TLALNEPANTLA** \$15.00
 16 DE SEPTIEMBRE 11 R10 MAGDALENA Y SN. BARTOLO NAUCALPAN TLALNEPANTLA EBO. DE MEXICO
 CALLE IGLESIA

EL DORADO 70 **MEXICO** **TLALPAN** \$12.00 **4^a SEMANA!**
 AV. UNIVERSIDAD 1000 - AV. CUAUHTEMOC 130 AV. SAN FERNANDO ESO. JUAREZ

NO HAY PERMANENCIA VOLUNTARIA

50298.C.

Las FORMAS más atractivas de la diversión

JORGE RIVERO • SASHA MONTENEGRO
 CARMEN SALINAS • [ALO "EL MIMO"]

BELLAS DE NOCHE

PEDREGAL: 3.20 5.40 8.05 10.10 CORTOS: 3.00 5.20 + 7.40 **LAS FICHERAS**
 PREMIER-TLALNEPANTLA-DORADO + TLALPAN: 4.20 6.25 8.30 10.15 CORT. 4.00 6.05 8.10
 MEXICO: 3.30 5.50 8.10 10.00 CORTOS: 3.00 5.20 + 7.40
 OLIMPIA: 3.20 5.40 8.00 10.00 CORTOS: 3.00 5.20 + 7.40

PRONTO PEDREGAL: "UN BELLISIMO VERANO" • DORADO: "CAMINO A SALINA"
 PREMIER: "CERTIFICADO DE VIRGINIDAD" • TLALPAN: "DIVORCIO"
 OLIMPIA: MAS NEGRO QUE LA NOCHE-MEX. "DIABOLICA MADAME ZIN"

Figura 79: Bellas de noche. El Universal. 4 de octubre de 1975.

Sin embargo, el cartel del 4 de marzo del año siguiente (Figura 80) se mostrará ligeramente más atrevido en su eslogan publicitario al anunciar su semana número 69 de éxito desde su estreno, número alusivo a la posición sexual en donde tanto un hombre y una mujer se complacen oralmente tomando la pose de dicho número. La imagen es la misma que la anterior, aunque ahora podemos apreciar más las figuras femeninas en una dimensión más completa que en el ejemplo anterior.



Figura 80: Bellas de Noche. El universal. 4 de marzo de 1976.

El cartel de *Todo lo que usted siempre quiso saber sobre el sexo, pero temía preguntar* (Everything you always wanted to know about sex but were afraid to ask. Dir. Woody Allen. 1972) nos presenta un collage que representa el otro lado de la moneda del erotismo, no se trata ahora de ser atrevido o sensual, es más un reflejo del aspecto de actitud tímida ante el sexo, vamos, desde el título de la película podemos apreciar esto, aunque daría pauta para una comedia que, desde el anuncio mismo nos parece desenfadada. Más que adaptar el libro homónimo del Doctor David Reuben, el filme sería más bien una mirada simpática al tópico, tal como nos lo promete el cartel (Figura 81).



Figura 81: Todo lo que usted siempre quiso saber sobre el sexo, pero temía preguntar. El Universal. 9 de enero de 1976.

La gran Comilona (La grande bouffe/La grande abbuffata. Dir. Marco Ferreri. 1973. Figura 83) es uno de esos filmes que, como muestra su cartel, plagado de citas de diarios internacionales, dio mucho de qué hablar (y lo sigue haciendo con cada generación nueva que la ve), aunque no precisamente por la supuesta carga erótica que tenía el filme. Caricaturas de desnudos, extraídos del cartel original (Figura 82), muy a la usanza de la época y de los carteles mexicanos nos invitan a este banquete en donde aparentemente una carga de erotismo está dentro del menú.

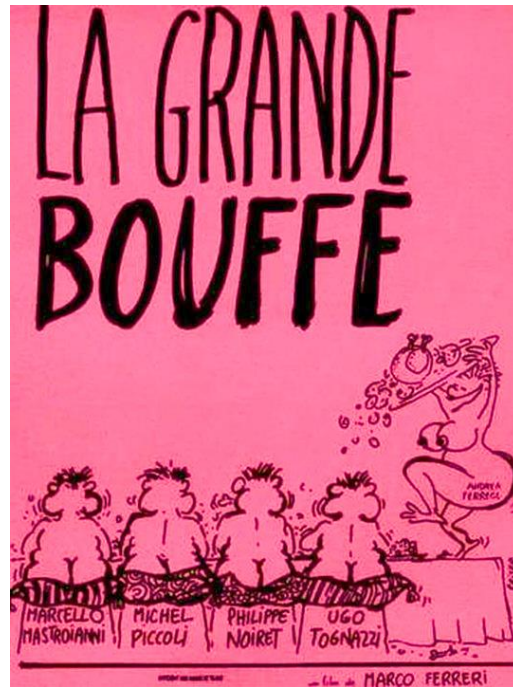


Figura 82: La Grande Bouffe. Recuperada de: <http://www.sensacine.com/peliculas/pelicula-1372/fotos/detalle/?cmediafile=19041594>

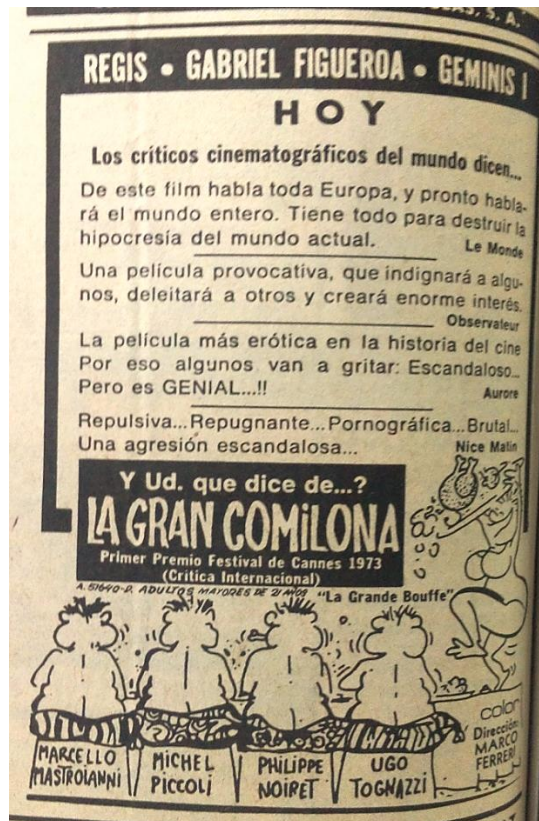


Figura 83: La gran comilona. El Universal. 17 de septiembre de 1976.

Uno de los carteles que me han parecido más interesantes es el de la película *Portero de noche* (Portiere di notte. Dir. Liliana Cavani. 1973. Figura 84), es atrevido, es sexi y me atrevería a decir que hasta elegante, las líneas que encuadran a la actriz Charlotte Rampling le dan un aire art decó, llaman sobre todo la atención la línea vertical que cae hacia el hombro derecho de la mujer y la línea horizontal en su brazo derecho que parece sostenerla, su balazo publicitario es revelador: “Una pareja tormentosa y decadente destruyéndose el uno al otro. Pregúntele a quien la haya visto, se la recomendará en voz baja.” Ciertamente su público objetivo es el adulto de clase media con cierto nivel promedio de educación, capaz de emplear su criterio al elegir ver una película como ésta y a la vez guardar el recato que las buenas conciencias imponía.



Figura 84: Portero de noche. El Universal. 1 de abril de 1976.

Uno de los filmes más importantes de la década fue sin duda *El último tango en París* (Le dernier tango a Paris. Dir. Bernardo Bertolucci. 1974) que, sin embargo, bastó su clasificación de mayores de 21 años y una discreta fotografía de los actores principales

abrazándose desnudos sin algún eslogan publicitario; esto no sería obstáculo para que el filme tuviera éxito, ya que, aunque el filme se estrenó de manera discreta en México el 7 de septiembre de 1976, el siguiente cartel (Figura 85) correspondería a un reestreno del 4 de mayo de 1979, aunque el cartel original tampoco tenía balazos publicitarios (Figura 86). Así, el filme de Bertolucci seguía siendo popular.



Figura 85: Último tango en París. Excélsior. 4 de mayo de 1979.



Figura 86: Last Tango in Paris. Recuperado de:

<http://discreetcharmsandobscureobjects.blogspot.mx/2013/09/last-tango-in-paris-dir-bernardo.html>

Como ya vimos en el capítulo anterior, la censura llevó a que varias cadenas exhibidoras programaran ciertos filmes en funciones de medianoche, tal fue el caso del estreno de la película *Historia de "O"* (Histoire d'O/Geschichte von O. Dir. Just Jaeckin. 1976) en el cine Roble⁵² como podemos atestiguar en su cartel (Figura 87). En este, la heroína creada por Pauline Réage en su novela literaria es comparada con Lolita o Lucrecia Borgia entre otras heroínas eróticas, el cartel trató de cumplir con su mejor esfuerzo al presentarnos a su estrella (La actriz Corinne Clery) amarrada, advirtiéndonos que por su horario de exhibición y su postura "bondage" se trata de un filme fuerte, aunque en realidad es una obra del soft-porno más representativo de la década, no obstante, fue suficiente para convertirla en un filme de culto.



Figura 87: Historia de "O". Excélsior. 19 de febrero de 1978

⁵² Tanto el cine Roble, el Latino o los de la cadena Alatraste eran los que presentaban cine de arte. Una de las estrategias para legitimar lo erótico y pornográfico y hacerlo pasar como erótico era darle el adjetivo de artístico. (Parafraseado del Doctor Juan Gabriel Solís Ortega, lector de la presente tesis).

Precedida por su fama internacional, *Emmanuelle* (Ídem. Dir. Just Jaeckin. 1975) sería la quintaescencia del cine erótico de la década, curioso resulta que su cartel sea de lo más discreto, simplemente vemos una fotografía de la actriz Sylvia Kristel, quien junto con Edwige Fenech se convertiría en uno de los dos principales símbolos sexuales femeninos de la década. Al cartel lo acompaña la leyenda “Todo mundo habla de ella...”, afirmando esta hipótesis de su fama precedida (amén del primer eslogan nos indica que también se trata de una película para funciones de medianoche). Dicho filme fue censurado por el mismo director de cinematografía Hiram García Borja durante el sexenio del Presidente Luis Echeverría, así que encontraría su espacio de exhibición hasta el sexenio siguiente. García Borja mismo sentenció en su momento:

El único cine que jamás será proyectado en México, será el que no aporten nada de cultura y tenga temas solamente pornográficos, como en el caso del film francés “Emmanuel”, que no tiene calidad ni mérito alguno, afirmó ayer el licenciado... **En México no se exhibirá “Emmanuel”:** **García Borja** (10 de octubre de 1976. Cine Mundial, p.3)

Sin embargo, al igual que *La Historia de “O”*, y superándola, inclusive, también se convirtió en un filme de culto, imitado, homenajeado y parodiado hasta nuestros días (Con varias secuelas y hasta series de televisión, aunque en formatos de video casero o de televisión por cable), *Emmanuelle* fue así, un conciso, pero ligero efluvio de libertad sexual (Figura 88).



Figura 88: Emmanuelle. Excélsior. 23 de agosto de 1978.

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, *El lugar sin límites* es una de las películas más importantes del cine mexicano al ser un retrato crudo del machismo y la actitud en general ante la homosexualidad, tema todavía tabú en la década. Y su cartel no podía quedarse atrás. La versión original del cartel para cines resulta ser más revelador (Figura 89) que su contraparte en los diarios (Figura 90). El primero destaca, además de sus imágenes muy al estilo de Degas⁵³, por sus dos balazos publicitarios: “*Debajo del cielo está el infierno, y debajo del infierno está... el lugar sin límites.*”, aunque es el segundo el más revelador: “*La Manuela es el padre de la japonesita, ambos practican el mismo oficio y desean al mismo hombre*”.

⁵³ Edgar Degas (1834-1917) Pintor realista, aunque precursor del impresionismo.



Figura 89: El lugar sin límites. Recuperado de:

<http://www.ucdenver.edu/academics/colleges/CLAS/Departments/ModernLanguages/AboutUs/Events/Pages/CULTURAL%20WEEK%20ON%20C2%A0QUEER%20LATINO%20INDIVIDUALS.aspx>

El cartel del periódico carece de estos eslóganes, simplemente sentencia: “¡EL ACONTECIMIENTO!” Y la pose de la “Manuela” en actitud sexy, aparentemente no necesitaba de más para incitar a verla y tal vez propiciar algún pequeño escándalo.



Figura 90: El lugar sin límites. Excélsior. 13 de julio de 1978.

Ciertamente esta lista es solamente representativa y no exhaustiva (este trabajo se prolongaría de manera indefinida), y estos carteles de filmes seminales, junto con los siguientes, nos hablan de las muchas formas de abordar lo erótico y lo sexual durante la década, desde comedias pícaras hasta la condena de la homosexualidad (o del machismo, como en este último ejemplo), pasando por otros temas y parafilias que se analizan en los siguientes apartados.

ADOLESCENTES

Un tema recurrente en la filmografía erótica de la década fue aquel que se centraba en los adolescentes, ya que el tema del despertar sexual siempre ha sido uno muy recurrente y puede abordarse desde cualquier perspectiva. Nos encontramos que, a diferencia de

periodos posteriores, la figura del adolescente en esta cinematografía, sobre todo en el caso de las mujeres, tiende a verse como alguien que practica su sexualidad de manera más libre y abierta, no deja de cosificarse y el papel que refleja en las carteleras será o la de la inocencia que se abre paso en el mundo adulto o la de la precoz imagen de la seducción.

Estos son algunos de los modelos más representativos que encontré:



Figura 91. Lola. Recuperada de:
<http://www.moviepostershop.com/twinky-movie-poster-1969>

Twinky (*Twinky*. Dir. Richard Donner. Anglo-Inglesa. 1970), también conocida como “Lola”, se estrenó el 24 de diciembre de 1970 aunque este clip (Figura 92) corresponde a un reestreno del 1 de agosto de 1971. Es una película para adolescentes y adultos, aunque su balazo publicitario versa: “Ella tenía el poder del consentimiento. La primera palabra que decía era SI.”



Figura. 92. Twinky. Excélsior. 1 de agosto de 1971

Sin embargo, tanto el título como las imágenes (en donde destaca la entonces joven Susan George primero en una pose romántica con el actor Charles Bronson, después en una pose sensual y en tercer lugar reflexiva con calcetas de colegiala, denotando cierta inocencia), no revelan mucho de la trama a diferencia del cartel original (Figura. 91) que presenta tres balazos publicitarios:

“Ella tiene casi 16 años”

“Él tiene casi 40”

“Podría ser amor... ¡Pero definitivamente es agotador!”

Notemos que estos tres eslóganes venden más la trama, apelando más a una situación erótica entre los protagonistas con palabras que con las imágenes del cartel mexicano. Este caso resulta curioso y contrastante, texto contra imagen en la original en inglés e imagen contra texto en la versión del diario mexicano. Si recordamos el ejemplo introductorio del cartel del filme “La Esposa busca amante”, exhibida en México en 1978 resulta que el manejo publicitario resultó ser exactamente al revés que en este caso.

El último viaje de una adolescente (Ídem. Dir. José Antonio de la Loma. España. 1973) es un ejemplo de algo que se volvería muy común en la década, el clip corresponde al diario el Universal del 31 de octubre de 1974, en donde los balazos publicitarios (Figura 93) nos dan una advertencia moralista: “¿Usted es padre moderno y deja a su hija que salga con sus amigas de fin de semana? ¡Vea esta película y cambiará de opinión!”. Sin embargo, las

fotografías nos muestran de manera desinhibida en primer plano la imagen de una mujer joven desnuda mostrándonos la espalda, lo cual nos remite a la noción de erotismo de Alberoni en donde la piel ejerce como poderoso motor erótico.

Llama también la atención un torso masculino desnudo al centro, pero en segundo plano, lo cual nos indica que finalmente, y aunado al balazo publicitario, que el tipo de espectador que se busca es netamente masculino.

Es también de destacar que la palabra “Viaje” del título aparece entrecomillada, dando así un doble sentido al hacer una alusión a la droga, muy probablemente sea a la mariguana, muy en boga a principios de la década todavía.



Figura 93.

La lucha con la pantera (Ídem. Dir. Alberto Bojórquez. 1974) nos muestra una publicidad mucho más discreta en cuanto a gráficas (Figura 94), pero totalmente explícita en su eslogan publicitario: “El primer impulso sexual. eso que nos libera o nos atormenta para siempre”, afirmando así esta ambivalencia de la sexualidad, o nos libera de alguna manera o nos atormenta por otra. Cabe notar que este es uno de los pocos ejemplos en los que la alusión a la edad de las protagonistas es meramente visual y la publicidad no alude a ello en su eslogan publicitario.



Figura 94. La lucha con la pantera. Universal. 12 de octubre de 1975.

Ansiosa a los 17 (Título original desconocido. Dir. Dir. Zbynek Brynych. Sin fecha) es otro claro ejemplo de la hipersexualización de la mujer adolescente en donde no hay reparos en señalar la edad de la protagonista, convirtiéndola en una adulta de forma explícita en su segundo eslogan publicitario: “AYER SÓLO ERA UNA NIÑA. HOY ES TODA UNA MUJER”. (Figura 95), de tal forma, que la figura de la adolescencia es prácticamente en este tipo de publicidad la de un personaje sexualmente activo.



Figura 95. Ansiosa a los 17. Excélsior, 27 de octubre de 1977

Así, la imagen de la adolescente seductora será otra también bastante recurrente, tal vez para, de manera inconsciente, justificar esta representación “adulta” de la menor de edad, aquí, la imagen erotizada es un ejemplo claro de este candor trastocado, se trata de la máxima expresión de las Lolitas inspiradas en la original de Nabokov. Tal vez sea el cartel de *La trampa de la inocencia* (Le faró da padre. Dir. Alberto Lattuada. 1974) el ejemplo más claro de esta seducción y trastocamiento de los roles sexuales, su eslogan publicitario (Figura 97) no podría ser menos evidente: “HASTA DÓNDE PUEDE UN HOMBRE MADURO RESISTIR LOS ENCANTOS DE UNA ADOLESCENTE” Llama la atención la falta de signos de interrogación, lo cual nos lleva a cuestionarnos si este eslogan se escribió con esa doble intención, la de afirmar o cuestionar, ya que el cartel original no aparece eslogan alguno (Figura 96). Cabe señalar también que, al indagar sobre esta película, la previsible trama sobre una nínfula seductora no es tal, es algo más perverso aun, se trata de una adolescente con retraso mental del cual el “hombre maduro” se rendirá ante su “erótica inocencia”.



Figura 96. Le faró da padre... Recuperada de: http://www.imdb.com/title/tt0155830/?ref_=nv_sr_1



Figura 97: La trampa de la inocencia. Excélsior. 23 de agosto de 1978.

Para terminar este apartado, cierro con un caso muy peculiar, el de la cinta *Cuando se pierde la virginidad* (Moi, Fleur bleue/Stop calling me baby. Dir. Eric Le Hung. 1977), cuya publicidad resulta ser una de las más explícitas en cuanto a esta expresión de sexualidad adolescente, es un caso muy particular porque, primero, se trata de un filme francés con la actriz norteamericana Jodie Foster que no se exhibió comercialmente en los Estados Unidos por lo supuestamente “fuerte” de su temática (Una adolescente decide entregar su virginidad a un hombre adulto), segundo, precisamente la imagen de chica inocente que contrasta con sus eslóganes publicitarios para vender una cinta supuestamente erótica. Para este caso encontré además el cartel de un diario de Guadalajara que resulta muy interesante al momento de realizar una comparación (Ver Figuras 98 y 99)



Figura 98. Cuando se pierde la virginidad. Excélsior. 14 de octubre de 1978.



Figura 99. Cuando se pierde la virginidad. El Informador (Guadalajara) 4 de noviembre de 1978.

Nótese el balazo publicitario de la edición de El Excelsior que dice: “A los 14 años... precoz... deliciosa... ansiosa...” que no tiene reparos en señalar la edad de la protagonista y su despertar sexual. Curiosamente resulta más machista el eslogan empleado en El Informador de Guadalajara, que es una variante del anterior: “A los 14 años... por precoz, ansiosa y deliciosa... le llegó el momento!!!” (Sic.). En éste último podemos sintetizar una forma de atraer al público espectador apoyándonos en los elementos de los ejemplos anteriores, nos presenta tanto la idea de inocencia adolescente aunada a este deseo sexual (Más explícito en el título en Español no puede ser, aunque el título en Inglés “Deja de llamarme nena” se le acerca bastante también); los términos “Precoz”, “Deliciosa” y “ansiosa” nos venden esa imagen de Lolita, que no deja de ser una noción emancipadora, tanto de la figura femenina como de rebeldía adolescente⁵⁴, y finalmente, la objetivación desde la perspectiva del machismo, la expresión “Le llegó el momento” tampoco podría ser menos visceral, la mujer está para ser desvirgada, como consecuencia de esa precocidad precisamente. Curiosamente, al ver el filme nos encontramos una comedia bastante ligera cuya publicidad original (Figura 100) parece ser la de un filme muy distinto al vendido en México. Ciertamente ya no se puede hacer publicidad de ese tipo en la actualidad.



Figura 100. Moi fleur bleue. Recuperada de: <https://www.filmotv.fr/film/moi-fleur-bleue/7411.html>

⁵⁴ Al leer la novela original de Nabokov o al ver alguna de las dos adaptaciones cinematográficas descubrimos que dicha imagen “emancipadora” de Lolita no es tal, en realidad se trata más de la imagen que el personaje de Humbert Humbert se crea en su mente, “nínfula” la llega a llamar. Es interesante percibir como con el paso del tiempo esta es la percepción que se tiene del personaje y del término “Lolita” mismo, actualmente, sobre todo tomado de la cultura de la historieta japonesa (Manga) y sus animes, se convierte en esta figura emancipadora que menciono, incluso existen diferentes estilos, modas y categorías como la **Lolita Otome**, que se caracteriza por su estilo de “doncellez”, la **Gothic Lolita**, que toma elementos góticos y vampíricos, la **Sweet Lolita**, que toma un aspecto más parecido a las antiguas muñecas de sololoy o la **Ita Lolita**, cargada de muchos elementos que llegan al barroquismo, entre muchas otras. (Datos obtenidos de: http://lolitafashion.wikia.com/wiki/Category:Lolita_Styles).

INCESTO.

El incesto es definitivamente uno de los temas más recurrentes que encontré durante la búsqueda e investigación de las carteleras cinematográficas, y tal vez sea por su condición de tema “prohibido” (Incluso hasta nuestros días) por la cual podríamos decir que gozó de cierta popularidad, tal vez sea el máximo tabú, ya que ni en los movimientos de liberación sexual se “agendó” o se le consideró un logro del amor pleno y sin tapujos, ni siquiera con la aceptación de la novela “Cien años de Soledad” de Gabriel García Márquez que tenía apenas tres años de ser publicada antes de que empezara la década de 1970 y en cuyas páginas el tema del incesto es patente durante el siglo en que acontece dicha crónica, tal vez se deba a esa “maldición” de niños con cola de cerdo como producto de una relación consanguínea que no deja de tener cierto halo moralizante, finalmente la estirpe de los Buendía, protagonistas de dicha novela, terminarán su genealogía en un eterno retorno nietzscheano.

El primer anuncio de cartelera que localicé fue el de la película *Las Hermanas* (Les deux sœurs/Le sorelle. Dir. Roberto Malenotti. 1970), filme franco-italiano cuyo eslogan publicitario versa: “EXTRAÑAMENTE UNIDAS ¡Vivieron para la más íntima unión que puede haber entre DOS HERMANAS!” Destacando de manera obvia que la palabra “Hermanas” se presente en mayúsculas. También resulta interesante corroborar que el cartel original no presenta balazos publicitarios (Figuras 101 y 102), al igual que muchos otros filmes estrenados en México que requerían de este tipo de publicidad.



Figura 101: Las Hermanas. Excélsior 11 de abril de 1973



Figura 102: Le Sorelle. Recuperada de <http://rarelust.com/the-sisters-1969/>

Adiós Hermano Cruel (Addio fratello crudele. Dir. Giuseppe Patroni Griffi. 1971) nos presenta no sólo una, sino dos versiones paradigmáticas del tema incestuoso en sus carteles, ambos recurren sin tapujos al tema del amor fraternal de manera aún más directa que “Las Hermanas”, curioso resulta como los eslóganes publicitarios van dirigidos tanto al público masculino (Figura 103) al sentenciar: “EL AMOR POR TI, HERMANA MIA, HA TRANSTORNADO TODA MI VIDA...” como al femenino (Figura 104) “NI SIQUIERA ME ATREVÍA A CONFESAR QUE AMABA A MI HERMANO...”.



Figura 103: Adiós Hermano Cruel. Excélsior. 10 de junio de 1973



Figura 104: Adiós Hermano Cruel. Excélsior. 9 de junio de 1973

¿Qué lleva a estos carteles a ser más explícitos? Aunque se trata del mismo filme, ambos anuncios no sólo difieren de su balazo publicitario, las imágenes también cambian, lo que nos remite a la reflexión de Alberoni en el marco teórico de esta tesis, en donde la piel se convierte en el objeto erótico, no creo que sea casual que el segundo cartel (Figura 104) se acentúe más el tocamiento entre ambos hermanos cuando el balazo va dirigido al sector femenino, mientras que en el primero (Figura 103) el acto carnal es más explícito, más “pornográfico”, si queremos calificarlo así, finalmente, el amor entre hermanos de diferentes sexos se tornará más “pernicioso” que el de las hermanas, ya que en aquel no existiría el riesgo de embarazo, a diferencia de este caso, así, la “maldición” de García Márquez se torna más “real”. Y aunque el tema del incesto no es nuevo en la cinematografía (En México, por ejemplo, en filmes como *El tigre de Yautepec* – Fernando de Fuentes. 1933 –, *La mujer del puerto* – Arcady Boytler, 1934 – y *Tajimara* – Juan José Gurrola. 1964 – lo abordaron), ciertamente esta publicidad no dejaba de ser escandalosa, aun en esos tiempos de liberación sexual.

Sin embargo, dentro del incesto, el que tal vez pudiera parecer más escandaloso sería aquel que retrata la relación Madre-Hijo, sobre todo en México en donde la imagen de la madre es uno de los símbolos más sagrados que existen. El sólo insinuar una relación maternal-filial se convierte en la más grande “aberración” que se pudiera imaginar una sociedad moralizante (que no moralista, necesariamente), ya que el acto sexual entre madre e hijo resulta en un “volver al origen”, una negación a la vida exterior, más allá del abrazo maternal.

Los siguientes dos carteles tratan de apelar a esto, aunque en realidad son filmes que nunca muestran un acto sexual de este tipo, son dos carteles que tantean con esta sacralidad para presentar efectivamente actitudes consideradas como patológicas para una sociedad que equipara a la propia madre con la imagen de la Virgen Guadalupe, la “madre” de todos los mexicanos.

En *El muro del silencio* (Ídem. Dir. Luis Alcoriza. 1971) es la madre misma la que supuestamente pervierte su naturaleza maternal, curioso al tratarse de una cinta mexicana con toda la carga cultural sobre la sacralidad de la maternidad que poseemos, pero que no duda en apelar en su publicidad a este tipo de relación, aun cuando el filme mismo aborda una

relación patológica desde otra perspectiva (Es más una relación parasitaria y de co-dependencia psicológica por parte de la madre). Llama la atención sobremanera en su publicidad (Figura 105), más que el balazo publicitario (“una madre pervierte los conceptos del bien y del mal”), lo contradictorio que resulta anunciar una película de clasificación **Solo adultos** y la participación actoral del niño Brontis Jodorowsky. Toda una dicotomía publicitaria que resulta sumamente atractiva para el público que buscaba este tipo de cine (y que me aventuro a decir, probablemente salía decepcionado del cine al presentársele un espectáculo que no era precisamente el que el anuncio le prometía).



Figura 105: El muro del silencio. El Universal 5 de mayo de 1974

El segundo caso nos muestra una situación opuesta, en *Rivals 'El amor y el adolescente'* (Rivals. Dir. Krishna Shaj. 1972), la madre es quien será el objeto del deseo mientras que es el hijo quien presentará la actitud patológica en su mismo anuncio. Este es

de los pocos casos en los que la publicidad del diario en México (Figura 107) es traducida prácticamente de forma literal del cartel original (Figura 106): “¡El hombre deseaba más que una Esposa! ¡El hijo deseaba algo más que una madre!”; y que es de los pocos filmes “eróticos” norteamericanos que encontré, tal vez esto nos indique algo acerca de que la cercanía entre los Estados Unidos de Norteamérica y México no es solamente física, sino hasta cierto punto idiosincrática (Aunque es de destacar la imagen de la madre en escasa ropa del cartel mexicano a diferencia del original en donde bastan las palabras únicamente).

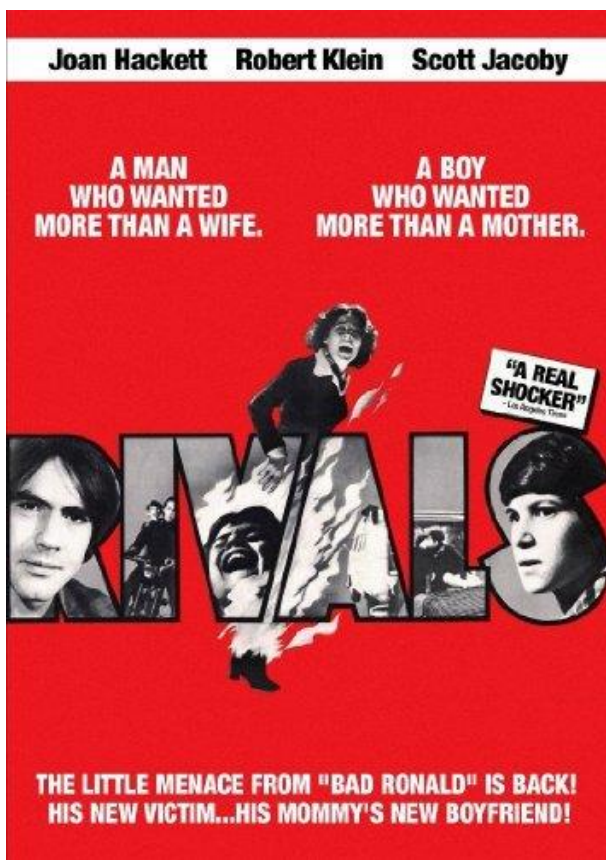


Figura 106: Rivals. Recuperada de:
<http://www.imdb.com/title/tt0069185/mediaviewer/rm2752938240>



Figura 107: Rivals 'El amor y el adolescente' El Universal.
11 de septiembre de 1975

INFIDELIDADES

Una de las fantasías sexuales más recurrentes es la de poder tener relaciones sexuales con más de una persona, en especial si es una relación extra-marital, la pura idea, en bruto, resulta tremendamente erótica, nos estimula de alguna manera; de esta forma, parece ser que vender la fantasía de poder tener relaciones con más de una persona es una que garantiza entradas a la taquilla.



Figura 108: Un amante nada suelto. Excélsior. 15 de septiembre de 1970.

En *Un amante anda suelto* (Ídem. Dir. Rubén Galindo. 1969. Figura 108) se nos presenta una imagen de caricatura con mujeres sensuales y un balazo publicitario que sería

un antecedente al próximo aluvión de comedias sexuales, este nos advierte: “¿Conoce Ud. La “ALTA INFELIDAD? Tenga cuidado porque...” Así, la relación autor-lector resulta en una de advertencia, se podría adivinar una moraleja en el filme desde el cartel mismo, se da así una comunicación directa entre ambos participantes.

Divertido resulta el cartel de *Celos estilo italiano* (Il dramma della gelosia/Per motivo de gelosia/El drama de los celos. Dir. Ettore Scolla. 1970) en donde, sin tener que emplear el término “Infidelidad” queda clara su propuesta, desde el título del filme mismo hasta su eslogan en conjunto: “Esta era una mujer completamente fiel... Pero a todos los hombres”. Claro, si en el título no hubiese estado implícita la palabra “Celos” ciertamente trataría de otra cosa. (Figura 109)



Figura 109: Celos estilo italiano. Novedades. 29 de octubre de 1972.

Olga, la hija de aquella princesa rusa. (Ídem. Dir. Diego Santillán. 1971) nos presenta la cara opuesta a la visión masculina, “Olga tenía sólo cuatro amantes. ¡Decidió que no habría quinto malo!” versa el balazo publicitario a modo de un pequeño grito emancipado, de una posible liberación sexual femenina, sin embargo, el cartel no deja de dirigirse a un público eminentemente masculino, primero, porque no podemos negar lo llamativo que resulta la fotografía de la actriz Libertad Leblanc desnuda y de espaldas, y segundo, el segundo balazo publicitario en donde se informa que dicha actriz obsequiaría fotografías autografiadas al público asistente. Así, aquella supuesta emancipación sexual termina por ser un vehículo más de la cosificación femenina como mero producto para brindar placer... Al público masculino. (Figura 110)



Figura 110. Olga, la hija de aquella princesa rusa.
El Universal. 15 de octubre de 1974

La muchacha de la piel de luna (La ragazza della pelle di luna Dir. Luigi Scattini. 1973) va un paso más allá del mero tema de la infidelidad, de entrada, nos presenta un triángulo amoroso en donde posiblemente la infidelidad, a pesar de ser consensuada acorde al balazo publicitario (Figura 111), se encuentra en la conciencia de al menos uno de los protagonistas (“AMANDO A UNA PIENSA EN LA OTRA...”), sin embargo, llama más la atención la postura lésbica de la supuesta esposa, quien acorde al balazo indica que “ELLA TAMBIÉN ESTABA OBSESIONADA POR ESTA MUJER ARDIENTE PIEL MORENA”.



Figura 111: La muchacha de la piel de luna. El Universal. 2 de mayo de 1975

Si la felicidad es la meta individual para tener un sentido de la vida que tenga un valor material, es el hedonismo sexual la máxima meta a alcanzar entonces, y el cartel de la película *Asignatura pendiente* (Ídem. Dir. José Luis Garci 1977. Figura 112) es una clara invitación a alcanzar esta meta a través de la infidelidad, una pareja recostada con expresión de satisfacción aunada a un mensaje totalmente directo, nada sugestivo nos invita a reflexionar sobre si la vida en acto es realmente la que estamos viviendo : “USTED SABE QUE NO ESTÁ CASADO CON EL AMOR DE SU VIDA...” versa el primer balazo comercial, ¿qué nos queda concluir ante dicha sentencia ? ¿es una apología a la infidelidad, y en consecuencia a la felicidad? Tal vez se trate simplemente de una postura egoísta, de la búsqueda de la felicidad individual, sin embargo, lo que lo hace efectivo es el tercer balazo, que responde a la cuestión de qué ocurriría si nos reencontrásemos con nuestro amor verdadero: “VUELVE! ...para que usted descubra los verdaderos límites de la pareja.” ¿Cuáles serían dichos límites? Ciertamente habría que ver dicho filme para encontrar la respuesta.



Figura 112: Asignatura pendiente. Excélsior. 28 de febrero de 1978.

CINE NO ERÓTICO PERO PRESENTADO COMO TAL

Era tal esta “moda” por el sexo en la cinematografía, que durante esta investigación localicé algunos ejemplos de cintas que ciertamente no eran eróticas, pero que se anunciaban como tales, esto con la finalidad de atraer mayores audiencias e incrementar los ingresos de taquillas, algunas, como se verá líneas más abajo, eran películas hasta inocentes pero que con al menos un pequeño resquicio de picardía podían servir para promover sexo cuando no era la temática central.

El ejemplo más interesante resultó ser el cartel de *Ana de los mil días* (Anne of the thousand days. Dir. Charles Jarrot. 1969), cinta histórica que relata el romance y el subsecuente fin del mismo entre el Rey Enrique VIII y Ana Bolena, se trata de una cinta histórica con una hermosa fotografía para el lucimiento de sus estrellas principales (Genevieve Bujold y Richard Burton), sin embargo, su cartel en los diarios (Figura 113) no tiene reparos en presentarnos una historia con tintes eróticos en su eslogan: “Él era rey. Ella apenas tenía 18 años. Y durante mil días los devoró una pasión que cambió el curso de la historia.” Mezcla de adolescencia y pasión, ingredientes que ya se han contemplado en carteles anteriores dan como resultado una receta promotora de erotismo.

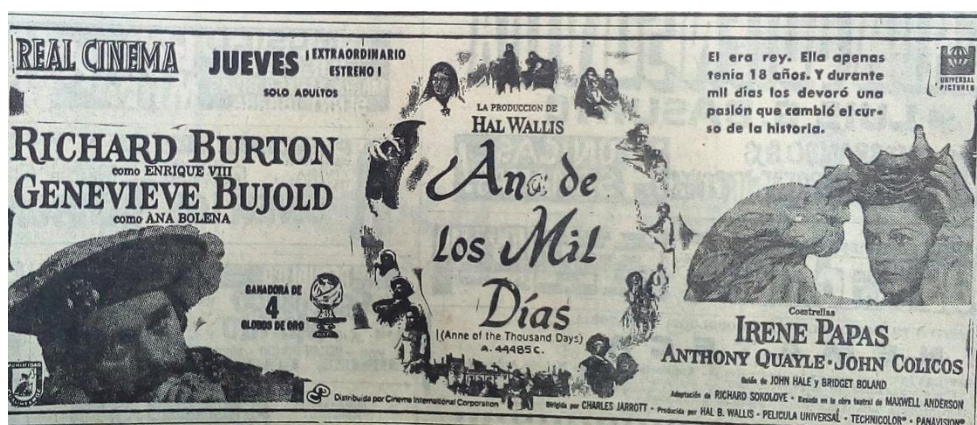


Figura 113: Ana de los mil días. Excélsior. 31 de agosto de 1971

Este eslogan mezcla también el amor y la pasión adolescente con un hombre adulto, tal como ya se ha visto en ejemplos anteriores, en una relación de poder-inocencia; una historia completa de proporciones épicas y eróticas en un solo párrafo.



Figura 114: Al servicio secreto de su majestad. Excélsior. 17 de septiembre de 1970.

¿Existe figura masculina más icónica que la del mismo James Bond como atractivo erótico? Epítome de la elegancia y clase, que no están reñidas con la acción, James Bond es de entrada un producto aspiracional, su presencia resulta en todo un atractivo para el público femenino que consumió (y sigue haciéndolo) desde la década del 60, la imagen de la gallardía y elegancia cumple cabalmente la descripción de erotismo y pornografía de Alberoni, que, sin embargo, para no quedarse parca y atraer al público masculino (como si no bastara esa postura aspiracional), recurre a imágenes de mujeres con escasa ropa en prácticamente todos los carteles de sus películas (Figura 114).

Santo, el Enmascarado de Plata en *Misión Suicida* (Ídem. Dir. Federico Curiel. 1971. Figura 115) sería el equivalente mexicano a las cintas de James Bond. Llama sobremanera la atención que se trata de una película para todo público, en donde bastaría la mera presencia del luchador enmascarado para atraer al público infantil al que en cierta manera la película va dirigida, sin embargo, las imágenes de mujeres en traje de baño y el eslogan publicitario iban dirigidos definitivamente a los padres de los niños: “¡EN ACCIÓN! LAS ‘COMANDOS’ BELLAS MAFIOSAS KARATECAS EN BIKINI, EXPERTAS EN EL MANEJO DE ARMAS DE ALTO PODER.”



Figura 115: Misión suicida. Excélsior. 11 de abril de 1973.

Pero el caso más extraño que encontré fue el de *Amores en el sótano* (Revenge/Terror from Under the House/Inn of the frightened people. Dir. Sidney Hayers. 1971), cuyo amable cartel (Figura 117) sugiere efectivamente un filme erótico con una leve insinuación incestuosa en su balazo: “¡LA ESPOSA, LA HIJA Y LA AMANTE GOZARON DE LOS...”; sin embargo, resulta que en realidad es un thriller que raya en el género de terror como podemos corroborar con su cartel original (Figura 116) que versa en sus balazos publicitarios: “Si miras en el sótano... Prepárate a ¡GRITAR!” y el segundo: “¡Nunca te atreverás a ir al sótano de nuevo!” Podemos observar en el cartel mexicano, además, que dicho filme recibió la clasificación más extrema, para “Mayores de 21 años”; ya que, a

diferencia del sistema de clasificaciones de Estados Unidos de Norteamérica, una clasificación de ese tipo para una película, en lugar de alejar público, la hacía más atractiva.



Figura 116: Terror from under the hours. Recuperada de: <http://www.imdb.com/title/tt0067248/mediaviewer/rm3827236864>



Figura 117. Amores en el sótano. El universal. 14 de junio de 1973

Ciertamente hay muchísimos más ejemplos, sub-géneros y hasta carteles de filmes que podrían ser tan o hasta más representativos que los presentados en esta tesis, sin embargo, espero que esta muestra baste para rescatar una parte de la historia de las carteleras del cine erótico en los diarios, así como de presentar un muestrario que nos señala cosas importantes sobre la percepción del erotismo y la sexualidad en el cine de la década de 1970, perspectivas a las que el género en la actualidad resultaría más arriesgado (tal vez en el caso de la infidelidad) y en otras de un moralismo que difícilmente no permitiría que se publicitaran de la misma forma (como el caso de la sexualidad adolescente o el erotismo).

CONCLUSIONES

A pesar de haber pasado con anterioridad la maravillosa experiencia de haber realizado una tesis al finalizar la licenciatura, parece ser que al iniciar siempre un nuevo proyecto se nos olvida todo el esfuerzo que conlleva, el tiempo y recursos invertidos, el desgaste tanto físico como emocional. Sin embargo, la satisfacción que conlleva vale todo eso... Y mucho más.

Y es que, no sólo queda la satisfacción de ver el trabajo terminado, no, además, durante el proceso de investigación, es durante el desarrollo de la misma en que uno se encuentra con perlas de sabiduría y conocimiento, el tropezarse con contradicciones y datos que aparentemente son inútiles, pero que sirven para comprender o desarrollar mejor una idea, incluso aunque no se incluyan en el texto final, cumplieron su objetivo en su momento, el dolor que puede provocar el tener que eliminar algún apartado implica que comprendimos mejor nuestro tema, aunque de momento no lo parezca.

Así, durante el proceso de investigación, y en retrospectiva, llegué a las siguientes conclusiones:

Primero, que durante la búsqueda de materiales para el desarrollo del estado del arte descubrí que estaba ante un territorio poco estudiado, el libro más cercano a mi investigación fue el de John McElwee, que apenas se publicó durante el segundo año de la elaboración de la presente tesis, y lo más que se ha estudiado a un nivel académico han sido los artículos del canadiense Paul S. Moore y los libros de Juan Felipe Leal, que en ambos casos sólo abarcan las primeras décadas del siglo XX, dejando un hueco de al menos cincuenta años de historia hasta este el presente trabajo, modestia aparte. No hablemos ya de la variedad de géneros, periodos históricos y perspectivas disciplinarias que el tema puede ofrecer, este trabajo apenas es un prólogo.

Segundo, que el estudio de la cartelera cinematográfica y el entendimiento de su razón de ser, es parte, no sólo de un proceso histórico social, sino que efectivamente, conformaba una relación entre el artista creador (no necesariamente de quienes estaban involucrados en la creación de las películas, sino de manera más directa, con quienes creaban dichas carteleras) dentro de un engranaje más grande aun, aquel que involucraba a los publicistas, a

los diseñadores gráficos, a los dueños de periódicos, las cadenas exhibidoras y las productoras, ciertamente se movían grandes cantidades de dinero para poder llevar este arte creado en masa, a las grandes masas. En síntesis, la cartelera de los diarios jugaba un papel de suma importancia en esta relación autor/obra-público, era el intermediario in mediato entre ambos.

Tercero, que en México la cartelera cinematográfica de los diarios era una herramienta, si no indispensable, sí importantísima para la elección de qué película ver; era en muchas ocasiones el primer paso del ritual cinematográfico por parte del espectador, la elección de qué película ver y en que sala implicaba también todo un acto social, además del comercial, no era lo mismo visitar o asistir a una sala popular que a la incipiente (Por el poco tiempo que tenia de haberse fundado) Cineteca Nacional en aquellos años o a alguna sala en una colonia “elegante”; todo esto podría parecer una obviedad en primera instancia, sin embargo, para las nuevas generaciones, sobre todo aquellas que han nacido en la década de 1990 y las posteriores resultaría algo desconocido.

Cuatro, que la cartelera cinematográfica de los diarios, era definitivamente un producto y un reflejo de su tiempo, para el neófito en ese periodo histórico, el acercarse a las carteleras mismas le llevaría a un proceso de conocimiento de ciertos aspectos idiosincráticos, desde políticos, culturales (siendo la cartelera misma una expresión cultural en sí misma), artísticos y, en este caso en particular, sexuales, o de manera más específica, de percepción del ejercicio de la sexualidad en sus muy diferentes ámbitos.

La clasificación del tercer capítulo no es casual ni tan arbitraria como pudiese parecer, fue el resultado de las observaciones de las temáticas más comunes y constantes que se encontraron, lo presentado en este trabajo es apenas una muestra.

En este aspecto de la sexualidad, resulta trascendente reflexionar el cómo el ejercicio de lo erótico, de lo sexual, ha cambiado en ciertos aspectos; el advenimiento la aparición del SIDA en la década de los ochenta conllevaría a percatarnos que el sexo mismo es un valor (moral) cambiante, y esta movilidad es más rápida de lo que nos llegamos a percatar, para empezar, recordemos que, por el otro extremo temporal, el surgimiento de la píldora anticonceptiva y los movimientos de libertad sexual y de reivindicación a la mujer llevó a

esta gran producción cinematográfica de lo erótico, prácticamente toda relación era válida como vemos en los ejemplos del capítulo tres, desde la infidelidad (muchas veces consensuada, por contradictorio que esto pueda parecer) hasta las relaciones incestuosas pasando por las relaciones con menores de edad.

Este punto es de consideración importante, sobre todo en estos tiempos de tanta corrección política, ya que si algo más hemos aprendido en esta investigación es que a la mujer (principalmente) adolescente se le consideraba ya como una persona sexualmente activa, el término de “hipersexualización” aplicado a estas personas era prácticamente inexistente; perspectiva impensable en nuestra sociedad post tiempos del SIDA. Sin embargo, por otro lado, resulta irónico que... *México ocupa el primer lugar entre los países de la Organización y Desarrollo Económicos (OCDE) en embarazos adolescentes con una tasa de 77 embarazos por cada mil mujeres y 60% de las adolescentes sexualmente activas, no utiliza ningún método anticonceptivo.* (Morales, Alberto. 2017), así esta visión proteccionista hacia las adolescentes resulta hasta cierto punto contradictoria, ya que, mientras que el adulto promedio busca proteger al joven, este no deja de ejercer su sexualidad. Queda este punto abierto y como una invitación a especialistas para futuras investigaciones de género.

Finalmente y a modo de quinta conclusión y la más importante, ya que sería el corazón de la presente tesis, que el tercer capítulo también nos muestra una relación más directa en cuanto a comunicación de la cartelera con el lector, todo un proceso dialéctico como se previsualizó desde el marco teórico, la cartelera se presentaba apelando a todo tipo de estrategias dentro del ámbito sexual, las imágenes sugerentes, los eslóganes y balazos publicitarios nada sugerentes en muchos casos y en muchos casos al engaño mismo al tratar de promover cintas que no eran eróticas como tales. La dialéctica se da en cuanto a que la cartelera fungía como idea primigenia, ofrecía un producto cinematográfico y artístico en primera instancia, el público funge como la antítesis, no necesariamente una oposición, finalmente la competencia entre tantas opciones a ver llevaría al espectador a cuestionarse lo que la cartelera le ofrecía y así llegar a la síntesis de este proceso de comunicación, la elección final y posterior juicio que el público pudiese tener del filme elegido.

Resumiendo todo esto, las conclusiones serían:

1. El estudio de la cartelera cinematográfica en los diarios es un tema que requiere de mayores estudios.
2. La cartelera cinematográfica de los diarios impresos en México era parte de un proceso comercial, de un complejo engranaje de interacción social y comercial.
3. La cartelera de los periódicos impresos sí era una herramienta importante para que el público aficionado eligiera que película ver.
4. Que era un reflejo de su tiempo, específicamente en cuanto a la percepción de la sexualidad en este caso en particular. Y...
5. Que recurría a diferentes estratagemas publicitarias apelando a las distintas variantes de la sexualidad y erotismo para lograr un proceso dialéctico entre el anunciante y el público consumidor que elegía ir al cine de esta manera.

Así que, respondiendo a la pregunta de investigación: **¿De qué manera se anunciaban las películas eróticas en la década de 1970 en los diarios impresos mexicanos?** Puedo concluir: Apelando tanto a la imagen como a los textos, adaptando acorde a la idiosincrasia mexicana en muchos casos y dirigiéndose de manera directa al potencial público; creando frases recurrentes y un vocabulario no muy extenso, pero sí preciso; luchando inclusive contra la censura de su época y los prejuicios de una sociedad católica y hasta cierto punto mojigata, pero apelando a su instinto y deseo por la sexualidad.

Es un tema fascinante con cientos de aristas que espero contribuya modestamente a conocer este apéndice de la historia de la cinematografía, porque, aunque las carteleras cinematográficas de los diarios ya no existen prácticamente, sí existe el hábito, el ritual de asistir al cine, la cartelera fue parte importante de este rito, queda ahí para que conozcamos la base de este ritual, ¿y por qué no? para nuestro disfrute.

Ignacio A. Loranca Frontana
Universidad Iberoamericana
Ciudad de México
Noviembre del 2017

AGRADECIMIENTOS

Un trabajo como este no puede realizarse totalmente solo, y aunque uno investiga, escribe, delimita, toma fotografías, selecciona y... En fin, realiza mil y un actividades para que el trabajo quede terminado lo mejor posible, sería presuntuoso e ingrato no reconocer a aquellas personas que estuvieron a mi lado y contribuyeron a que este trabajo haya quedado mejor de lo que imaginé.

Quiero agradecer primero que nadie a mi directora de tesis, la **Doctora Julia Emilia Palacios Franco**, quien siempre estuvo al pendiente de este trabajo, su contribución fue valiosísima con sus sabios consejos, su guía, sus regaños (que fueron los menos) y sobre todo por haberse contagiado de mi pasión por estudiar la cartelera cinematográfica hicieron de ella más que una guía, una cómplice, no pude estar en mejores manos.

A mis lectores **Maricela Portillo Sánchez** y **Juan Gabriel Solís Ortega**, de quienes tuve también la fortuna y el placer de ser su alumno además y cuyos acertados comentarios y críticas contribuyeron a que este trabajo fuera mucho más maduro e interesante de lo que tenía contemplado.

A **Danny Escoto**, por decir siempre que sí y por interesarse, desinteresadamente, por esta tesis y sobre todo por mi persona.

Al Doctor **Edwin Culp Morando** por interesarse desde un principio en este trabajo y sobre todo por darme su voto de confianza al aceptarme en la Maestría.

A la Doctora **Sylvia Gutiérrez**, por tomarme de la mano y hacer de este Filósofo un Comunicólogo en ciernes. Sus comentarios y observaciones de forma del presente trabajo mejoraron mucho gracias a ella.

A mis profesores de la Maestría, destacando a los Doctores y Maestros **William Brinkman-Clark**, **Cecilia Aguilar Castillo**, **María Elena Meneses**, **Erick Fernández**, **Jerónimo Repoll**, **José Rosalío Gutiérrez Razura** y **Salvador Sánchez-Gutiérrez**.

A mis amigos y compañeros de Maestría, en especial a **Israel Morales Nava**, quien se convirtió en un gran amigo y nos juntamos ahora para contar e inventar mentiras, a

Jorge Badillo Nieto, quien desde el primer día se mostró amable y generoso, a **Yolanda Sanz**, **Camilo Pardo** y **Carlos Fuentes**; a **Mariana Molina**, por los comics y las series de T.V. A **Claudia Arruñada**, **Giovanni Valderrama**, **Viana Jaraba**, **Misael Isidro González** y **Jessica Storms**. Y especialmente a **Doris Vega** por ser mi amiga y secuz de aventuras (¡Te quiero, niña!); a **Xochipilli Tovar** por sus pláticas y apoyo y a **Andrea Gómez** por ser también una gran amiga e inspiración.

También quiero agradecer a la **Universidad Iberoamericana** por acogerme cuando más lo necesitaba y convertirse en un segundo hogar. Al **Conacyt**, por todo su apoyo y por creer también en este proyecto, espero que este trabajo compense su gran ayuda.

A mi madre, **Cecilia Frontana Guerrero** por creer siempre en mí, ser mi guía y apoyo en todo momento; a mi hermano **Edgardo Loranca Frontana** por apoyarme también en todo momento y estar a mi lado cuando más lo he necesitado.

Quiero dar también las gracias a **Juan Carlos Hernández** (Angel Pethka) por ser mi amigo, maestro y alumno en esa aventura que es la vida, ¡Muchas gracias por la recomendación!

A **León Márquez Ortiz** y a **Juan Javier Gómez Sánchez**, mis “elders”, testigos presenciales y vivenciales de la década de 1970, a quienes su cacumen, comentarios y ayuda sirvieron para definir y contrastar mucha información.

A los miembros de los grupos **¡Cacarooo! Los antiguos cines dela ciudad de México** y **El Cinito del Tío Nacho**, quienes de manera desinteresada contribuyeron brindándome retroalimentación e información, dándole vida al proporcionar visiones en primera persona.

A mi querido amigo y hermano por elección **Oscar Stalin López Barrientos** quien tuvo que partir de manera muy anticipada y contra su voluntad a la mitad de esta aventura; pero que siempre estuviste a mi lado mostrándote orgulloso de mis logros desde que teníamos once años. Te extraño mucho.

Y finalmente, a un amigo muy especial: **Mauricio Rangel Jiménez**, no sólo por ser también mi lector suplente, sino por ser antes que nada mi amigo. Sin tu guía, sin tu

apoyo, consejos, regaños y porras mi vida habría tomado un camino muy diferente (y no creo que habría sido uno más emocionante y mejor que este), ¡fue espectacular!

Gracias a todos de nuevo.

Ignacio A. Loranca Frontana

Noviembre del 2017.

REFERENCIAS

- Agustín, José. (1992). **Tragicomedia Mexicana 2. La vida en México de 1970 a 1988.** Editorial Planeta Mexicana S.A. de C.V. 1ª. Reimpresión en Booket. México. Junio de 2007. (Se ocupó también la versión Kindle)
- Alberoni, Francesco. (1986). **El erotismo.** Editorial Gedisa. S.A. 1ª. Edición en “Biblioteca Alberoni”: Barcelona. 2006.
- Alfaro Salazar, Francisco Haroldo y Alejandro Ochoa Vega. (1997). **Espacios distantes...Aún vivos. Las salas cinematográficas de la ciudad de México.** Universidad Autónoma Metropolitana. Segunda Edición. México. 2015.
- Amador, María Luisa y Jorge Ayala Blanco. (1988). **Cartelera Cinematográfica 1970-1979.** Coordinación de Difusión Cultural. UNAM. 1a. Edición. México. 1988.
- Barradas Gurruchaga, Andrés. (2015). **Cuatro sexenios y un cine dorado. Breve reseña político-cinematográfica de México (1934-1958).** Tecnológico de Monterrey. 1ª. Edición. México. 2015.
- Benjamin, Walter. (1935) **La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.** Editorial Itaca. 1ª. Edición. México. 2003.
- Buck-Morss, Susan. (1977). **Origen de la dialéctica negativa. Theodor W. Adorno, Walter Benjamin y el Instituto de Frankfurt.** Eterna Cadencia Editora. 1ª. Edición. Buenos Aires. 2011.
- Delgado Mendoza, Dan de Jesús. (2013) **¿Es la publicidad una industria cultural?** En Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate. Covi Druetta, Delia. [et. al] UNAM. 1a. Edición. México. 2013.
- Freixas, Ramón y Joan Bassa. (2005). **Cine, erotismo y espectáculo. El discreto encanto del cine en la pantalla.** Ediciones Paidós Ibérica. 1ª. Edición. Barcelona. 2005.
- García Canclini, Nestor. (1979). **La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte.** Siglo XXI Editores. Sexta Edición. México. 1998.
- García Riera, Emilio. (1999). **Breve historia del cine mexicano. Primer Siglo 1897-1997.** Instituto Mexicano de Cinematografía. 1ª. Edición. México. Enero de 1999.
- Garrido, Felipe. (1996). **Luz y sombra. Los inicios del cine en la prensa de la ciudad de México.** Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.. 1ª. Edición, México. 1997.
- Heller, Steven.(2006). **Los años setenta: nada que ver con los sesenta.** En The Golden age of advertising – the 70s. 1st.Edition. Colonia, Alemania. 2006.

- Horkheimer, Max y Theodor W. Adorno (1969). **Dialéctica de la Ilustración**. Editorial Trotta. S.A. Colección Estructuras y Procesos. Serie Filosofía. 3ª. Edición. Madrid. 1998.
- Jiménez Izquierdo. (2011). **Avándaro. Una leyenda**. Eridu Producciones. Sin número de edición. México. Noviembre de 2011.
- Matterlat, Armand y Michéle Matterlat. **Historia de las teorías de la comunicación**. Editorial Paidós. Sin número de Edición. Barcelona. 2005
- McElwee, John. (2017). **The art of selling movies**. Goodknightbooks, an imprint of Paladin Communications. First Edition. Pittsburg, Pennsylvania. 2017.
- Pelayo Rangel, Alejandro. (2005). **El cine mexicano en los años ochenta: La generación de la crisis**. Tesis para grado de Doctorado. Universidad Nacional Autónoma de México. México. 2005.
- Rodríguez González, Félix (2011). **Diccionario del sexo y el erotismo**. Alianza Editorial, S.A. Sin número de edición. Madrid. 2011.
- Rosas Mantecón, Ana. (2017) **Ir al Cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas**. Gedisa Editorial y Universidad Autónoma Metropolitana. 1ª. Edición. Ciudad de México, México. Febrero de 2017.
- Vankin, Jonathan; Et. Al. (2000). **The Big Book of The '70s**. Paradox Press, 1st. Edition. New York, 2000.

Periódicos:

Al ser esencialmente ésta, una investigación hemerográfica que abarca toda una década, resultaría ser una labor extenuante el transcribir todos los diarios que se emplearon para esta investigación, para esto, en cada imagen o cartelera empleada se transcribe a modo de pie de foto la fuente original. Baste señalar aquí que se emplearon principalmente los diarios Excélsior, El Universal y Novedades de la década de 1970.

Sólo se agregarán aquí los diarios en los que se dio alguna cita específica.

- ---- (1972). **Angélica María se decidió**. Excélsior. Sección cartelera cinematográfica. 22 de Octubre de 1972.
- Hillos, Carl. **Guillermo Calderón confía en que autoricen a Las Ficheras**. Novedades. Sección espectáculos. 22 de octubre de 1972.
- Uriza, Jorge. (1972). **203,681 Butacas en los Cines de la Capital**. Novedades. Sección espectáculos. 4 de agosto de 1972. México.

Revistas:

- Aviña, Rafael. Navar, José Xavier & Yehya, Naief. (Junio de 1995). **Un ritual cinematográfico**. Somos Especial N.4. México.

- Bolaño, César. (2006) **Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación.** CIC Cuadernos de Información y Comunicación. 2006, Vol. 11. Universidad Complutense. Madrid. 2006
- Devi Prasad, B. (2008). **Content Analysis. A method in Social Science Research.** [Ardchivo PDF] Research methods for Social Work, New Delhi. 2008. Recuperado de:
<http://www.css.ac.in/download/Content%20Analysis.%20A%20method%20of%20Social%20Science%20Research.pdf>
- Fernández Chaves, Flory. (2002). **El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación.** Revista de Ciencias Sociales (Cr). Junio 2002. San José, Costa Rica.
- Freyman, Regina. (2011). **Geografía y lenguaje erótico.** Revista Razón y Palabra, vol. 16, núm. 77. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México. Agosto/Octubre, 2011.
- Leñero, Vicente. **El atentado contra Excélsior.** Revista Proceso. Edición especial 40 años El atentado contra Excélsior. Ed. Proceso. México. Julio del 2016.
- Moore, Paul. S. (2005). **Everybody's Going: City Newspapers and the Early Mass Market for Movies.** City & Community 4:4 December 20015. American Sociological Association, 1307 New York Avenue, NW, Washington DC.
- Rivera, Babel. (2016). **Del gznate a los nachos: delicatessen en butaca. Algarabía. Léeme y sabrás N.142.** Editorial Otras Inquisiciones, S.A. de C.V. Julio 2016. México.
- Wasko, Janet (2004) **La economía política del cine.** CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. 2006, vol. 11. Universidad Complutense. Madrid. 2006.

Páginas Web:

- ---- (Sin Fecha). **Campbell's Soup cans.** Moma Learning.
https://www.moma.org/learn/moma_learning/andy-warhol-campbells-soup-cans-1962.
- ---- (Sin Fecha). **¡Cacarooo! Los viejos cines de la ciudad de México.**
<https://www.facebook.com/groups/171397442903032/?fref=ts>
- ---- (Sin Fecha). **El Cinito del Tío Nacho.**
<https://www.facebook.com/groups/797063983686748/?fref=ts>

- ---- (Sin Fecha). **Film Reference. Fundamentals of film advertising.** <http://www.filmreference.com/encyclopedia/Independent-Film-Road-Movies/Publicity-and-Promotion-FUNDAMENTALS-OF-FILM-ADVERTISING.html>
- ----. (1999). **La ley de Herodes.** Películas del cine mexicano. http://cinemexicano.mty.itesm.mx/peliculas/ley_herodes.html
- --- (Sin Fecha) **Pubertinaje.** IMCINE. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/pelicula2345>
- --- (Sin fecha) **Lolita Styles.** Lolita Fashion Wiki. http://lolitafashion.wikia.com/wiki/Category:Lolita_Styles
- ----. (2010). **Los Ramírez. Una vida de película.** Los amos de México. <http://losamosdemexico.blogspot.mx/2010/10/los-ramirez-una-vida-de-pelicula.html>).
- ----. (Sin Fecha). **File. Arizona-Republic-1914-08-03-Our-Mutual-Girl-Review.** JPG. The Arthur Conan Doyle Encyclopedia. Recuperado de: <https://www.arthur-conan-doyle.com/index.php?title=File:Arizona-republic-1914-08-03-our-mutual-girl-review.jpg>
- ----. (Sin Fecha) Everything you always wanted to know about sex *But were afraid to ask (1975) Trivia. Recuperado de: http://www.imdb.com/title/tt0068555/trivia?ref=tt_trv_trv
- Bastarrachea, Edmundo. (17 de junio del 2016) **Los orígenes del cine de ficheras.** Algarabía. Recuperado de: <http://algarabia.com/desde-el-palco/los-origenes-del-cine-de-ficheras-2/>
- Carmona, Doralicia. (Sin Fecha). **Genaro Vázquez forma una guerrilla rural.** <http://www.memoriapoliticademexico.org/Efemerides/11/14111968.html>. Recuperado el 15 de abril del 2017).
- García, Gustavo y Antonio Saborit. (1 de febrero de 1979). **Nexos. La industria de las palomitas. El cine en 1978.** Recuperado de: <http://www.nexos.com.mx/?p=3279>
- León Zaragoza, Gabriel. (Sin Fecha). **Entre erotismo y pornografía no existe diferencia alguna, afirma Nacho Vidal.** Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2005/05/31/index.php?section=espectaculos&article=a12n1esp>

- Morales, Alberto. (27 de junio del 2017) **México ocupa primer lugar en embarazos adolescentes entre países de la OCDE.** El Universal. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2017/06/27/mexico-ocupa-primer-lugar-en-embarazos-adolescentes-entre-paises>
- Morata, Rafael (Sin Fecha). **La pasión según Berenice (Jaime Humberto Hermosillo, 1976)** El cine por delante. Recuperado de: <https://rafamorata.com/elcinepordelante/la-pasion-segun-berenice-jaime-humberto-hermosillo-1976/>
- Sánchez Villagrán, Eduardo. (30 de Mayo 2012). **Revista Cinefagia. La censura en el cine mexicano, un vistazo a través del tiempo (3ª. Parte).** Recuperado de: <http://www.revistacinefagia.com/2012/05/la-censura-en-el-cine-mexicano-un-vistazo-a-traves-del-tiempo-3a-parte/>
- Styletano, Marcelo. (20 de agosto del 2017). **Murió Jerry Lewis. El comediante signado por los extremos.** La Nación Espectáculos. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/2055044-murio-jerry-lewis-el-comediante-signado-por-los-extremos>
- U'ren, Christine. (2016). **Women's suffrage and the movie people.** Recuperado de: <http://sfsilentfilmfestival.blogspot.mx/2016/11/womens-suffrage-and-movie-people.html>