



*Metáforas al aire*,  
núm. 5, julio-diciembre, 2020.  
pp. 142-151  
ISSN: 2594-2700

# Momento de transición: Cine, medios de comunicación, urbanización y productos culturales en la ciudad de México (1960-1970)

Marlen Roman Carrillo\*

Resumen:

*El periodo conocido como “cine de oro” abarca, según diferentes posturas, desde la década de 1930 hasta 1960. A partir de la década de los sesenta la crítica al cine como arte e industria imploraban la renovación del mismo para volver a colocar a México como un país productor de “cine de calidad”. En este trabajo se explora el contexto de dicha industria para entender mejor las problemáticas que se desprenden de ello.*

*Este tipo de trabajos intentan revalorar la construcción de un contexto, su problematización y nuevas perspectivas a partir del mismo. Me centro en el proceso de urbanización de la ciudad de México, los nuevos públicos y los medios de comunicación masivos del periodo.*

\* Egresada de Maestría en Humanidades  
en el Centro Interdisciplinario de  
Investigación en Humanidades  
del Instituto de Investigación en  
Humanidades y Ciencias Sociales,  
Universidad Autónoma del Estado de  
Morelos.

Palabras clave: cine mexicano, cine de oro, radio, cine, televisión, urbanidad, ciudad de México, contexto, medios de comunicación.

Hacia 1960, la ciudad de México era lugar fértil para realizar estudios sobre la historia de los medios de comunicación, para el estudio del periodismo y las ciencias de la

comunicación, primero por la construcción de centros de investigación y espacios para la difusión cultural y por el incremento en el nivel educativo de algunos sectores;<sup>1</sup> en segundo lugar, las transformaciones en la industria cinematográfica que posibilitaron la crítica a la misma y que permitieron repensar su relación con el Estado mexicano.

En este trabajo –que forma parte de una investigación más amplia– se muestra el fortalecimiento de la clase urbana en la capital, integrada por diferentes grupos sociales entre ellos el sector juvenil universitario. Además, se demuestra que dentro de las transformaciones en la vida cotidiana de los habitantes del centro del país tenemos la incorporación de la televisión como un nuevo medio de comunicación que cambió la forma en que el público, o los públicos, interactuaban con los productos culturales.

Me interesa reconstruir el contexto histórico que rodea a los medios de comunicación de nuestro periodo de estudio, el cual no debe ser omitido a la hora de estudiar los *mass media*.

La capital del país vivió un proceso de urbanización sin precedentes, la población urbana se incrementó hasta separarse de la población rural que había sido la dominante hasta 1960. En la ciudad de México se comenzaron a construir importantes obras arquitectónicas con vías de comunicación modernas tales como centros de entretenimiento en plazas comerciales; se amplió la posibilidad de acceder a créditos para la compra de electrodomésticos, lo que se equipara con el estilo de vida norteamericano aplicado al centro de nuestro país.<sup>2</sup> Se transitaba, al menos en la capital, hacía el “progreso” y la “modernidad” material, configurándose como centro político y económico importante por su desarrollo en infraestructura y en comunicaciones, comparándose con otras capitales del mundo como Nueva York, Londres o París. Sin embargo, no todos los habitantes accedieron a los bienes de consumo o la oferta de las industrias culturales porque esta posibilidad dependió de su nivel adquisitivo. A su vez, “influyen las dificultades de acceso a los centros culturales y la disponibilidad desigual del tiempo necesario para llegar a ellos” (García 26).

En cuanto a crecimiento demográfico, a través de campañas de salud pública y con la promesa de la “unidad nacional” bajo el Estado rector que se afianzó desde la década de 1940, la población total de la República Mexicana en dicho periodo llegó hasta los 19,653,552 habitantes. En

<sup>1</sup> Néstor García Canclini hace referencia a la multiculturalidad de los asentamientos urbanos de la ciudad de México, producto de la migración, del capital cultural y de la presencia de los medios de comunicación masivos. Véase: Néstor García Canclini. “El ritual de la protesta en las marcas urbanas”. *Cultura y comunicación de la ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios*, vol. II. México: Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)/Grijalbo, 1998, pp. 26-83.

<sup>2</sup> Me refiero a la construcción de la Torre Latinoamericana sobre parte del Convento de San Francisco que se terminó de construir en el año de 1956; el fraccionamiento Ciudad Satélite de 1957; la llegada de tiendas de autoservicio como Sears (1947) y su expansión a toda la república a partir de 1955. La construcción de autopistas y avenidas continuas que comunicaran a la ciudad como la ampliación del Anillo Periférico en 1964 o el inicio de las obras del Sistema de Transporte Colectivo en 1967. Véase más en: Alicia Hernández Chávez. *México. La búsqueda de la democracia, 1960-2000*, t. 5. España: Taurus, 2012.

## Los jóvenes fueron vistos como consumidores fundamentales tanto para el cine, como para la radio y la televisión.

1950 eran 25,791,017 y, para 1960, eran 34,92,129 habitantes. De ese total, la población de jóvenes entre los 15 y 29 años en 1960 era de 8,987,229 ("Indicadores...", Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [Inegi] 3).<sup>3</sup> Para la década de los sesenta, la ciudad de México contaba con una población total de 4,870,876 millones de habitantes.<sup>4</sup> Se estima que la población total de jóvenes en la ciudad de México entre 15 y 29 años era de cerca de 1,317,489 a inicios de 1960. Para 1970, en ese mismo rango de edad, la población oscilaba entre el 1,995,699 de jóvenes. Finalmente, en la década de los ochenta dicha población se incrementó a los 2,797,464 millones ("Censo...", Inegi).

A inicios de 1960, sólo 89,241 tenían acceso a la educación profesional ("Censo...", Inegi), esto significa que aproximadamente el 1.8% de la población de la ciudad de México contaba con estudios profesionales. Para la década de los setenta, la población total es de 6,874,165 millones de habitantes de los cuales el 3.7% contaba con educación superior. Estas cifras demuestran el crecimiento poblacional urbano, el afianzamiento de la clase media capitalina y esto también puede tener relación con el incremento en la matrícula de estudiantes en el nivel superior. El aumento en el número de estudiantes con instrucción profesional pudo deberse a dos factores: primero la creación de centros de educación universitaria y, sobre todo por la demanda educativa por parte de la clase media urbana de la segunda mitad del siglo xx. No obstante, siempre hay sectores que, por la falta de recursos, no podían acceder a la educación profesional.

Lo que llamo profesionalización del cine, que no es más que la incorporación del cine como oferta educativa en las universidades de la ciudad de México, va de la mano con el creciente mercado juvenil de la ciudad de México y el incremento en la matrícula de estudiantes universitarios, las tensiones entre lo que se considera "la cultura tradicional mexicana" y los movimientos culturales internacionales, así como con las transformaciones políticas y económicas. Los jóvenes fueron vistos como consumidores fundamentales tanto para el cine, como para la radio y la televisión. Este sector social consumió el modo de vida norteamericano que comenzó a importar la idea de

<sup>3</sup> De la población total de 1960, se estima que 17,705,118 pertenecían al sector urbano, mientras que 17,218,011 se encontraban en el sector rural.

<sup>4</sup> De ese porcentaje, 4,666,028 eran población urbana, mientras que 204,848 eran población rural. Lo que significa que la ciudad de México contaba con el 95.79% de población urbana.

juventud, junto a referentes cinematográficos, hitos musicales y/o actrices y actores miembros del *star system* norteamericano.<sup>5</sup> A finales de la década de los cincuenta "muchos jóvenes comenzaron a actuar de manera ajena a los patrones observados por la generación de sus padres. Este cambio originó una prolongada discusión sobre ser y el deber ser del joven, al que todavía era difícil de advertir como un sujeto social" (*La cultura...*, Pérez 194).

En este periodo, se establecieron formas de ser joven que, en gran medida, dependieron del nivel socioeconómico y del capital cultural de procedencia. Los comportamientos evidenciaron la articulación del sector social juvenil gracias, por una parte, al impacto de la cultura norteamericana, pero, sobre todo, por la urbanización de la ciudad y al fortalecimiento de la periferia. Los medios de comunicación explotaron el surgimiento o fortalecimiento de este sector, ofertando espectáculos y mercancías para los jóvenes de la ciudad de México (García 213).<sup>6</sup> Podemos decir que se afianzó la sociedad de consumo característica de la segunda mitad del siglo xx, mientras que, dentro del México, se consolidó la hegemonía de la capital respecto del país, se construyó la representación lo que se considera es la "cultura tradicional mexicana" apegada al nacionalismo. Ésta estaba compuesta en mayor medida por elementos que apelan a tradiciones culturales de finales del siglo xix e inicios del siglo xx, como la vestimenta que se empezó a reconocer como "típica", la música y la gastronomía regional y elementos de la mexicanidad que gran parte de las cintas de la "época de oro del cine mexicano" incluyeron en su narrativa.

El aprovechamiento de la juventud, como un sujeto y agente comercial en proceso de construcción, y el incremento en la oferta de nuevos espectáculos me permiten abundar en lo antes dicho sobre la "crisis" del cine mexicano, la cual obedece a otros factores como la demanda de la novedad y el abandono o la toma de distancia respecto de, lo que se cree, pertenece a otra generación. En la novela *Las batallas en el desierto*, publicada en 1981, José Emilio Pacheco menciona el uso de palabras y expresiones procedentes del inglés que "primero sonaban como pochismos en las películas de Tin Tan y luego insensiblemente se mexicanizaban" (Pacheco 11).<sup>7</sup> El sector juvenil educado de la ciudad, incorpora maneras de hablar, vestir y adquirir referentes de acuerdo con sus expectativas. También

<sup>5</sup> Por ejemplo, el actor estadounidense James Dean o la actriz Marilyn Monroe que interpretaron personajes icónicos en la cultura pop estadounidense y quienes sirvieron de referentes para ciertos sectores sociales en México y/o América Latina.

<sup>6</sup> El cine, la música y las series de televisión norteamericanas crearon "nuevas modas en el comportamiento, el atuendo y la música de una ominosa juventud 'rebelde'". Emilio García Riera. *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo: 1897-1997*. México: Instituto mexicano de cinematografía, Ediciones MAPA, 1999. p. 213.

<sup>7</sup> Pacheco menciona la promesa del bienestar social y del porvenir utópico, la sociedad (se augura) transitará hacia la prosperidad de la mano del progreso y la modernización.

está al día de lo que sucede en su propio contexto y en el escenario mundial, obviamente tienen las limitaciones del acceso a la información propias de la época, ya sea por la intromisión del Estado o por no poder acceder a la información. No obstante, podemos decir que tienen más contacto con los medios de comunicación masivos que les proporcionan una "alternativa", aunque, a fin de cuentas, eran productos dentro del mercado hecho para ellos.

A su vez, en este periodo de conformación de la juventud en tanto actor social, comenzó a darse un fenómeno que José Agustín reconoce como *contracultura*.

La contracultura abarca toda una serie de movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, colectivos, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional. Por otra parte, por cultura institucional me refiero a la dominante, dirigida, heredada y con cambios para que nada cambie, muchas veces irracional, generalmente enajenante, deshumanizante, que consolida el *status quo* y obstruye, si no que destruye, las posibilidades de una expresión auténtica entre los jóvenes, además de que aceita la opresión, la represión y la explotación por parte de los que ejercen el poder, naciones, corporaciones, centros financieros o individuos. (213-214)

<sup>8</sup> Véase: Ariel Rodríguez Kuri. "El lado oscuro de la luna: el momento conservador en 1968". *Conservadurismo y derechas en la historia de México*. México: Fondo de Cultura Económica/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2009.

<sup>9</sup> El término "rebelde sin causa", trata de invalidar cualquier descontento social y cualquier tipo de expresión juvenil, porque no se consideran urgentes las demandas de los jóvenes, sobre todo si atentaban contra el Estado heredero de la Revolución Mexicana. Este Estado, con todo y sus graves fallas sociales, políticas y económicas, estaba investido por el aura revolucionaria y, ante el peligro de una guerrilla o levantamiento armado, el Estado tenía que actuar como protector de la paz y la unidad nacional. Además, dentro del contexto de la Guerra Fría y la amenaza comunista, las manifestaciones en México y las luchas sociales en diferentes regiones del país (por ejemplo, las guerrillas rurales de la década de los setenta), fueron una amenaza para el Estado mexicano, que respondió de forma represiva, en un periodo que se conoce como Guerra sucia (1954-2000). Pérez Montfort menciona la influencia de la película protagonizada por James Dean, *Rebelde sin causa* de 1955, subraya que "a mediados de 1957 estos jóvenes [muchos de ellos infractores y delincuentes juveniles] fueron bautizados por la opinión pública como rebeldes sin causa en alusión a la película del mismo nombre que fuera estrenada en la Ciudad de México en agosto de 1956. Se llegó incluso a hablar de rebeldismo sin causa como un mal social que ponía en riesgo a las nuevas generaciones de mexicanos, y que vivían claramente bajo las modas norteamericanas" (*La cultura...*, Pérez 195).

Para finales de la década de los sesenta, cuando cierto sector "conservador"<sup>8</sup> de la sociedad mexicana de la ciudad de México, mostró su lado más represivo en contra del Movimiento Estudiantil de 1968, al solicitarle al presidente la aplicación de la "mano dura" ante comportamiento juvenil. Se exhortó a los padres a corregir el comportamiento de sus hijos desde casa, calificando de "rebeldes sin causa" (*La cultura...*, Pérez 195)<sup>9</sup> a quienes gustaban de romper las reglas o seguir otro tipo de comportamientos o "modas". Por un lado, se encontraba la incapacidad del Estado para hacer frente las protestas estudiantiles y, también, para ofrecer una alternativa real para el sector juvenil, pues el discurso revolucionario resultaba ajeno a los intereses, expectativas y realidades de los jóvenes.

Por otro lado, las consideradas "nuevas modas" procedentes del extranjero, sobre todo de Estados Unidos, comenzaron a definir prácticas de la juventud mexicana, generando

malestar en sectores más tradicionales o nacionalistas (198).<sup>10</sup> El choque entre el comportamiento de los adultos, herederos de un proyecto revolucionario, que crecieron durante el periodo de afianzamiento del Estado mexicano y de construcción de una "mexicanidad", y el sector juvenil, provocó tensiones y la posterior represión del movimiento estudiantil de 1968 que cambió profundamente la relación del Estado y los jóvenes. Como ya vimos, una de las estrategias para continuar mexicanizando a la población, llegó de manos del grupo Televisa, empresa que desde su fundación en 1973 promovió espectáculos para "toda la familia mexicana" e incorporó la programación referente a la "cultura mexicana", la Revolución Mexicana y, sobre todo, se hizo referencia al periodo de institucionalización del Estado mexicano con la exposición de películas de la "época de oro del cine mexicano".<sup>11</sup>

Con lo anterior, se puede decir que, entre el surgimiento del mercado juvenil, como una parte importante de la sociedad mexicana, y la presencia de la generación que se educó durante la posrevolución, surgieron tensiones entre ambas generaciones porque las industrias culturales exploran e introducen ropa, bailes, música y formas de ser diferentes para cada generación. Para la década de los setenta durante el sexenio de Luis Echeverría (1970-1976), se impulsó nuevamente la creación de filmes con temáticas nacionalistas, esto con la finalidad de seguir legitimando al Estado mexicano (que transitaba por un periodo de crisis social, política y económica) frente a las audiencias.

Hacia 1970 la fórmula propagandística del nacionalismo, aplicada durante las décadas de los treinta a los setenta no funcionaba de la misma manera puesto que el contexto nacional e internacional había cambiado. Podemos decir que algunos de los críticos e historiadores del cine mexicano como Emilio García Riera, Jorge Ayala Blanco y Aurelio de los Reyes encontraban en el cine de la década de los setenta una repetición de fórmulas desgastadas y, a su vez, convivieron con el "cine de autor porque no le era suficiente la cinematografía comercial dominada por Hollywood y los melodramas mexicanos" (Zermeño 253). Por lo tanto, la existencia de investigaciones sobre cine que contienen elementos que hacían referencia o señalaban la "mala calidad" del cine que se hacía hasta ese

<sup>10</sup> El uso de ropa como chamarras de piel y/o la minifalda, la utilización de cortes de cabello que resultaban "extravagantes", la música, las formas y lugares donde los jóvenes podían socializar, etc. Estos elementos evidencian la ruptura simbólica con la generación anterior al baby boom. Véase: *La cultura...*, Pérez 198.

<sup>11</sup> La programación del Canal 2 y el Canal 5 contó con representaciones temáticas que exaltaban el folclore, la mexicanidad y la cultura de México desde 1973. La programación de la televisión mexicana se incluía en la sección de espectáculos de los principales diarios y periódicos de la ciudad de México desde 1970.

momento, y/o subrayaban la crisis del cine mexicano, se debe a que existe un referente inmediato con la "época de oro". Pero ¿a qué se refieren con hacer un "cine de calidad"? ¿Cómo se excusa la formación de nuevas perspectivas cinematográficas?

Ahora bien, si de algo ha adolecido el cine mexicano es del fluctuante apoyo estatal. Desde la llamada "época de oro", sobre todo a partir de 1940, la industria cinematográfica mexicana padeció las consecuencias de la falta de apoyo estatal que se puede evidenciar en el cierre de salas y, poco a poco, en el paulatino abandono del público consumidor de cine nacional. Uno de los factores determinantes para el deterioro de esta industria fue el arribo de la televisión como el medio de comunicación emergente que, desde 1950, comenzó a adquirir popularidad en Estados Unidos y, para 1960, llegó a México impulsada por el *american way of life* (con sus respectivas adecuaciones a la cultura y la sociedad mexicana de mediados del siglo xx) de la mano de las inversiones de empresarios como Emilio Azcárraga Vidaurreta o Rómulo O'Farril.<sup>12</sup>

El análisis de las transformaciones en el cine y de la televisión a partir de la década de los setenta permite estudiar cómo se entrelazan dos medios de comunicación específicos y, en este caso, cómo es que se forma una memoria cinematográfica de México en torno al concepto de "cine de oro" mexicano. La televisión surgió en México en la década de los cincuenta, pero no fue hasta la década de los ochenta cuando se popularizó y devino en un medio de comunicación masiva. A través de esas décadas se fue perfeccionando y popularizando, sobre todo en los centros urbanos como lo es la ciudad de México.

Con la unión del Canal 2, el Canal 4 y el Canal 5, en 1954 surge el grupo Telesistema Mexicano (TSM), los fundadores fueron el empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta, el empresario Rómulo O'Farril y el ingeniero Guillermo González Camarena.<sup>13</sup> La expansión empresarial de Emilio Azcárraga, que tenía negocios e inversiones en la construcción, el cine, la radio y la televisión, aunado al fortalecimiento de Telesistema Mexicano, la creación de la cadena llamada Televisión Independiente de México (TIM)<sup>14</sup> en 1965 y la fusión de éstas últimas cadenas televisivas dieron como resultado la creación de la empresa Televisa en enero de 1973 (Bohmann 115).

<sup>12</sup> Me ayudo de la obra de Karin Bohmann cuando habla sobre el mercado de la radio, la televisión y la expansión industrial de Emilio Azcárraga Vidaurreta. Véase: Karin Bohmann. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Patria, 2a ed., 1994.

<sup>13</sup> Desde 1950 se obtuvieron las primeras concesiones televisivas en México, el primero en recibirla fue Rómulo O'Farril para el Canal 4 (XHTV-TV), en 1951 la consiguió Emilio Azcárraga con la concesión para el Canal 2 (WXE-TV). Guillermo González Camarena consiguió la concesión para el Canal 5 (XHGC-TV) en 1952. Para 1954 se fusionaron el Canal 2 y el Canal 5, fundaron Telesistema Mexicano, realizando transmisiones simultáneas. En 1955 fundaron la sociedad Teleprogramas de México para exportar su programación a países hispanohablantes (Bohmann 87-121).

El hijo de Emilio Azcárraga Vidaurreta, Emilio "El Tigre" Azcárraga Milmo se dedicó a supervisar la producción, distribución y venta de programación del Telesistema Mexicano, coadyuvando en los proyectos de su padre sin ocupar, aún, un lugar central en las negociaciones. Véase: Claudia Fernández y Andrew Paxman. *El Tigre. Emilio Azcárraga y su Imperio Televisa*. Trad. Sandra Strikovsky. México: Penguin Random House, 2016.

<sup>14</sup> Televisión Independiente de México fue una cadena de televisión comercial conocida como la estación XET-TV Canal 8, creada en 1965 por el Grupo Monterrey dirigido por el empresario Bernardo Garza Sada.



El grupo Televisa fue uno de los monopolios que se fortaleció desde su fundación por ser la unión entre empresarios de diferentes rubros, lo que permitió tener la solidez necesaria para invertir en el desarrollo y la infraestructura de la empresa.

Durante el sexenio de Luis Echeverría (1970-1976), según Karim Bohmann, se intentó nacionalizar la radio y la televisión mediante la Ley Federal de Radio y Televisión, se pretendió dar una apertura democrática pues el Estado no regulaba los contenidos de la televisión regidos por intereses comerciales de Azcárraga (115). Sin embargo, el Estado mexicano no logró crear un canal que compitiera o restara poder a estos empresarios televisivos. Ésto demuestra el interés en este medio de comunicación por parte de la clase política y empresarial, ya que la televisión se fue incorporando paulatinamente a los hogares mexicanos por su afianzamiento como un espectáculo familiar y privado. Por otra parte, esta creciente notoriedad de la televisión cambió las prácticas de consumo de espectáculos, por lo que ir al cine dejó de ser una actividad tan atractiva en comparación con la década de los cuarenta.<sup>15</sup> En 1960 inició el periodo de expansión de la televisión y es también cuando los investigadores del cine escriben sobre lo que se va a entender como "cine de oro", es decir, su contexto mediático está cambiando, dejando atrás la "era dorada" del cine para dar paso a lo que hoy conocemos como la "época dorada" de la televisión mexicana: la década de los ochenta.

En este breve trabajo se mostraron los elementos que integran el contexto posterior a la "época de oro" de cine mexicano. Como mencioné en un inicio, esta breve contextualización forma parte de una investigación más amplia en la que me centro en el concepto de "cine de oro" mexicano. En dicha investigación, me pareció importante hacer énfasis en el contexto (o los contextos) que rodean a un acontecimiento histórico pues al momento de analizar ciertos medios de comunicación o productos culturales, no se debe obviar y/o omitir lo que rodea al hecho en sí. Vemos que la transición hacia la década de los sesenta implicó rupturas, críticas y el surgimiento de nuevos discursos que trataran de explicar qué sucedía con los medios de comunicación en ese momento. En el caso particular del cine, la crítica se centró en retomar el camino de éxitos que el "cine de oro" había marcado, muchas veces pasando por alto el contexto de producción del cine mexicano durante los sesenta.

**En el caso particular del cine, la crítica se centró en retomar el camino de éxitos que el "cine de oro" había marcado, muchas veces pasando por alto el contexto de producción del cine mexicano durante los sesenta.**

<sup>15</sup> Este factor puede ser medido por el incremento demográfico a partir de 1960 y por el relativo crecimiento en el número de salas de cine. Véase: Ana Rosas Mantecón. *Ir al cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas*. México: UAM, 2017.



## Bibliografía

- Bohmann, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Patria, 2da. ed., 1994. Impreso.
- Fernández, Claudia y Andrew Paxman. *El Tigre. Emilio Azcárraga y su Imperio Televisa*. México: Grijalbo, 2013. Impreso.
- García Canclini, Néstor. "El ritual de la protesta en las marcas urbanas". *Cultura y comunicación de la ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios*, vol. II. México: Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)/Grijalbo, 1998, pp. 26-83. Impreso.
- \_\_\_\_\_. "Las cuatro ciudades de México". *Cultura y comunicación de la ciudad de México. Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México al fin de siglo*, vol. I. México: UAM/Grijalbo, 1998. pp. 19-40. Impreso.
- García Riera, Emilio. *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo: 1897-1997*. México: Instituto mexicano de cinematografía/MAPA, 1998. Impreso.
- Hernández Chávez, Alicia. *México, la búsqueda de la democracia, 1960-2000*, t. 4. Madrid: Taurus, 2012. Impreso.
- \_\_\_\_\_. *México, mirando hacia dentro, 1930-1960*, t. 5, Madrid: Tauros, 2012. Impreso.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Centros y conteos de población y vivienda. Inegi, consultado el 3 de diciembre de 2018. Web.
- \_\_\_\_\_. Indicadores sociodemográficos de México: 1930-2000. Inegi, contultado el 3 de diciembre de 2018. Web.
- José Agustín. *La contracultura en México*. México: Debol-sillo, 2017. Impreso.
- Pacheco, José Emilio. *Las batallas en el desierto*. México: Era, 1981. Impreso.
- Pani, Erika. *Conservadurismo y derechas en la historia de México*. México: Fondo de Cultura Económica (FCE)/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2009. Impreso.
- Pérez Montfort, Ricardo. *La cultura. Colección México contemporáneo, 1808-2014*. México: El Colegio de México/Centro de Estudios Históricos/Fundación Mapfre/ FCE, 2015. Impreso.
- \_\_\_\_\_. "Un nacionalismo sin nación aparente. (La fabricación de lo "típico" mexicano 1920-1950)". *Política y Cultura*, núm. 12. México: UAM, 1999. pp. 177-193. Impreso.



- Rodríguez Kuri, Ariel, Renato Gonzáles Mello. "El fracaso del éxito". *Nueva Historia General de México*. México: El Colegio de México, 2010. pp. 699-747. Impreso.
- \_\_\_\_\_. *La población y la sociedad*, de la colección *México contemporáneo, 1808-2014*, t. 3. México: El Colegio de México/Fundación Mapfre/FCE, 2015. Impreso.
- Rosas Mantecón, Ana. *Ir al cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas*. México: UAM, 2017. Impreso.
- Saavedra Luna, Isis. "El fin de la industria cinematográfica, 1989-1994". *Entre la ficción y la realidad. Fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994*. México: UAM, 2007. pp. 107-127. Impreso.
- Salazar Blas, Omar Ali. "Los noticieros cinematográficos en la Zona Metropolitana de la ciudad de México: el caso de Cine Mundial". Tesis de licenciatura. Cuernavaca: Facultad de Humanidades, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 2005. Impreso.
- Servín, Elisa. *Del nacionalismo al neoliberalismo, 1940-1994. Historia Crítica de las Modernizaciones en México*. México: Centro de Investigación y Docencia Económicas/FCE/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México/Fundación Cultural de la Ciudad de México, 2010. Impreso.