

Brian O'Neil

## ¿Invasión yanqui de México o invasión mexicana de Hollywood? La producción de películas norteamericanas en español de 1938-1939\*

Con el llano encabezado "Las películas de Hollywood pueden impactar el mercado español con producciones adaptadas", el número del 22 de noviembre de 1938 del *Hollywood Reporter* presentó una entrevista con Ramón Peón que encendió un debate inmediato dentro de los círculos fílmicos mexicanos. A lo largo de la entrevista, Peón, un director cubano que trabajaba en México con un éxito moderado, delineó las formas en las que los productores de Hollywood podían incrementar significativamente su participación en el mercado latinoamericano. "A los latinoamericanos", aconsejó Peón, "se les deben vender películas que atraigan lo español en ellos y que no sean ajenas a su entendimiento y comprensión". Al referirse a uno de los mayores fracasos del torrente de producciones en español que se realizaron en los primeros años de la década, Peón afirmó que "las versiones en español de historias estrictamente norteamericanas no tienen éxito porque la psicología es ajena al temperamento del público y no es para nada de su gusto". Sin embargo, si los estudios siguieran asiduamente las "Ocho reglas para un éxito seguro" de Peón, siendo lo primero y más importante la selección de buenas historias originales en español, adaptadas para la pantalla por escritores cuya lengua materna fuera el español, entonces se les garantizaría la conquista de un nuevo territorio. La entrevista de Peón terminó con la

entusiasta declaración de que "Hollywood es el lugar para hacer películas de habla hispana".<sup>1</sup>

Ya sea que hubiesen estado influidos por el consejo de Peón o independientemente de él, a principios de 1939 la mayoría de los estudios de Hollywood había renovado, o tenía planes de renovar, su producción regular de películas en español. Es multifacética la historia de esta renovación, que adquirió impulso a lo largo de 1938, alcanzó su máximo durante la primera mitad de 1939 y fue descartada en 1940.<sup>2</sup> La produc-

<sup>1</sup> *Hollywood Reporter*, 22 de noviembre de 1938, p. 3. Casi todo en las ocho reglas de Peón es cuestión de sentido común. Además de su regla dorada de producir películas de historias creadas y adaptadas en español, exhortaba a: 2) Mantenerse alejado de los gastos de los estudios grandes cuando maneja las películas un centro de distribución importante; 3) Mantener bajo el presupuesto, pero no estafar a los actores. Es redituable tener verdaderos y buenos actores; 4) Conseguir un director que combinara 75 por ciento de las ideas norteamericanas sobre la producción y tuviera por lo menos 25 por ciento de comprensión de la psicología del público de habla hispana; 5) No permitir la influencia de tácticas escénicas españolas anticuadas sobre los films sonoros de habla hispana; 6) No sobrecargar las películas con música. En los países sud y latinoamericanos, la historia es lo importante. El valor de la producción en estos sitios no significa fiestas y celebraciones eternas; 7) No limitar el material de la historia. Para comenzar, un buen material en la historia ahorra inversión en producción; 8) No permitir que productores nuevos, que nunca han realizado películas, comiencen por manejar el producto en español. Dejar el manejo del material de producción a los directores, escritores y actores que deben ser elegidos por su conocimiento de las circunstancias. (Dada la popularidad de la comedia ranchera en México y en el resto de Latinoamérica en esta época, la regla seis es bastante curiosa).

<sup>2</sup> Con diversos grados de voluntad y éxito, los estudios Paramount, Twentieth-Century Fox, Columbia, RKO, Universal y United Artists, así

\* Una versión de este artículo apareció en *Studies in Latin American Popular Culture*, núm. 17 (1998), pp. 79-104. Lo publicamos aquí con permiso del autor. Traducción de Noemí Novell.

ción renovada de Hollywood en español debe ser examinada en relación con los cambios en el mercado de películas extranjeras, tanto dentro como fuera de Latinoamérica, de fines de los años treinta; con la producción cinematográfica previa en español, y con el desarrollo de otras industrias fílmicas en lengua española. En este contexto, un análisis de la producción en español de Hollywood de 1938 a 1939 arroja luz sobre las intersecciones entre el alcance transnacional de Hollywood y el surgimiento de las industrias fílmicas nacionales en Latinoamérica, particularmente en México. Con respecto a éste, se puede argumentar que Hollywood, más que abandonar la producción en lengua española a finales de 1939, formó una alianza, a través de la inversión directa en la producción y en los tratos de distribución, con los productores mexicanos que dominarían el mercado fílmico en español de Latinoamérica en la década de los cuarenta.

Al nivel más amplio, la decisión de Hollywood de renovar la producción en español fue una respuesta al rápidamente cambiante mercado internacional de los años treinta. Desde fines de 1936 y hasta el inicio de la segunda guerra mundial, Hollywood se enfrentó a restricciones cada vez mayores en la distribución en el mercado europeo, su área de ventas en el extranjero más lucrativa. El *Anschluss* de Austria por Hitler en marzo de 1938, y la anexión de Checoslovaquia en octubre del mismo año, condujeron al cierre virtual del mercado de Europa Central a las películas estadounidenses.<sup>3</sup> La exigencia de la Italia fascista de que todas las cintas se distribuyeran por medio del monopolio controlado por el Estado, con tarifas no redituables para los productores extranjeros, forzó a los dirigentes de Hollywood a retirarse por completo del mercado italiano el 1 de enero de 1939.<sup>4</sup> La guerra civil española prácticamen-

te había eliminado las ventas de películas extranjeras en la península desde 1937. Incluso en la Gran Bretaña, donde los estudios regularmente obtenían 45 por ciento de sus ingresos en el extranjero, la suma total declinó cinco por ciento durante 1938 debido al temor a la guerra y a los gastos para realizar producciones de "contingencia".<sup>5</sup> Estos acontecimientos, combinados con las pérdidas en la esfera de la "coprosperidad" de Asia del Este del siempre expansivo Japón, llevaron a una caída de 40 millones de dólares y ocho por ciento en los ingresos totales del mercado extranjero en 1938. Para los inicios de 1939, Hollywood había sido efectivamente expulsado de "una tercera parte del universo del cine".<sup>6</sup>

A mediados de 1939 quedó claro para los ejecutivos de los estudios que las situaciones asiática y europea probablemente empeorarían antes que mejorar. Puesto que las ganancias anuales de Hollywood a menudo dependían de los ingresos del mercado extranjero, los estudios reaccionaron de manera urgente a estos desafíos a su imperio global. Al unísono, la industria se volvió hacia sus vecinos de hemisferio, los países de Latinoamérica. Como dijo el presidente de la Paramount, Barney Balaban, en palabras repetidas por todos los principales directivos de los estudios: "Sentimos que al prestar especial atención a las necesidades e intereses de nuestros vecinos de Latinoamérica podemos compensar el posible encogimiento en el mercado resultante del problema internacional en Europa."<sup>7</sup>

los films de Hollywood podían funcionar como una forma de control social en beneficio de los estados autoritarios, la prensa de la industria predijo que la expulsión de las películas de Hollywood conduciría rápidamente a la caída del dictador. Sólo tres días después de la retirada de Hollywood, el *Hollywood Reporter* examinó la situación: "El público [italiano] se está intranquilizando y está comenzando a hablar contra el hecho de que Mussolini sacó bruscamente su única forma de entretenimiento barato y popular [...] Los films de Hollywood eran la mejor apuesta de Mussolini para mantener a la gente feliz y contenta, pero ahora, con la gran cantidad de tiempo libre forzoso, se están formando pequeños grupos de poder, que claman por una revuelta abierta contra el liderazgo del Duce", 3 de enero de 1939, p. 1. Véase también, *Variety*, 8 de febrero de 1939, p. 15.

<sup>5</sup> *Variety*, 19 de julio de 1939, p. 11. El sistema de contingencia de Gran Bretaña estaba planeado para forzar a Hollywood a ayudar a patrocinar las producciones locales de Londres que, a cambio, fomentaría el desarrollo de la industria fílmica británica.

<sup>6</sup> El descenso en las sumas totales extranjeras se tradujo en una pérdida de beneficio neto de 10 a 15 millones de dólares para todo el año. *Variety*, 18 de enero de 1939, p. 6; *Hollywood Reporter*, 3 de abril de 1939, p. 1.

<sup>7</sup> *Motion Picture Herald*, 13 de abril de 1939, p. 13.

como los productores de serie B Monogram y Republic, intentaron renovar su producción de películas en español entre 1938 y 1939. *Motion Picture Herald*, 7 de enero de 1939, p. 14; *La Opinión* (Los Ángeles), 12 de febrero de 1939, secc. II, p. 6. Por razones de variedad y estilo, "español"/ "lengua española" y "latino"/ "latinoamericano" serán usados indistintamente en este artículo.

<sup>3</sup> *Variety*, 26 de noviembre de 1938, p. 3, y 19 de julio de 1939, p. 11; *Hollywood Reporter*, 31 de marzo de 1939, p. 1, y 3 de abril de 1939, p. 1.

<sup>4</sup> Mussolini ya había comenzado a expulsar a las compañías norteamericanas por medio de una serie de leyes de contingencia y gratificación mucho antes del decreto de distribución del 1 de septiembre de 1938; véase *Hollywood Reporter*, 23 de agosto de 1938, p. 1, y 6 de septiembre de 1938, p. 2. Defendiendo implícitamente la forma en que

Siendo el único territorio extranjero aún abierto a los productos de Hollywood, el mercado latinoamericano fue visto como la solución a un mundo de otro modo poco atractivo.<sup>8</sup>

Mientras que los estudios eran unánimes en la proclamación de la importancia del mercado latinoamericano y cada uno de ellos sugería una próxima “campaña latinoamericana” de un tipo u otro, surgió la divergencia acerca de cómo “atacar” el mercado latino. Se idearon tres estrategias principales en la búsqueda del mejoramiento de la participación del mercado en Latinoamérica. Las compañías de cine norteamericanas podían: 1) financiar la producción y/o la distribución de la producción local (esto es, latinoamericana), 2) producir películas en español en Hollywood, o 3) producir en inglés los llamados films del Buen Vecino, que se revisarían para encontrar cualquier tipo de imagen potencialmente ofensiva para los latinos y resaltarían las estrellas y las historias de especial interés para los latinoamericanos. De ningún modo excluyentes, la mayoría de las compañías de Estados Unidos, con la notable excepción de la Warner Brothers, hizo por lo menos esfuerzos tentativos para participar en los tres métodos.

La Warner Brothers consideró la distribución y/o producción de films en español en Latinoamérica como adversa a los intereses a largo plazo de la industria norteamericana. Karl MacDonald, jefe de ventas de la compañía en Latinoamérica, afirmó en diversas ocasiones en la prensa que tales prácticas en efecto ayudarían a establecer las industrias fílmicas nacionales de la región, las cuales, a su vez, conducirían a una mayor competencia y propiciarían una legislación de las contribuciones. MacDonald advirtió que si los estudios continuaban financiando la producción de películas en lengua española, ya fuera realizadas en Hollywood o subsidiadas en Latinoamérica, el resultado final sería el mismo tipo de “congelamiento” al que los estudios se estaban enfrentando en Europa. En línea con este razonamiento, la Warner Brothers evitó las producciones en español para favorecer la producción de una serie de films del Buen Vecino, una política resumida en el estreno de *Juárez*, en abril de 1939.<sup>9</sup>

Además de ajustar sus películas regulares en inglés a los gustos latinos percibidos a la manera de la Warner, los otros grandes estudios de Hollywood —en particular la Paramount y la Twentieth-Century Fox— incorporaron la producción de películas en lengua española en su estrategia global para Latinoamérica. La decisión de hacerlo estaba basada en una evaluación de las tendencias actuales dentro del negocio fílmico de la región. En efecto, como lo anunciaba regularmente la prensa fílmica, el mercado latinoamericano se expandía a grandes pasos a mediados y al final de la década de los treinta. Para 1939, había más de 5 000 cines que servían a un público potencial de 120 millones. Mientras que esta expansión era en parte alimentada por la construcción de cines de lujo —a menudo financiada por los magnates de Hollywood— en los principales centros urbanos de la región, el mayor crecimiento del mercado se dio en las áreas rurales y de provincia, donde un creciente número de latinoamericanos se estaba convirtiendo en asistente regular a los cines “por primera vez”.<sup>10</sup> Era este segmento del creciente mercado latinoamericano el que Hollywood deseaba capturar produciendo y/o distribuyendo películas en lengua española; la percepción convencional de la época era que los latinoamericanos más pobres y menos educados preferirían cintas con diálogos en español que en inglés con subtítulos. Los latinos ciudadanos más adinerados, asumía la estrategia, continuarían acudiendo en tropel a ver las películas usuales de estrellas de Hollywood.

Al término de la década de los treinta, la acometida de Hollywood hacia una mayor explotación del mercado latinoamericano se encontró con algo relativamente sin precedentes: la competencia. Hollywood aún era, incuestionablemente, el distribuidor de películas dominante de la región. Y, después de Gran Bretaña, las cifras del mercado extranjero de 1938 mostraron que Argentina, Brasil y México eran, respectivamente, el segundo, el tercer y el cuarto mayor consumidores de películas norteamericanas. Sin embargo, la participación relativa de Hollywood en el mercado latinoamericano descendió significativamente en 1938. Mien-

Brothers frente a la producción en lengua española también fue adoptada, en un grado ligeramente menor, por los ejecutivos de MGM y por Nathan Golden, jefe de la División de Cine de la Oficina de Comercio Interior y Exterior. *Motion Picture Herald*, 1 de abril de 1939; *Film Daily*, 3 de noviembre de 1939, p. 1.

<sup>10</sup> *Motion Picture Herald*, 23 y 29 de abril de 1939.

<sup>8</sup> Aunque de forma secundaria a Latinoamérica, los estudios también esperaban impulsar las ventas dentro de los territorios del imperio británico.

<sup>9</sup> *Film Daily*, 2 de mayo de 1939, p. 1, 10 de mayo de 1939, p. 1; *Motion Picture Herald*, 6 de mayo de 1939, p. 16. La posición de la Warner

tras que durante el año anterior los estudios recibieron casi 85 por ciento de las ganancias totales de las películas en Latinoamérica, en 1938 esa cifra cayó a aproximadamente 75 por ciento.<sup>11</sup> El descenso en la participación de Hollywood en el mercado se debió a la creciente competencia de la producción tanto europea como latinoamericana.

Los productores europeos, particularmente de Francia, Italia y Alemania, miraban hacia Latinoamérica por la misma razón que Hollywood: para explotar el único mercado fílmico regional que seguía abierto. En 1938, la producción europea capturó el 15 por ciento del mercado latinoamericano. La industria fílmica francesa tuvo ganancias impresionantes a fines de 1938 y principios de 1939 e incluso dio alcance brevemente a Hollywood en algunos mercados urbanos clave. A los franceses —explicaba el *Hollywood Reporter* en mayo de 1939— les fue posible hacer esto porque, a diferencia de los productores norteamericanos, no estaban atados al estricto código de censura de Hollywood que “elimina mucho de la perspectiva del amor tan querida de los corazones de los latinos”.<sup>12</sup> Los productores italianos tenían grandes esperanzas de conquistar el mercado latinoamericano, pero sus películas nunca lograron atraer un gran público entre sus hermanos “latinos” de las Américas. Entre los productores europeos, los alemanes hicieron el esfuerzo más concertado para capturar el mercado latinoamericano durante el final de los años treinta. Al ver las ventas extranjeras de películas como un medio para ganar tanto mercados como aliados políticos, la industria fílmica nazi llevó a cabo su propia versión de la política fílmica del Buen Vecino hacia Latinoamérica. Aunque las películas en alemán tenían poco atractivo para Latinoamérica —no tanto por razones ideológicas, informó la prensa de Hollywood, sino porque los actores alemanes actuaban muy toscamente y con excesiva emoción, y porque la lengua alemana era “demasiado dura para los oídos latinos”—, los nazis anunciaron diversos planes durante 1939 para producir películas en español en Berlín, Barcelona y Buenos Aires. La batalla por ganar públicos latinoamericanos fue una de las luchas más importantes que se dieron entre Alemania y Estados Unidos

en el hemisferio occidental durante la segunda guerra mundial. Mientras que los alemanes fueron desarraigados de este frente, los productores norteamericanos vieron el empeño alemán en el mercado latinoamericano como potencialmente muy amenazante.<sup>13</sup>

Para mediados de 1938, Hollywood también comenzó a sentir la competencia de la producción latinoamericana, particularmente de las florecientes industrias fílmicas mexicana y argentina. Al principio los productores de Estados Unidos dieron la bienvenida al desarrollo del cine en español en Latinoamérica como un medio para estimular la demanda de películas en la región. La promoción de la producción local de films en México y Argentina, así como en menor grado en Cuba y otras naciones latinas, fue parte de las políticas para la industrialización y la sustitución de importaciones emprendidas por los gobiernos latinoamericanos de los años treinta a los sesenta. Por medio de una política de tarifas, subsidios y financiamientos, el Estado promovió activamente en Latinoamérica la formación de una clase empresarial capitalista que se encargaría de manufacturar bienes antes importados de Europa o Estados Unidos, como las películas.<sup>14</sup> En 1938, la producción latina de films significaba 10 por ciento de las ganancias totales de las películas en la región. México tomó rápidamente la delantera de la producción fílmica latinoamericana después de la inesperada penetración de *Allá en el Rancho Grande* (1936), de Fernando de Fuentes, que fue un éxito no sólo en México sino en toda América. Siguiendo de cerca este éxito, la producción fílmica mexicana aumentó firmemente de 38 películas en 1937 a 57 en 1938. De manera similar, la industria fílmica argentina creció firmemente durante la mitad de los años treint-

<sup>13</sup> *Film Daily*, 17 de abril de 1939, p. 1, y 3 de agosto de 1939, p. 1, y 11 de agosto de 1939, y 3 de noviembre de 1939, p. 7; *Hollywood Reporter*, 7 de enero de 1939, p. 10. Hacia la mitad de 1938, los nazis también promovieron, junto con Italia y Japón, un desafortunado plan para producir películas pro fascistas en diversos idiomas en Brasil. *Hollywood Reporter*, 31 de agosto de 1939, p. 1.

<sup>14</sup> Finalmente, las políticas de industrialización y sustitución de importaciones “no terminaron con la dependencia económica de Latinoamérica de las naciones industrializadas”, sino que “simplemente alteraron la forma de esa dependencia”. Thomas Skidmore y Peter Smith, *Modern Latin America* (Nueva York, Oxford University Press, 1989, 2a. ed.), pp. 53-56. Para un buen análisis de las limitaciones de estas políticas con respecto a la industria fílmica mexicana, véase Seth Fein, “Hollywood, U.S.-Mexican Relations, and the Devolution of the ‘Golden Age’ of Mexican Cinema”, *Film History*, 4:2 (1994), pp. 103-135.

<sup>11</sup> *Ibid.*; *Variety*, 1 de febrero de 1939, p. 6; *Film Daily*, 3 de noviembre de 1939, p. 8.

<sup>12</sup> *Hollywood Reporter*, 17 de mayo de 1939, p. 7.

ta, produciendo 47 películas en 1938 y 50 el año siguiente.<sup>15</sup>

Aunque los realizadores mexicanos y argentinos no podían competir con Hollywood en términos de costos de producción, los ejecutivos de Hollywood temían que, dados los enormes pasos que habían dado en tan breve tiempo, no pasaría mucho antes de que los alcanzaran completamente en términos de técnicas de producción. La amenaza combinada de la producción europea y local en expansión en la región, dirigida primariamente a lo que se percibía como el segmento más dinámico del mercado (los públicos rurales y provincianos), convencieron a la mayoría de los estudios de Hollywood de la necesidad de renovar su producción en lengua española.

Así, la causa detrás de la renovación de Hollywood de sus producciones en español entre 1938 y 1939 fue muy similar a la que había engendrado el ciclo hispano previo de la industria al inicio de los años treinta: el miedo. Después de que se introdujo la producción regular de películas sonoras en 1929, los estudios temieron que los públicos extranjeros en mercados no hablantes de inglés darían la espalda a los productos de Hollywood. Como medida preventiva, la industria comenzó a producir versiones simultáneas de sus productos en lenguas extranjeras. Primero, estas versiones eran producidas en alemán, francés y español. Sin embargo, los estudios rápidamente abandonaron la producción en francés y alemán. El sistema de estrellas de Hollywood estaba tan arraigado en esos territorios que los productores norteamericanos se percataron de que podían vender rápidamente sus películas regulares en inglés. Sin embargo, para aumentar su participación en el potencialmente más grande mercado latinoamericano, Hollywood produjo más de 130 películas en español entre 1930 y 1935, 110 de las cuales fueron realizadas en los años pico de 1930 y 1931.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Emilio García Riera, *Historia documental del cine mexicano*, vol. 2 (México, Ediciones Era, 1969); Carl J. Mora, *Mexican Cinema: Reflections of a Society, 1896-1988* (Berkeley, University of California Press, 1989), pp. 48-49; *Variety*, 16 de noviembre de 1938, p. 13. En 1939, la producción de Argentina de hecho sobrepasó a la de México, cuya producción total cayó a 37 debido a dificultades financieras y laborales. También debe hacerse notar que España había sido el proveedor principal de películas en español para Latinoamérica durante 1935 y 1936. Así, los productores mexicanos y argentinos se beneficiaron, en términos de competencia reducida, de la guerra civil española, que prácticamente eliminó la producción ibérica.

<sup>16</sup> A la fecha, hay pocas obras académicas sobre las producciones en español de Hollywood. Las dos filmografías útiles que existen enfocan

Con escasas excepciones, las producciones en español de Hollywood de inicios de los años treinta, que intentaban atraer a todo el mercado de habla hispana, con trabajo se pueden considerar exitosas. Los problemas eran múltiples. La gran mayoría —más del 90 por ciento— eran versiones en español de las películas regulares en inglés, usualmente filmadas simultáneamente en los mismos escenarios que sus contrapartes inglesas, con un presupuesto bajo que obligaba a los reparos latinos a trabajar el turno de la noche. Al ser simplemente traducciones españolas de los argumentos en inglés, las historias y los libretos de estas películas a menudo conservaban una desagradable sensación de “traducidos”.<sup>17</sup> Más aún, los estudios insistían en que el español utilizado para las traducciones hispanas de los libretos debía ser estrictamente el castellano “correcto”, una forma del lenguaje que era ajena a muchos latinoamericanos, como el inglés victoriano lo sería a la mayoría de angloamericanos. Finalmente, los actores hispanos contratados para estas producciones procedían de todo el mundo hispanohablante, lo que convertía los diálogos de estos films en una mezcla de acentos y estilos regionales. Como consecuencia, la decisión de los estudios de detener la producción de películas en español a finales de 1931 provocó pocas protestas por parte de los públicos latinoamericanos.<sup>18</sup>

Mientras los estudios suspendían la producción regular en 1931, el Cine Hispano —como se conocía el

su atención en las actividades del principio de la década de los treinta. Véase Alfonso Pinto, “Hollywood’s Spanish-Language Films: A Neglected Chapter of the American Cinema, 1930-1935”, en *Films in Review*, 24 (oct. 1973), pp. 474-483 y 487; Juan Heinink y Robert Dickson, *Cita en Hollywood: antología de las películas norteamericanas habladas en castellano* (Bilbao, Ediciones Mensajero, 1990). Véase también el breve estudio de Robert Dickson, “Los orígenes y desarrollos del cine hispano”, en Ignacio Durán, Iván Trujillo y Mónica Vereá (coords.), *México-Estados Unidos: encuentros y desencuentros del cine*, México, Imcine, 1996, pp. 135-146.

<sup>17</sup> Para un ejemplo de las respuestas latinas contemporáneas a estos films, véase Guillermo Prieto Yeme, “The American Made Talkies”, en *International Photographer* (agosto de 1930), p. 14. En una crítica común sostenida contra estas producciones, Prieto Yeme argumentó que “la producción de las películas sonoras en español basadas en historias norteamericanas no puede fácilmente concordar con los intereses legítimos de la civilización hispana, ya que incluso la concepción del arte es diferente en ambas razas”. Véase también Julio Jiménez Rueda, “El cine sonoro: otra opinión sobre la cuestión del lenguaje español y las películas habladas”, en *La Opinión*, 14 de enero de 1930, p. 14.

<sup>18</sup> Emilio García Riera, *Historia documental*, vol. 1, pp. 9-17; Allen Woll, *The Latin Image in American Film* (Los Angeles, UCLA Latin American Center, 1977).

cine de Hollywood en español— se continuó realizando sobre una base *ad hoc* a lo largo de 1935. Un breve ciclo de 1934-1935 parece haber sentado un precedente para lo que estaba por venir en 1938 y 1939. A fines de 1934, la Paramount decidió producir una serie de películas en español presentando al gran barítono argentino Carlos Gardel. Antes de su trágica muerte en junio de 1935,<sup>19</sup> Gardel apareció en cuatro películas en español filmadas en el estudio Astoria de la Paramount en Nueva York: *Cuesta abajo* (1934), *El tango de Broadway* (1934), *El día que me quieras* (1935) y *Tango Bar* (1935). Estos melodramas románticos, que alternaban a Gardel con damas principales del cine en español, las primeras dos con su compañera la argentina Mona Maris, la última con la actriz mexicana Rosita Moreno, estaban diseñados para capitalizar su voz y su atractivo. A pesar de que estaban dirigidas por norteamericanos, estas películas se alejaban notablemente del cine en español de Hollywood en el hecho de que fueron concebidas y escritas en español por el escritor y lírico argentino Alfredo Le Pera. Además del atractivo estelar de Gardel, los críticos latinoamericanos argumentaron que esta fue la principal razón del éxito de estas películas en el mercado hispanohablante.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Gardel fue enviado por la Paramount a una gira de canto de buena voluntad por Sudamérica en junio de 1935. El 24 de junio, durante una escala en Medellín, en ruta hacia la última parada de la gira en Cali, su avión no pudo despegar y se estrelló contra otro, matando instantáneamente a Gardel.

<sup>20</sup> *Cuesta abajo* y *El tango de Broadway* fueron dirigidas por Louis Gasnier; *El día que me quieras* y *Tango Bar* por John Reinhardt. Ambos directores eran veteranos de la producción anterior de Hollywood en español, de 1930-1931. Para reseñas y comentarios de estos films véase, respectivamente, *Cine Mundial*, septiembre de 1934, p. 492; diciembre de 1934, p. 689; junio de 1935, p. 340; agosto de 1935, p. 477. A pesar de que no se dispone de las cifras de ventas exactas, parece que cada película fue sucesivamente más lucrativa, véase *Cine Mundial*, abril de 1940, p. 185; Heinink y Dickson, *Cita en Hollywood*, pp. 57, 229-230, 232-233, 242-243 y 246. Después de su prematura muerte, las producciones de Paramount de Gardel se convirtieron en clásicos instantáneos a lo largo de Latinoamérica. Es interesante especular qué impacto hubiera tenido el éxito continuado de Gardel referente a los films de Hollywood en español en el curso de la producción española de Hollywood de los años treinta y sobre el desarrollo de las industrias fílmicas nacionales de México y Argentina. La muerte de Gardel anunció una laguna virtual de dos años en la producción en español en Hollywood que, combinada con la guerra civil española, proporcionó una ventana de oportunidad para que las industrias fílmicas latinoamericanas comercializaran sus productos con relativamente poca competencia externa. Se podía argumentar que la muerte de Gardel ayudó indirectamente a vivificar las industrias fílmicas mexicana y argentina, y es probable que su impacto en la industria fílmica argentina hubiese sido mayor si hubiera

Conforme los estudios intentaban renovar la producción en lengua española en 1938, había un esfuerzo consciente por realizar películas más acordes con las líneas del ciclo de Gardel y por no repetir los errores de principios de los años treinta. En lugar de producir versiones españolas simultáneamente con las películas regulares de Hollywood, los estudios se volvieron hacia los productores independientes, pues creían que a éstos les sería posible producir films en español capaces de competir con las producciones locales latinoamericanas. Cuando se corrió la voz de que Hollywood regresaba al negocio de producir películas en español, las compañías productoras independientes, a menudo encabezadas por veteranos del ciclo hispano previo, parecieron surgir de un día para otro. Sobrevino una ráfaga de tratos.

Aunque los acuerdos iniciales requirieron la producción de más de 20 películas, finalmente, por razones que serán explicadas más adelante, se realizaron trece films en lengua española en Hollywood entre 1938 y 1939.<sup>21</sup> Sólo cinco de ellas estaban basadas en historias y libretos realizados originalmente en español, pero la mayoría contaban con un productor y/o director latino. Al apegarse a la percepción contemporánea convencional concerniente a los gustos latinos por las películas, estos trece films comprendían ocho melodramas, cuatro comedias románticas y un *western*. Sin tener en cuenta el género, todos ellos, según las reseñas, entrelazaban efectivamente números musicales con la acción.

Columbia encendió la renovada producción en español de Hollywood al final de 1937, al firmar un trato de dos películas con Cantabria Films, una nueva

vivido. Poco antes de su muerte, Gardel comenzó a considerar seriamente la creación de su propia compañía productora en Argentina, que emplearía directores, escritores y actores latinoamericanos, e importaría a los norteamericanos únicamente para asistencia técnica. *Cine Mundial*, abril de 1940, p. 185.

<sup>21</sup> Los trece films fueron: *La vida bohemia* (Josef Berne; Cantabria/Columbia, 1938), *Verbena trágica* (Charles Lamont; Cantabria/Columbia, 1938), *Castillos en el aire* (Jaime Salvador; Le Baron Productions/Monogram, 1938), *Mis dos amores* (Nick Grindé; Cobián Productions/Twentieth-Century Fox, 1939), *El trovador de la radio* (Richard Harlan; Dario Productions/Paramount, 1938), *Papá soltero* (Richard Harlan; Dario Productions/Paramount, 1939), *El otro soy yo* (Richard Harlan; Dario Productions/Paramount, 1939), *Cuando canta la ley* (Richard Harlan; Dario Productions/Paramount, 1939), *Di que me quieras* (Robert Snody; William Rowland Productions/RKO, 1938), *Tengo fe en ti* (John Reinhardt; Victoria Films/RKO, 1940), *La inmaculada* (Louis Gasnier; Atalaya Films/United Artists, 1939), *El milagro de la Calle Mayor* (Steve Sekely; Arcadia Pictures/Twentieth-Century Fox, 1939).

## HISTORIA

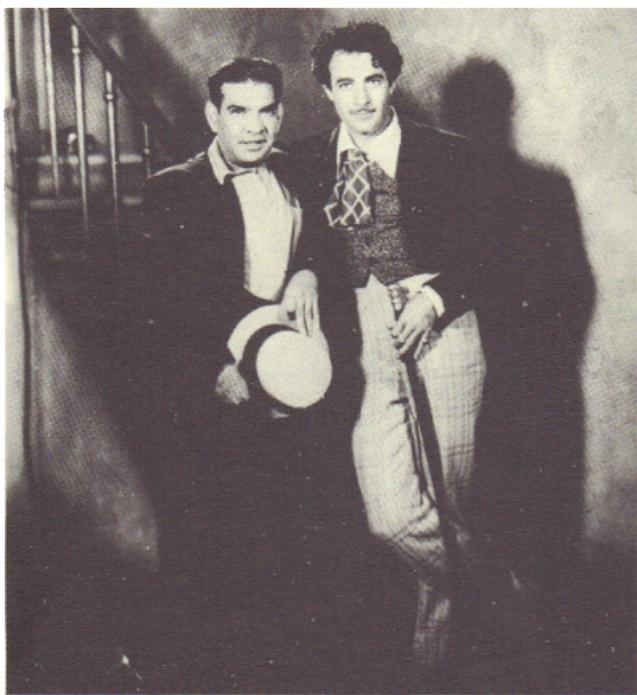


Reperto de *La vida bohemia* (1937). Cortesía de The Academy of Motion Picture Arts and Sciences de Estados Unidos.

compañía productora encabezada por el realizador español Jaime del Amo. Ambos films, *La vida bohemia* (1937) y *Verbena trágica* (1938), fueron notables por los problemas que tuvieron con la Administración del Código de Producción (PCA, por sus siglas en inglés), el organismo de censura autoimpuesto de la industria, por la representación de escenas consideradas ilícitas.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Como con todos los films producidos en Hollywood entre 1934 y 1966, las producciones en español estuvieron sujetas a la aprobación del mecanismo de censura autoimpuesta de la industria, el Código de Administración de la Producción. Desafortunadamente para los investigadores, la Colección del PCA de la MPAA resguardada en la Biblioteca Margaret Herrick, Academia de Ciencias y Artes del Cine, Beverly Hills (a partir de ahora citados como archivos PCA) contiene archivos únicamente de cinco de las trece producciones españolas de Hollywood de 1938-1939: *La vida bohemia* (1937), *Verbena trágica* (1938), *El trovador de la radio* (1938), *Papá soltero* (1939) y *La inmaculada* (1939). Un obstáculo adicional para evaluar las producciones renovadas de Hollywood en lengua española es que pocos de los films han sobrevivido. A la fecha, sólo me ha sido posible ver *La vida bohemia* y *Verbena trágica*, en el Archivo de Films y Televisión de la UCLA, en Hollywood.

*La vida bohemia*, estelarizada por Rosita Díaz y Gilbert Roland, y dirigida por el veterano del Cine Hispano Josef Berne, llevó a la pantalla la famosa novela parisina de 1851 de Henri Muger *Scènes de la vie bohème*, acerca del triángulo amoroso formado por Mimí, una pobre costurera, Rodolfo, un escritor desempleado, y el vizconde Paul (José Crespo). Anticipándose a las dificultades que tendrían con los funcionarios de la PCA por la trama, que muestra que Mimí y Rodolfo viven felizmente juntos sin haberse casado, Columbia envió seis copias completas del film a los mercados latinoamericanos sin el sello de la PCA. Sin embargo, cuando se iban a hacer las reservaciones en el Teatro Hispano de Nueva York, el director de la PCA, Joseph Breen, se enteró de la trampa por medio del Consejo Censor Municipal de Nueva York, y exigió que la película fuera presentada para su revisión. Breen informó a Columbia que era “imperativo” el sello del Código “en todas las copias exhibidas en los Estados Unidos” y ordenó a los productores que realizaran cortes signifi-



Jaime del Amo (?) y Gilbert Roland en el rodaje de *La vida bohemia* (1937). Cortesía de The Academy of Motion Picture Arts and Sciences de Estados Unidos.

cativos, así como que insertaran subtítulos bilingües para asegurar a los espectadores que Rodolfo y Mimí se habían casado, y que cuando esta última era más tarde tentada por los avances del vizconde, era sólo su invitada y que “su amor por su esposo había evitado su ‘caída’”.<sup>23</sup> Cuando el film finalmente se proyectó en Nueva York, el *New York Times* comentó en broma, “Gracias a los altos estándares morales obtenidos en las fábricas de cine de Hollywood, Mimí, la desafortunada heroína de *La Bohème*, se ha convertido finalmente en una ‘mujer honesta’”.<sup>24</sup>

Del Amo se metió en problemas similares con la censura con *Verbena trágica*. Basada en la historia del escritor hispano Jean Bart y protagonizada por el popular actor mexicano Fernando Soler, este film narra la trágica historia de Mateo, un boxeador latino (So-

ler), quien, tras una breve sentencia en la cárcel por golpear a un policía, regresa a su hogar en el Harlem de habla hispana sólo para descubrir que su hermosa esposa Blanca (Luana Alcañiz) había tenido una aventura con su mejor amigo Claudio (Juan Torena). Advertido por Breen de que armara el film con los “valores morales compensatorios y correctos, necesarios para contar una historia de adulterio en concordancia con los requerimientos del Código”, Del Amo insertó obedientemente diversos parlamentos condenatorios en el libreto y, por añadidura, hizo que Mateo y Claudio murieran en la escena final, dejando a Blanca que pagara por sus pecados viviendo una vida de pena interminable.<sup>25</sup> El historiador Carl Mora ha especulado que *Verbena trágica* fue, posiblemente, diseñada por Columbia específicamente para encontrar un mercado entre los hispanos de Estados Unidos.<sup>26</sup> Sin embargo esto es poco probable, dada la indudable amplia distribución de *La vida bohemia* en Latinoamérica, así como los problemas de censura que tuvieron ambos films de Cantabria. Como con todas las producciones en español de Hollywood, el mercado principal era Latinoamérica, mientras que el mercado hispanohablante interior, particularmente Nueva York, Los Ángeles y San Antonio, era visto como un mercado secundario cada vez más importante.

Poco después de que Columbia contrató a Jaime del Amo, la Monogram firmó un trato de cuatro películas con Eduardo Le Baron, quien, para su primera producción, contrató al maduro realizador español Jaime Salvador para escribir, dirigir y estelarizar la comedia romántica *Castillos en el aire* (1938). *Cine Mundial* dijo del film —que gira alrededor de una dependienta (Cristina Téllez), quien gana un viaje gratis a Hollywood, donde un empleado bancario la confunde con una famosa millonaria sudamericana: “Se trata de un argumento cómico, ligero, sin pretensiones de gran espectáculo pero montado con propiedad y lujo, que entretiene y hace pasar hora y media agradable”.<sup>27</sup> A pesar de tales reseñas, Salvador abandonó Hollywood poco después de terminar la película para perseguir

<sup>23</sup> Joseph Breen a Frances Harmon, territorio PCA-NY, 8 de marzo de 1938, y Harmon a Been Schwald, Columbia Pictures, 15 de marzo de 1938, archivos de la PCA, *La vida bohemia* (Columbia, 1937). Aunque Breen insistió inicialmente en que Columbia hiciera traer de nuevo las copias “no selladas” ya enviadas a Latinoamérica para que se hicieran los cambios necesarios, parece que el estudio no lo hizo.

<sup>24</sup> *New York Times*, 6 de febrero de 1939, secc. I, p. 8.

<sup>25</sup> Breen a Del Amo, 24 marzo 1938, archivos de la PCA, *Verbena trágica* (Columbia, 1938).

<sup>26</sup> Carl Mora, *Mexican, Cinema: Reflections of a Society, 1896-1988*, (Berkeley: University of California Press, 1989), pp. 33-34.

<sup>27</sup> *Cine Mundial*, junio de 1938, p. 322, y julio de 1938, p. 356. Véase también, *New York Times*, 21 de mayo de 1938, p.9.

otras oportunidades en Cuba, desechando los futuros proyectos de Le Baron.

La RKO entró al campo de las películas en español hacia la mitad de 1938, haciendo un trato de seis películas con el productor William Rowland. Como ocurrió con Le Baron, sólo uno de los proyectos de Rowland, el romance musical *Di que me quieres* (1938), fue finalmente realizado en Estados Unidos. Dirigido por Robert Snody y filmado en los estudios históricos de Astoria en Long Island, la prensa comercial estadounidense alabó a *Di que me quieres* por sus agradables números musicales. Estelarizado por George Lewis, un actor latino de origen mexicano, y Eva Ortega, una cantante cubana, el film tuvo una amplia distribución en Latinoamérica.<sup>28</sup> Sin embargo, intentando ahorrar en costos de producción, la RKO envió a Rowland a la Ciudad de México a fines de 1939, donde produjo (y dirigió) dos productos más en español, *Perfidia* (1938) y *Odio* (1939).<sup>29</sup> Además de las películas de Rowland, la RKO también financió la filmación de *Tengo fe en ti* (1940), un melodrama producido por Mel Shauer y dirigido por John Reinhardt. Cerca de su terminación, a mediados de 1938, la filmación se suspendió repentinamente cuando la protagonista, la estrella mexicana Rosita Moreno (que también resultaba ser la esposa de Shauer), cayó enferma. En su lanzamiento, esta historia de una bailarina de ballet que intentaba tener éxito en Hollywood recibió tibias reseñas tanto en Estados Unidos como en Latinoamérica.<sup>30</sup>

El rumor que rodeó a la renovación de Hollywood de la producción en español alcanzó un tono febril en mayo de 1938, cuando el productor portorriqueño Rafael Ramos Cobián anunció que había contratado a Tito Guízar para realizar películas en español para la Paramount. En ese tiempo, Tito Guízar era la estrella cumbre del cine mexicano. Su triunfo en *Allá en el Rancho Grande* (1936) y sus films subsecuentes habían ayudado a establecer lo que se convertiría en el género distintivo

<sup>28</sup> *Hollywood Reporter*, 8 de noviembre de 1938, p. 6; *New York Times*, 24 de abril de 1939, p. 13; *Cine Mundial*, noviembre de 1938, pp. 364, 570-571 y 596.

<sup>29</sup> En 1939, Rowland ganó el premio al mejor director de la Asociación Latinoamericana de Críticos por su trabajo en *Perfidia*. *Hollywood Reporter*, 5 de febrero de 1940, p. 3.

<sup>30</sup> Mientras que el film fue generalmente catalogado como mediocre, se destacó la actuación de Moreno. "Sin ser estrictamente bien parecida", opinó el reseñista de *Variety*, "Moreno es excelente en el trabajo de ballet y canto", 17 de junio de 1940, p. 18. Véase también *Cine Mundial*, septiembre de 1940, p. 429.



Cartel de *Di que me quieres* (1938). Smithsonian Institution Archives Center, Estados Unidos.

del cine mexicano clásico: la comedia ranchera. Viendo a Guízar como un heredero potencial de Carlos Gardel, la Paramount financió la distribución de *Amapola del camino* (1937), secuela de *Allá en el Rancho Grande*. Con este éxito, el estudio convirtió a Guízar en un "artista exclusivo" de la Paramount y llevó al tenor a Hollywood a finales de 1937 para su cinta de variedades *The Big Broadcast of 1938* (1938). A lo largo de 1938 y 1939, el estudio intentó maximizar su inversión al presentarlo tanto en películas en español como en inglés. Su primer trabajo en español, *Mis dos amores* (1938) contó con una historia de José Antonio Miranda sobre los problemas románticos y familiares de un estudiante de medicina (Guízar) que repentinamente se vuelve famoso como cantante de cabaret en Los Ángeles. Con una buena dirección de Nick Grindé, la película obtuvo ganancias en Latinoamérica.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> *Motion Picture Herald*, 20 de agosto de 1938, pp. 47 y 50; *Variety*, 17 de agosto de 1938, p. 23.

A fines de 1938, tras tener un desacuerdo con la Paramount y Guízar, Cobián consiguió otro impacto en los medios al decir a la prensa que tenía un nuevo contrato para producir una serie de films en español para la Twentieth-Century Fox. También informó que había firmado un contrato con cinco de las estrellas más populares de México —Fernando Soler, Domingo Soler, Arturo de Córdova, Jorge Negrete y Margarita Mora— para que aparecieran en sus films. A fin de cuentas Cobián Productions sólo realizó una película para Fox, *Los hijos mandan* (1939). Dirigida por el director mexicano Gabriel Soria y estelarizada por Fernando Soler, Blanca de Castejón y Arturo de Córdova, *Los hijos mandan* no logró cumplir con las expectativas de Fox en los cines latinoamericanos. Mientras que las reseñas alabaron su nivel técnico, la historia, basada en una novela española de 1921 acerca de “la vida de una mujer que fue fiel a su corazón y víctima del destino”, fue calificada de confusa y desganada.<sup>32</sup>

Mientras Cobián estaba ocupado con *Los hijos mandan*, la Paramount contrató a Dario Productions, una nueva compañía encabezada por Dario Faralla, para continuar la serie en español de Tito Guízar. Faralla, un inmigrante italiano, se había forjado un nombre en los años veinte y treinta como corredor financiero entre la industria fílmica y el Banco de Italia de A.P. Giannini (más tarde el Bank of America). En 1938, la Paramount convirtió a Faralla en productor asociado a cargo de la producción en lengua española.<sup>33</sup> Los films de Faralla con Guízar resultaron ser el ciclo en español más sostenido y exitoso de Hollywood de fines de los años treinta. Entre noviembre de 1938 y mayo de 1939, Faralla produjo cuatro películas en español: *El trovador de la radio* (1939), *Papá soltero* (1939), *El otro soy yo* (1939) y *Cuando canta la ley* (1939). El equipo de producción de Faralla fue consistente para cada film. Para la dirección, confió en el peruano Richard Harlan, un veterano del Cine Hispano. La esposa de Faralla, una poeta y novelista angloamericana llamada Wilma Dana, proporcionó las historias y los libretos, mientras que los escritores mexicanos Enrique Uthoff y Gabriel Navarro tradujeron los libretos y los diálogos. Además de su atractivo estelar,

Guízar escribió y ejecutó las canciones en todas las películas.

Los cuatro films de Faralla con Guízar recibieron, en general, reseñas positivas en la prensa comercial de Hollywood, y la Paramount distribuyó las películas en los principales mercados de Latinoamérica. En *El trovador de la radio*, Guízar representa a un cantante de radio de Los Ángeles, junto con Robina Duarte, Tana y Paul Ellis. El *Hollywood Reporter* afirmó que el film “establece un estándar para las películas en español que será difícil de sostener”, y *Cine Mundial* escribió un editorial que decía: “¡Ya era hora de que a un director hispano, y bueno por más señas, se le encomendara la tarea de dirigir películas habladas en español! Richard Harlan es para nosotros un sólido prestigio.”<sup>34</sup> En *Papá soltero*, Guízar rivaliza por la mano de la estrella argentina Amanda Varela. Aunque le otorgaba “un 10 en el lado musical”, el *New York Times* afirmaba que *Papá soltero* merecía “menos que un 8 en todo lo demás”.<sup>35</sup> En *El otro soy yo*, Guízar representa un papel doble de dos hermanos que persiguen cómicamente a Amanda Varela, Robina Duarte y Tana. *Cine Mundial* llamó al film “entretenido, divertido y con altos valores de producción”.<sup>36</sup> La última película en español de Guízar para la Paramount, un *western* ubicado en la frontera de Estados Unidos con México titulado *Cuando canta la ley*, obtuvo elogiosas críticas para su director Harlan, a quien la prensa comercial alabó por sus cautivantes escenas a caballo y sus persecuciones.<sup>37</sup> A pesar de estos logros, la serie española de Faralla, por razones que serán discutidas más adelante, llegó a su final hacia mediados de 1939.

Cuando Guízar estaba terminando de filmar su última producción en español, Columbia, en un movimiento que recordaba a los principios de los años treinta, firmó un trato con Arcadia Pictures, de Jack Skirball, para producir versiones inglesas y españolas de un li-

<sup>34</sup> *Hollywood Reporter*, 30 de noviembre de 1938, p. 3; *Cine Mundial*, marzo de 1939, pp. 136 y 141-142; véase también *La Nación*, 25 de julio de 1939, p. 14.

<sup>35</sup> *New York Times*, 6 de noviembre de 1939, p. 20. Para otras reseñas, véase, *Hollywood Reporter*, 3 de febrero de 1939, p. 4; *Variety*, 3 de febrero de 1939; *La Nación*, 27 de noviembre de 1939, p. 18.

<sup>36</sup> *Cine Mundial*, junio de 1939, p. 259; véase también, *Hollywood Reporter*, 31 de marzo de 1939, p. 3.

<sup>37</sup> *Hollywood Reporter*, 26 de mayo de 1939, p. 3; *Film Daily*, 5 de junio de 1939, p. 12; *Motion Picture Herald*, 3 de junio de 1939; *Variety*, 31 de mayo de 1939, p. 14.

<sup>32</sup> *La Nación* (Buenos Aires), 13 de octubre de 1939, p. 13, y 14 de octubre de 1939, p. 10.

<sup>33</sup> “Biography of Dario Faralla”, Archivos biográficos, Biblioteca Margaret Herrick, Academia de Ciencias y Artes del Cine, Beverly Hills.

breto de Frederick Jackson titulado *Miracle on Main Street* (1939). Trabajando doble turno bilingüe, la cantante mexicana Margo representó el papel principal en ambos films. Antes de que terminara la producción, la Twentieth-Century Fox compró los derechos de distribución para la versión en español, *El milagro de la Calle Mayor* (1939). Don Q, el columnista de Hollywood para *Cine Mundial*, aclamó la presentación de esta cinta como un “día glorioso para el Cine Hispano”. Mientras lamentaba que el primer papel estelar en español de Margo no pudiese ser en un film mexicano, Don Q exaltaba a la actriz por “exigir que fuese representando a una mexicana”.<sup>38</sup> Actuando junto a sus compatriotas Arturo de Córdova y José Crespo, Margo representa a una inmigrante pobre en un barrio de Los Ángeles que encuentra un bebé abandonado en el vestíbulo de una iglesia la noche de navidad. Según las reseñas de la época, el melodrama estaba entre los mejores de las películas en español de Hollywood.<sup>39</sup>

*La Inmaculada* (1939), producida por Atalaya Films, de Fortunio Bonanova, para la United Artists, resultó ser la última película en español hecha en Hollywood a fines de los años treinta. Escenificada en la Ciudad de México, narra la historia de una atormentada muchacha de pueblo, Consuelo (Andrea Palma), quien se casa con un rico hombre de mundo (Bonanova) para pagar los cuidados médicos de su madre enferma, imposibilitando así su unión con el hombre a quien realmente ama. El *Motion Picture Daily* designó al melodrama al estilo mexicano como “el epítome de los films dirigidos al mercado mexicano”, mientras que el *Film Daily* declaró que “las historias de triángulos deben fácilmente tener éxito en el mercado latinoamericano”.<sup>40</sup>

Mientras que la mayoría de las producciones en lengua española de Hollywood de 1938 y 1939 tuvieron un éxito de taquilla relativamente bueno, las diferencias en el tipo de cambio redujeron agudamente las ganancias potenciales. Para fines de 1939, los estudios se percataron de que invertir dólares norteamericanos en la producción de películas que regresaban pesos la-

tinoamericanos simplemente no tenía sentido económico. Como resultado, la producción renovada de Hollywood en español se terminó casi tan rápidamente como había comenzado. Desde el principio, las compañías de Hollywood habían visto sus productos en español como un método para incrementar su participación en los crecientes mercados provincianos de Latinoamérica. Usualmente distribuidas con un bloque de films en inglés, las producciones españolas estaban planeadas para inducir a los exhibidores latinoamericanos a comprar más cintas del régimen regular de Hollywood. Para 1940, los estudios decidieron que, para estos propósitos, era más efectivo en términos de costos financiar la producción de films en español en Latinoamérica, como hizo la RKO con *Perfidia* (1938) y *Odio* (1939), de William Rowland, o, mucho más comúnmente, comprar los derechos de distribución de las producciones latinoamericanas, particularmente de las mexicanas.<sup>41</sup> Por otra parte, las técnicas mejoradas de doblaje convencieron a muchos ejecutivos de los estudios de que involucrarse directamente en la producción de películas en lengua española se estaba volviendo cada vez más innecesario. De modo que la distribución de producciones del Buen Vecino, en particular los musicales de grandes presupuestos que presentaban a estrellas latinoamericanas importadas como Carmen Miranda, se convirtieron en el vehículo primario de la campaña latinoamericana de Hollywood a principios de los años cuarenta.

A pesar de que la escala de producción siempre fue minúscula en comparación con la producción total de la industria, las trece películas en español realizadas entre 1938 y 1939 deben ser puestas en relación con las más de 800 cintas en inglés producidas durante el mismo periodo: la producción renovada de Hollywood

<sup>41</sup> La participación de la RKO en la producción fílmica mexicana continuaría creciendo durante los años de la segunda guerra mundial, culminando en 1945 con una inversión de 50% en los Estudios Churubusco. Por otro lado, United Artists era, con mucho, el mayor distribuidor estadounidense de films latinoamericanos, estrategia en la que el estudio había estado involucrado desde el principio de los años treinta. Para los tratos de distribución de los Estados Unidos en el extranjero, véase Gaizka de Usabel, *The High Noon of American Pictures in Latin America* (Ann Arbor: University of Michigan, 1982), pp. 125-142. Sin embargo, se debe tener en mente que el subsidio de Hollywood a la producción y distribución latinoamericanas siempre fue una inversión suplementaria cuya intención era impulsar las ventas de las producciones regulares en lengua inglesa.

<sup>38</sup> *Cine Mundial*, julio de 1939, pp. 317-320.

<sup>39</sup> *La Nación*, 9 de septiembre de 1939, p. 11; *Cine Mundial*, septiembre de 1939, pp. 435-436.

<sup>40</sup> *Motion Picture Daily*, 22 de julio de 1939; *Film Daily*, 19 de julio de 1939, p. 19. Para otras reseñas, véase *Motion Picture Herald*, 22 de julio de 1939; *Hollywood Reporter*, 15 de julio de 1939, p. 3; *Hollywood Reporter*, 15 de julio de 1939, p. 3; *Cine Mundial*, octubre de 1939, p. 474.

en español tuvo un breve pero significativo impacto sobre los públicos hispanohablantes de cine en Estados Unidos. Nunca antes ni desde entonces tantos films de Hollywood han presentado personajes y escenarios latinos estadounidenses. Diez de las películas en español de Hollywood de 1938-1939 fueron escenificadas parcial o enteramente en Estados Unidos: seis en Los Ángeles, tres en Nueva York, y una en la región de la frontera. Es imposible medir la recepción de los latinos estadounidenses de las producciones en español de Hollywood, pero es probable que los públicos latinos de los Estados Unidos hayan acogido con beneplácito esta visibilidad fílmica temporal en un medio que tradicionalmente presentaba las experiencias latinas estadounidenses como invisibles.

La breve renovación de Hollywood de la producción en español también tuvo un impacto iluminador sobre los debates contemporáneos dentro de los círculos fílmicos latinoamericanos con respecto a las a menudo difíciles relaciones entre Hollywood y las florecientes industrias fílmicas nacionales en la región, particularmente en México. La mayoría de los artistas y realizadores latinoamericanos de cine contratados por Hollywood para sus producciones en lengua española eran de México. Como se mencionó arriba, los nombres cumbre del cine mexicano, tales como las estrellas Tito Guízar, Fernando Soler, Arturo de Córdova, Jorge Negrete, y los directores Gabriel Soria y Fernando de Fuentes, fueron al norte para trabajar en Tinseltown. Consecuentemente, los debates sobre los nuevos films en español de Hollywood fueron los que reverberaron con más fuerza entre los críticos y directores mexicanos. En el fondo, este discurso giraba alrededor de dos temas centrales: 1) los efectos de detrimento percibidos en términos de competencia para los mercados y el talento que la producción de películas en español de Hollywood hubiesen tenido sobre la propia industria fílmica de México, y 2) la habilidad, o falta de ella, de Hollywood para producir Cine Hispano “auténtico” y de alta calidad. Examinar los debates sobre estos temas arroja luz no sólo sobre el cine mexicano y de Hollywood del periodo, sino también ilumina las fracturadas identidades culturales y nacionales de los actores involucrados.

No es de sorprender que el consejo de Ramón Peón publicado en el *Hollywood Reporter*, acerca de cómo podían los productores norteamericanos “impactar” el mercado hispano, trajera un contragolpe rápido y

severísimo por parte de los comentaristas de la Ciudad de México. Saturada con el hipernacionalismo oficial y el antiyanquismo de los años de Cárdenas, la respuesta del fundador del *Cinema Reporter*, Roberto Cantú Robert, fue típica. Tras dar unas cuantas estocadas personales a Peón al pintarlo como un director ingrato y de segunda clase, Cantú Robert procedió a denunciar sus puntos de vista y a etiquetarlo como un “enemigo del Cine Hispano”. Como ciudadano mexicano naturalizado, el estatus de Peón en las mentes de los críticos de cine nacionalistas era, para comenzar, probablemente cuestionable. Pero su defensa abierta del gran coloso cultural del norte fue vista en muchos círculos fílmicos mexicanos como más que una traición. Desde la perspectiva de Cantú Robert, Hollywood era el último lugar donde se debían realizar films en español. Aunque había que aprender de la tecnología de Hollywood, “para verdadero ambiente, propiedad y colorido, sólo México, Cuba, Buenos Aires, España, no Hollywood”.<sup>42</sup>

Mientras que la mayoría de los críticos de la Ciudad de México se mostraban suspicaces y combativos hacia la renovación de Hollywood de la producción en lengua española, un prominente periodista mexicano afincado en Hollywood, Gabriel Navarro, tuvo una reacción bastante distinta. Quizás residir fuera de la *métropole* del cine mexicano permitía más libertad de expresión. Quizás estaba involucrado el interés personal: Navarro trabajó como dialoguista en los cuatro films de Faralla con Tito Guízar, así como en *La Inmaculada* de Bonanova.<sup>43</sup> Cualesquiera que sean las razones, y para el disgusto de sus colegas de la Ciudad de México, el editor y columnista principal de la Página de Cine del diario en español de Los Ángeles, *La Opinión* (así como colaborador regular de la revista mexicana *Cine*), aclamó la nueva política como un beneficio potencial para los actores, escritores y directores mexicanos y, a largo plazo, para la industria fílmica mexicana como un todo. “No signi-

<sup>42</sup> *La Opinión*, 8 de enero de 1939, secc. II, p. 6.

<sup>43</sup> Navarro no fue el único periodista mexicano que tuvo una participación directa en los films en español de Hollywood a fines de la década de los treinta. Enrique Uthoff, editor de *Cine Mundial*, escribió los libretos en español para *Papá soltero* (1939), *El otro soy yo* (1939), *Cuando canta la ley* (1939) y los diálogos para *El milagro en la Calle Mayor* (1939). Por su parte, el crítico mexicano de cine Miguel de Zárraga, Jr. escribió el diálogo para *La vida bohemia* (1938), *Castillos en el aire* (1938) y *Mis dos amores* (1938).

fica el estado actual de las cosas —escribió Navarro— una invasión *yanquee* en México, sino una invasión mexicana a Hollywood.”<sup>44</sup>

Navarro presentó su caso en una serie de editoriales concernientes al informe de enero de 1939 acerca de que Cobián había contratado a Fernando Soler, Margarita Mora, Jorge Negrete y el director Gabriel Soria para realizar películas en español para la Twentieth-Century Fox. Al ir a Hollywood, decía el consenso dentro de la prensa mexicana, estas estrellas se convertirían en elementos híbridos, estigmatizados por la mancha del *pochismo*. Hollywood los trituraría, predijeron estos críticos, y a su regreso no serían nada más que una pulpa. Sin embargo, para Navarro, los beneficios de trabajar en Hollywood sobrepasaban con mucho los riesgos involucrados. Mientras que admitía que el espectro del *pochismo* podía ser un problema, el editor de *La Opinión* argumentó que la experiencia de Hollywood servía a los mejores intereses de los artistas mexicanos en tres formas importantes. Primero, ganarían más dinero. Segundo, ganarían un amplio atractivo internacional por medio de la más avanzada maquinaria publicitaria de Hollywood. Finalmente, y quizás lo más importante, los realizadores de cine y las estrellas mexicanas adquirirían invaluable habilidades técnicas y artísticas al trabajar en Hollywood. Según la perspectiva de Navarro, la experiencia de trabajo en Hollywood equivalía a una especie de escuela superior de arte dramático. Con respecto a la llegada de Jorge Negrete a Los Ángeles en mayo de 1939, Navarro comentó:

Se encuentra Jorge Negrete en Hollywood, que es una escuela de actuación para los artistas de la pantalla. Esta malhadada ciudad de los embustes tiene, cuando menos para los nuestros, la importancia de una cátedra. Ante los Charles Boyer, los Gary Cooper, los Robert Montgomery, Hollywood es para ellos una escuela de perfeccionamiento. Esperamos que ese sea el caso para Jorge Negrete.<sup>45</sup>

Así, desde la perspectiva de Navarro, los realizadores y actores mexicanos serían unos tontos si dejaran pasar el equivalente fílmico de una beca completa en la mejor universidad del mundo.

<sup>44</sup> *La Opinión*, 8 de enero de 1939, secc. II, p. 6.

<sup>45</sup> *La Opinión*, 14 de mayo de 1939, sec. II, p. 6.



Tito Guízar con Popeye (1939). Cortesía de The Academy of Motion Picture Arts and Sciences de Estados Unidos.

La postura de los artistas mismos reflejaba los comentarios de Navarro. “Me parece injusta la actitud de los periodistas de la capital contra nosotros”, afirmó el director Gabriel Soria en una entrevista con Navarro. “Yo he venido a California porque me parece que es aquí donde se hace cine verdaderamente. Hollywood nos pone la muestra en eso de realizar películas, y nada más natural que beber de estas fuentes”. Arturo de Córdova convino: “Nuestro viaje, lejos de perjudicar al cine mexicano, lo beneficia, porque todo lo que logremos aprender será para ponerlo en práctica más tarde allá, que es en donde está nuestro puesto”. En la misma entrevista, Fernando Soler resumió los puntos de vista de los artistas. “Me parece una niñería de los periodistas cinematográficos de México atacarnos por haber aceptado este contrato. Hemos venido porque, en honor a la verdad, necesitamos aprender mucho de los norteamericanos en cuestión de técnica, si queremos mejorar el nivel artístico de nuestra producción. Ustedes, los periodistas mexicanos de acá,



Cartel de *La Inmaculada* (1939). Smithsonian Institution Archives Center, Estados Unidos.

que ven el asunto sin prejuicios, tienen el deber ineludible de defendernos.”<sup>46</sup>

Al defender las decisiones de los artistas mexicanos que se “vendieron” al ir a Hollywood, Navarro se abrió a los cargos de que su residencia extranjera había diluido sus propias lealtades nacionalistas. En diálogo directo con sus detractores de la Ciudad de México, Navarro se sintió frecuentemente llevado a introducir comentarios en sus editoriales con pruebas de su mexicanidad. Por ejemplo, publicó en una de sus típicas defensas:

<sup>46</sup> *La Opinión*, 22 de enero de 1939, secc. II, p. 6. Debe notarse que la mayoría de los realizadores mexicanos que brillaron durante la Época de Oro, como el director Emilio Fernández y el fotógrafo Gabriel Figueroa, tuvieron un tiempo de aprendizaje en Hollywood en los años treinta. Sobre Fernández y Figueroa, véase “The Poetics and Politics of the Fernández-Figueroa Style”, en Chon Noriega y Steven Ricci (eds.), *The Mexican Cinema Project* (Los Ángeles: UCLA Film and Television Archive, 1994), pp. 13-24.

Quien escribe estas líneas es mexicano de nacimiento y de corazón. Veinte años de residencia en los Estados Unidos no han podido apagar su cariño hacia todo lo nuestro. Durante más de ocho, ha estado sosteniendo en sus escritos la tesis de que “EL CINE HISPANO DEBE SER HABLADO, SENTIDO, PENSADO Y VIVIDO EN ESPAÑOL”. Ha sostenido —y lo sigue sosteniendo— que el Cine de allá es superior al de acá en sinceridad, en colorido, en espíritu, bien que no en técnica fotográfica y sonora. En consecuencia, no puede ser sospechoso de *pochismo*.<sup>47</sup>

Desde la perspectiva de Navarro, la producción de películas en español en Hollywood le permitió tener su pastel y comérselo. Al defender esta política, podía argumentar que apoyaba a los artistas y realizadores mexicanos mientras que permanecía fiel a su *mantra* nacionalista de cómo debía hacerse el cine en español.

Sin embargo, la postura de Navarro descansaba en la un tanto dudosa distinción entre el cine de Hollywood y la producción en español de Hollywood. Al hacer esta división, Navarro podía argumentar que el “enemigo principal” del cine mexicano era Hollywood y no “el cine hispánico realizado en Hollywood”. Veía a este último como un campo fértil para una “invasión mexicana” por el primero. Navarro argumentaba que la industria fílmica mexicana necesitaba aprender de los japoneses, quienes “se occidentalizaban precisamente para combatir a Occidente”. Navarro sostenía que la producción en español de Hollywood proporcionaba la oportunidad perfecta “para el cine mexicano de

<sup>47</sup> *Ibid.*, 8 de enero de 1939, secc. II, p. 6. Para pronunciamientos detallados de la postura de Navarro, véanse sus editoriales de la Página de Cine en *Ibid.*, 25 de diciembre de 1938; 1 de enero de 1939; 7 de enero de 1939; 22 de enero de 1939 y 14 de mayo de 1939. La necesidad incesante de Navarro de desplegar sus lealtades hacia México y su condena de todo lo pocho, era acorde con la política cultural de *La Opinión*. Desde su fundación por Ignacio Lozano en 1927, el periódico siempre había estado dirigido explícitamente a la colonia de *México de afuera* en Los Ángeles. A pesar de que la colonia se transformaba de manera importante al final de los años treinta, pasando de ser una comunidad en su mayoría de inmigrantes a un barrio de inmigrantes y “mexicano-americanos”, el diario en español permaneció inmutable a su misión autoimpuesta de promover el nacionalismo mexicano entre sus desplazados lectores (quienes, por supuesto, desde su perspectiva, algún día volverían a su amada tierra natal). La insistencia de los editores en continuar como un diario exclusivamente en español y su continuo énfasis editorial en los acontecimientos “nacionales”, es decir, en las noticias de México, atestiguan su intención de mantenerse política y culturalmente “mexicanos”.

americanizarse para disputar nuestros mercados a la industria de Hollywood".<sup>48</sup>

La creencia de Navarro en que la "invasión" de México de Hollywood inevitablemente fortalecería la industria fílmica mexicana estaba basada en dos supuestos cuestionables: primero, que, después de haber trabajado en la "academia" de Hollywood por una temporada, los artistas mexicanos se "graduarían" voluntariamente, regresarían a México e infundirían al cine mexicano sus habilidades y entrenamiento recién adquiridos. Por supuesto, existía la posibilidad de que las estrellas y directores mexicanos pudieran desear quedarse en Hollywood e intentarían "cruzarse" a los films en inglés, o que dejaran Hollywood para trabajar en las crecientes industrias argentina o cubana. Este prospecto está estratégicamente ausente de la evaluación de Navarro de los optimistas efectos de la producción hispánica de Hollywood sobre la industria fílmica mexicana.

Sin embargo, el caso de Tito Guízar forzó a Navarro a considerar esta posibilidad. Como se mencionó, la Paramount tenía la intención de capitalizar el estatus estelar de Guízar al presentarlo tanto en producciones en español como en inglés. Después de aparecer en papeles de apoyo en sus primeras tres películas en inglés, se le dio el papel estelar para un *western* titulado *The Llano Kid* (1939).<sup>49</sup> Navarro estaba consciente de que la penetración de Guízar en el estrellato de Hollywood dependía del éxito de *The Llano Kid*. Expresando sus miedos a sus lectores, escribió: "los aficionados hispanos deben desear en el fondo de su corazón, secretamente, que Tito no triunfe en el cine en inglés, porque ello representaría una pérdida para el público de México y de toda Hispanoamérica".<sup>50</sup> También significaría más elementos para los colegas de Navarro afincados en México, que denunciaban incesantemente lo que etiquetaban como la invasión yanqui de México. Finalmente resultó que Guízar no logró conseguir el estrellato en Hollywood con *The Llano Kid*. Desencantado de la calidad del cine hispánico de Hollywood, pronto dejó Estados Unidos en busca de un

progreso en su carrera. No se fue a México, sin embargo, sino a Argentina y Cuba.<sup>51</sup>

La defensa de Navarro del Cine Hispano de Hollywood descansaba en otro supuesto cuestionable: que Hollywood era capaz de producir películas que reflejaran "auténticamente" y se ajustaran a lo que él llamaba la realidad y psicología latinoamericanas. Aunque admitía que la última vez que Hollywood se involucró seriamente en la producción en español (1930-1931), la industria había fallado miserablemente, Navarro se mostraba optimista de que esta vez sería capaz de no repetir los errores del pasado. Desde luego, sentía que la industria aún necesitaba estímulos para llevar a cabo los cambios necesarios para un "auténtico" cine en lengua española. En casi todas sus editoriales Navarro encontraba espacio para reiterar lo que veía como los prerequisites esenciales, muchos de los cuales hacían eco de los consejos de Ramón Peón dados al *Hollywood Reporter*. Navarro sostenía que para que las películas de Hollywood en español no fueran "cuerpos hispánicos con almas sajonas", debían ser realizadas a partir de historias originales en español, adaptadas por escritores hispanohablantes y dirigidas por directores latinoamericanos.

Desafortunadamente para Navarro, la mayoría de sus exhortaciones no fueron escuchadas. Aunque el problema de las incongruencias lingüísticas fue resuelto por la contratación de artistas mexicanos, principalmente, y a pesar de que se utilizaron muchas historias originales, con contadas excepciones Hollywood hizo algo respecto a la contratación de libretistas que dieran forma al tono general de las películas. Como resultado, a pesar de alguna mejora, las nuevas producciones en español de Hollywood sufrieron ataques similares a los padecidos por los films en español previos. En la perspectiva de muchos críticos mexicanos, la mancha del *pochismo* estaba de nuevo alzando su horrible cabeza. Como antes, los libretos para la mayoría de estos films simplemente eran traducciones de diálogos concebidos en inglés. El resultado, como lo puso un crítico mexicano afincado en Hollywood, era de un "hibridismo lamentable". "A través de su fraseología", mantuvo este mismo crítico,

<sup>48</sup> *La Opinión*, 8 de enero de 1939, secc. II, p. 6.

<sup>49</sup> Antes de en *The Llano Kid*, Guízar apareció en los musicales *Tropic Holiday* (1938), *St. Louis Blues* (1939) y en un trabajo abortado titulado *The Singing Charro*.

<sup>50</sup> *La Opinión*, 14 de mayo de 1939, secc. II, p. 6.

<sup>51</sup> Guízar trabajó periódicamente en Hollywood a mediados de los años cuarenta, apareciendo en cuatro films para Republic: los musicales *Brazil* (1944) y *Mexicana* (1945), y los *westerns* *On the Old Spanish Trail* (1947) y *Gay Ranchero* (1948).

se nota siempre el espíritu sajón, la falsedad de las situaciones dramáticas, la caracterización de tipos que solamente en este lado del Río Bravo existen y son comprendidos. Es como si tratando de preparar un platillo típicamente mexicano, se entregaran los materiales a un cocinero sajón. Ahí estarían las materias primas, la salsa, la carne, las especias, pero el sabor sería enteramente extraño a nuestro paladar, porque la condimentación se habría hecho de acuerdo con la modalidad del cocinero, que no entiende nuestros gustos [...] De la misma manera [las películas habladas en español de Hollywood] tienen forzosamente que resultar con un sabor a lata, a cartón, a mistificación *yankee*.<sup>52</sup>

A pesar de que trabajó con el director peruano Richard Harlan en cuatro de sus cinco películas en español para la Paramount, Tito Guízar llegó a una conclusión similar en agosto de 1939.<sup>53</sup> Anunciando que ya no haría Cine Hispano en Hollywood, dijo a la prensa:

Me he dado cuenta de que por más esfuerzos que se hacen en Hollywood, las películas hispanas de aquí no pueden captar el espíritu de nuestra raza de manera completa. Falta en ellas algo. Posiblemente que los asuntos son netamente norteamericanos; posiblemente la falta resida en el criterio sajón con que se producen. El hecho es que, aunque las películas en que he tomado parte en Hollywood se han estrenado con éxito en nuestros países, a mí no me satisfacen completamente. Por eso, en el futuro solamente filmaré en español en la Argentina, en México o en Cuba.<sup>54</sup>

Para fines de 1939, con el entusiasmo de Hollywood por la producción directa en lengua española

en decadencia, la promesa de Guízar se volvió irrevocable.

En retrospectiva, es claro que la renovación de Hollywood de la producción en español en 1939 no fue ni una invasión yanqui de México ni una invasión mexicana de Hollywood. Más que nada, representó el acto de apertura del drama mucho mayor de cómo, a pesar de los reclamos nacionalistas por lo contrario, la industria fílmica mexicana se volvió voluntariamente cada vez más dependiente del capital y la asistencia de Hollywood durante los años de la segunda guerra mundial, el periodo que coincide con el “despegue” de la llamada Época de Oro del cine mexicano.<sup>55</sup> La ironía es que al mismo tiempo que los críticos mexicanos ridiculizaban el *pochismo* y el venenoso hibridismo que contaminaba los films en español de Hollywood, la realidad era que Hollywood y la industria fílmica mexicana se vinculaban cada vez más, tanto institucional como culturalmente. Siguiendo el ejemplo de la RKO, cuya renovación de la producción en lengua española involucraba planes para la construcción de sus propios estudios en la Ciudad de México en 1939, la inversión directa de Hollywood en el cine mexicano siguió creciendo en los años de la guerra. La producción en español de Hollywood en realidad no se detuvo en 1940. La producción interna que se basaba en la importación de artistas mexicanos fue sustituida por otra forma de colaboración: inversión de capital y tratos de distribución. Bajo la apariencia del nacionalismo oficial, entonces, la industria fílmica mexicana misma, por lo menos en términos de financiamiento y distribución, se estaba convirtiendo en el máximo híbrido.

<sup>52</sup> Fidel Murillo, “¿Y por qué los americanos? Los escritores de nuestro idioma jamás son tomados en cuenta para las adaptaciones. El resultado: hibridismo en las películas”, *La Opinión*, 30 de abril de 1939, secc. II, p. 6.

<sup>53</sup> Hipócritamente, dado que trabajó como dialoguista en los cuatro films de Guízar dirigidos por Faralla, Navarro opinó que estas producciones eran “completamente ajenas a la ideología hispánica”, pues las historias habían sido escritas por la esposa norteamericana de Faralla. *La Opinión*, 23 de agosto de 1939, secc. II, p. 6.

<sup>54</sup> *La Opinión*, 27 de agosto de 1939, p. 4.

<sup>55</sup> Para un recuento más completo de las relaciones entre Hollywood, el gobierno de Estados Unidos y la Época de Oro del cine mexicano, véase Seth Fein, “El cine y las relaciones culturales entre México y Estados Unidos durante la década de 1930”, *Secuencia* 34 (Primavera 1996), pp. 155-195; y, especialmente, “Hollywood, U.S.- Mexican Relations, and the Devolutions of the ‘Golden Age’ of Mexican Cinema”, en *Film Historia*, 4:2 (1994), pp. 103-135.