

UN OLIMPO DE IMAGENES PARA EL CONSUMO

EN 1895, las industrias francesa y norteamericana dieron a luz, respectivamente, dos balbucientes medios de expresión que estaban destinados a convertirse en las más gigantescas catapultas de mitos de la primera mitad del siglo veinte. Consta que Louis Lumière, cuando en marzo de 1895 proyectaba por vez primera públicamente **La salida de la fábrica** ante los miembros de la **Société pour l'Encouragement à l'Industrie**, no veía en la cámara tomavistas más que un instrumento científico destinado a los hombres de laboratorio, incapaz de imaginar las enormes consecuencias culturales y sociológicas que se derivarían de la explotación industrial de su flamante artefacto óptico. Tampoco es probable que cuatro meses más tarde Richard Felton Outcault, cuando dibujaba su primera lámina de la serie **Yellow Kid** para el **New York World**, sospechara que su creación inauguraba una de las modalidades más vivas de la cultura de masas, que sería conocida más tarde con el calificativo sustantivado de **comics**. Nacidos con pocos meses de diferencia, el cine y los **comics** iban a pasar del estadio de multiplicadores de imágenes al de colosales fábricas de mitos de la que hoy se llama (impropiamente) «cultura de la imagen».

La caverna de los mitos

Lastrado por una tecnología rudimentaria y carente de unas estructuras industriales sólidas, el cine anduvo sus primeros años a la zaga de los **comics**, que se beneficiaron en cambio desde su nacimiento de la plataforma de lanzamiento que suponía la potente industria periodística norteamericana. Los **comics** nacieron como un episodio más en la encarnizada batalla entre las cadenas periodísticas de Hearst y de Pulitzer, y **Yellow Kid** no fue, en sus orígenes, más que uno de los obuses que disparó Pulitzer contra su rival desde las páginas de su suplemento dominical. Pero **Yellow**

ROMAN GUBERN

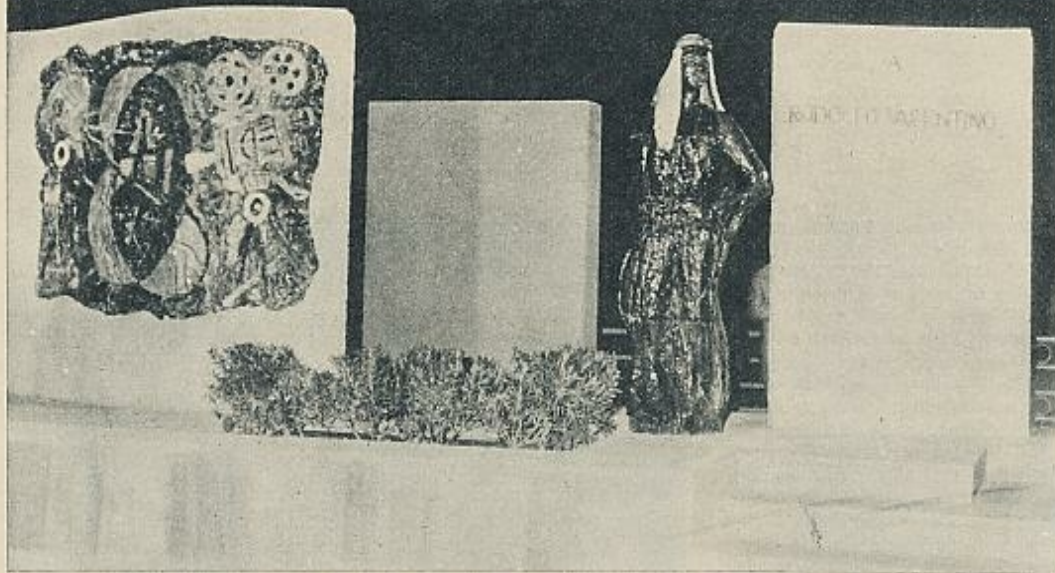
Mary Pickford fue rebautizada con el sobrenombre de «ricitos de oro», convirtiéndose en el prototipo de mujer inocente, virgen e ingenua.



Kid, niño orejudo y simiesco que se expresaba a través de inscripciones en su camisa de dormir amarilla, disputado por los magnates (acabó por aparecer simultáneamente en los diarios de Hearst y de Pulitzer por obra de dibujantes distintos), se convirtió en el primer mito de un nuevo arte popular y llegó a dar su nombre a la prensa sensacionalista, que hoy se conoce en todo el mundo con el apelativo de **prensa amarilla**.

Al nuevo arte se le bautizó en su país de origen con los nombres de **comics** y **funnies** porque las historietas primitivas eran siempre bufas y, además, protagonizadas por personajes infantiles (**The Katzenjammer Kids**, **Buster Brown**, **Li'l Mose**, **Little Jimmy**, el belga **Tintin**) o animalitos (**Little Tiger**). El más memorable de estos primeros héroes infantiles fue **Little Nemo**, creado en 1905 por Winsor McCay para el **New York Herald**, tomando prestado el esquema de Lewis Carroll en **Alicia en el país de las maravillas**, pues las desbordantes fantasías que **Little Nemo** vive en unos sorprendentes decorados **art nouveau** acaban teniendo siempre su justificación final en el sueño del protagonista.

El cine, en cambio, no pudo crear sus mitos hasta que su armazón industrial alcanzó un desarrollo razonable y estuvo en condiciones de asegurar a sus productos una difusión superior a la de barraca de feria. Este estadio se alcanzó en Europa antes que en los Estados Unidos, y así pudo Pathé convertir al «dandy» Max Linder en el primer gran cómico internacional de la pantalla, la Nordisk hacer de Asta Nielsen la primera gran trágica del cine mundial y los italianos poner en circulación el mito de la **mujer fatal**, a comenzar por la **Lydia Borelli** de **Pero mi amor no muere** (**Ma l'amor mio non muore**, 1913). Si la **Borelli** fue la **mujer-sexo**, **Francesca Bertini** encarnó, en cambio, a la **mujer-amor**, con mayor contención y matización psicológica. Y junto a ellas brilló toda una constelación de diosas de voluptuosidad, mujeres superiores que des-



Valentino despertó con su muerte las manifestaciones de histerismo más grandiosas que el «star-system» había conocido. En la fotografía, el monumento levantado en su pueblo natal.

trozaban las vidas de los hombres en dramas de retórica dannunziana, prolongando los grandes mitos y espasmos del romanticismo literario y teatral, con su culto mítico de la mujer ángel-demonio. Incluso sus nombres tienen con frecuencia una insólita resonancia mitológica: Pina Menichelli, María Jacobini, Italia Almirante Manzini, Helena Makowska, Giovanna Terribili Gonzales, Rina de Liguoro, Lina Cavalieri, Bella Madame Hebert.

Como muy bien ha observado Edgar Morin, «la vamp, surgida de las mitologías nórdicas, y la gran prostituta, nacida de las mitologías mediterráneas, tan pronto se distinguen como se confunden en el seno del gran arquetipo de la mujer fatal». Y así, con este nuevo «especimen» humano, vehiculado por los melodramas daneses e italianos, penetró en el cine la sofisticación, las atmósferas aristocráticas y el universo del lujo, que serán pronto constantes y arietes comerciales de las «comedias matrimoniales» de De Mille (basadas en la necesidad de continuar el romance después del matrimonio, lo que conduce al adulterio y convierte a sus films en sermones para que los espectadores cumplan sus deberes conyugales), y de ahí pasará a ser patrimonio de la gran producción de Hollywood.

¿Qué es una «estrella»?

El primer intento para captar la atención de los espectadores mediante el reclamo de actores prestigiosos fue realizado en Francia en 1908 por la productora Film d'art, si bien recurriendo a personalidades célebres de la Comédie Française y de los escenarios teatrales, en una operación industrial que se presentaba bajo un ropaje de nobleza cultural y ambición artística. No obstante, antes de 1910 era práctica habitual que los actores cinematográficos trabajaran de forma anónima en las películas. Pero el empleo del primer plano en las películas de la Vitagraph y en

los primeros films de Griffith contribuyó a popularizar determinados rostros entre el público y a orientar sus preferencias. Un referéndum celebrado en 1911 para determinar el actor más apreciado en los Estados Unidos señaló a Florence Lawrence, «estrella» de la Vitagraph, como la más popular del país. Las consecuencias fueron inmediatas: en 1912 comenzaron a aparecer revistas cinematográficas de carácter frívolo, y en 1913 todas las grandes compañías disponían de departamentos de publicidad para promocionar sus figuras.

Así nació el star-system cinematográfico, fenómeno complejo y producto de un acuerdo tácito entre los rectores de la industria del cine y su público destinatario, cuya demanda latente (espoleda por aspiraciones y frustraciones personales) es condición imprescindible para la viabilidad social del mito fabricado. Mary Pickford, por ejemplo, fue contratada en 1908 por la Biograph con un salario de 40 dólares semanales, y debutó en esta empresa en forma anónima. Su rostro ingenuo y sus bucles rubios no tardaron en popularizarse, y los espectadores la bautizaron espontáneamente con el cursi apelativo de «ricitos de oro» y también Little Mary y Our Mary, pues Mary es uno de los nombres femeninos más comunes, asociado además a la idea de inocencia y virginidad. Cuando los distribuidores ingleses de sus films recibieron cartas del público pidiendo información sobre la actriz, inventaron una falsa personalidad, y un ejemplar de The Bioscope de 1911 publicó su supuesta biografía, atribuyéndole el nombre de Dorothy Nicholson.

Este interés del público hacia algunos intérpretes privilegiados alertó a los productores, que comenzaron a organizar industrialmente la fabricación de mitos para la pantalla, aunque en un principio fueran muy esquemáticos y rudimentarios. Los primeros héroes nacieron, evidentemente, en el seno del primer gran género épico, que fue el «western» americano. Y el caballista Tom Mix (Thomas Edwin

Mix) representó, en este sentido, un ejemplo verdaderamente característico de tipificación extrema. Es posible que su misma impersonalidad y esquematismo fuesen causa de su éxito y universal aceptación. No olvidemos que Tom Mix se movía en el interior de un «western» en estado puro, propio de la infancia de una cultura, y que representaba el desafío y la fuga de la nueva América industrial. Formó con su fiel caballo la pieza solidaria de un centauro que, por su carácter asexual, ha sido calificado como «centauro virtuoso». Podría discutirse el carácter simbólico del caballo como representante de la madre, como quiere Jung, concluyendo el carácter incestuoso del mito de Tom Mix. Pues si el incesto es una pulsión erótica de la infancia humana, Tom Mix fue el arquetipo característico del estado cultural primitivo, representante de la América virtuosa, puritana y anti-india de los pioneros. En cualquier caso, sus relaciones con las mujeres fueron absolutamente prefreudianas, y la mujer no era en sus films la Eva seductora, sino el objeto asexualmente seducido, en un curioso triángulo asexual que conforman el «cow-boy», el caballo y la chica. Con Rio Jim, interpretado por el granítico William S. Hart, el personaje del «cow-boy» tenderá a adquirir una mayor veracidad humana.

En la paleomitología cinematográfica, también la chica era un personaje asexual. Si a Mary Pickford se la llamó la «novia de América» (America's sweet-heart) y aun la «novia del mundo» es porque, efectivamente, su imagen de American virgin correspondía a la condición virginal que las culturas puritanas exigen de sus novias. Con su imagen creó un típico personaje victoriano, emparentado a los mitos de Cenicienta, Heidi y Alicia, muy acorde con la sensibilidad sentimental y decimonónica de Griffith, que la dirigió en sus primeras películas. Aunque, claro está, como toda inocencia esconde una perversión, Mary Pickford no fue una excepción a esta regla y sería interesante estudiar a fondo algunos

de los embarazos fingidos de sus películas.

Mary Pickford fue, durante años, la actriz más taquillera y mejor pagada del mundo (40 dólares semanales en 1909; 175, en 1910; 275, en 1911; 500, en 1912; 1.000 en 1914; 2.000, a finales de 1914; 4.000, en 1915). Ello hizo que Mary Pickford viviera aprisionada por su mito de «ingenua», a pesar de todos los intentos que hizo para escapar de él y a pesar de su turbulento matrimonio con el alcohólico Owen Moore, y luego con Douglas Fairbanks. En 1929, cuando tenía ya treinta y seis años, decidió evolucionar hacia personajes adultos, con Coqueta (Coquette, 1929), de Sam Taylor. Pero a pesar del protector Oscar de interpretación que le fue concedido, el público no le perdonó la infidelidad de su virginidad perdida, rechazó ostentosamente su nueva imagen y Mary Pickford tuvo que abandonar el cine en 1933.

La mujer-objeto es propia de un arte realizado por hombres y en el seno de una cultura patriarcal, como era la cultura americana a principios de siglo. La ingenua se enmarca en el esquema boy meets girl (el chico conoce a la chica; el chico pierde a la chica; el chico recupera a la chica), cuyo otro polo era ocupado por el arquetipo viril de cada momento. Douglas Fairbanks fue quien ofreció la primera imagen mundial del americano sano, fuerte, ágil, deportivo y optimista, pero sería erróneo ver en él vectores eróticos especialmente significativos. Su mens sana in corpore sano hacia de sus relaciones con las mujeres una convención aseptica y sin doble fondo. Primero, en comedias sobre la vida americana, y después en aventuras exóticas o de época, para alcanzar al heterogéneo público internacional, Fairbanks tendrá una cabal continuidad en los «aventureros» deportivos del corte de Errol Flynn.

Pero el primitivismo y pobreza sexual de los primeros «héroes» e «ingenuas» fue pronto desbancado por nuevos arquetipos, como el de la vamp, propuesto por las mitologías danesa y latina. Debemos recordar aquí que recibe el nombre de vampiro un mamífero quiróptero que habita en los bosques de América central y meridional, y que se alimenta de la sangre de otros mamíferos, succionándola de las heridas que practica en su piel durante el sueño. Este inquietante fenómeno zoológico estuvo en el origen de una mitología vampírica que tuvo su primera formulación novelesca en El vampiro (1816), del doctor John William Polidori, y consiguió su obra maestra con Drácula (1897), del irlandés Abraham Stoker. Partiendo de este mito, Philip Burne Jones pintó un cuadro titulado The Vampire (exhibido en 1897 en la New Gallery, de Londres), que muestra a una mujer pálida y de ojos oscuros, vestida

de blanco, sentada en un lecho y contemplando a su víctima masculina que yace inerte. Este cuadro inspiró un poema a Rudyard Kipling, titulado también *The Vampire*, que circuló por los Estados Unidos en las mismas fechas en que aparecía la novela *Drácula*. Ello contribuyó a difundir la moda del vampirismo, tema que inspiró a Porter Emerson Browne su obra *A fool there was*, primero en pieza teatral (1906) y luego en novela (1909).

Así se incorporó a la cultura de masas el mito de la «mujer devoradora de hombres» (que, a decir verdad, procedía de la mitología del romanticismo), y era normal que este mito se introdujera en el cine. Para llevar la obra de Porter Emerson Browne a la pantalla, William Fox eligió a una muchacha de Cincinnati llamada Theodosia Goodman, que había debutado en el cine con *The Stain* (1914). El jefe de publicidad de Fox tuvo la idea genial de revestir a la joven actriz con una aureola de misterio e inventó una falsa biografía, según la cual la muchacha había nacido en el desierto, a la sombra de las pirámides, fruto de los amores prohibidos de un apuesto oficial francés y de una joven árabe, que murió al darla a luz y de quien heredó sus poderes mágicos. Por eso, su nuevo nombre, Theda Bara (de sonoridad danesa), era un anagrama de las palabras *Arab Death* (muerte árabe). Fox redondeó su mito con el «slogan» *The wickedest woman in the world* («La mujer más perversa del mundo»), y así nació esta peculiar figura del mosaico erótico de Hollywood. La nueva mujer-pasión interpretó en la pantalla a Carmen, Madame Dubarry, Cleopatra, Safo y Margarita Gautier, eclipsando con su grotesca voracidad sexual los inocentes bucles de Mary Pickford y atizando el furor de las ligas puritanas que aseguraban, además, que miss Bara practicaba la magia negra y el espiritismo.

Pero las ligas puritanas pecaron por exceso de ingenuidad, pues el Superego que rige los destinos de la producción iba a encontrar una fórmula estabilizadora y tranquilizante, según la cual la intensa actividad erótica de las *vamps*, sus adulterios, exhibicionismo y pecados (destinados a atraer al público) iban a tener su compensación en el castigo final que recibirían ella o sus amantes, en hipócrita componenda entre el comercio y la moral (o entre Eros y Thanatos).

Del mismo modo que la ingenua tuvo su negación erótica en la desbordante figura de la *vamp*, el héroe primitivo y el caballista tuvieron su antipolo sexual en el *Latin lover*, el «apasionado amante latino», que halló su primera cristalización cinematográfica en un joven de Castellana de Taranto (Bari), hijo del veterinario de la localidad, que se haría famoso con el seudónimo artístico de Rodolfo Valentino. El

mito de Valentino interesa desde sus años mozos, cuando a los quince años, fascinado por la capa azul de los oficiales de Caballería, decidió ingresar en este cuerpo aristocrático. Pero la escasez de medios económicos frustró su deseo, por lo que intentó ingresar en la Escuela Maquinista Naval de Venecia, no siendo admitido a causa de su insuficiente apertura torácica. Humillado ante estas negativas que echaban por tierra su sed de distinción y de vida aventurera, sus ensueños le llevaron a viajar a París y a Montecarlo en busca de rápida fortuna. Pero fracasó y tuvo que regresar de nuevo vencido a su hogar. Con los ahorros reunidos por su madre consiguió, en 1913, saltar el Atlántico y desembarcar en Nueva York sin hablar una palabra de inglés. Allí trabajó de ayudante de jardinero en Central Park y empezó a frecuentar los cabarets y salas de baile. De este oscuro período de su vida sabemos que su perfil latino atrajo la atención de muchas damas, trabajó como *taxi-boy* en *dancings* frecuentados por señoras a la busca de *gigolos* y como bailarín profesional, formando pareja con Jean Acker. Se exhibió con ella en varios «night-clubs», efectuaron jiras por el país y se llegaron a casar, aunque ella le abandonó en su noche de bodas a las cuatro de la mañana y se divorció a continuación, alegando «crueldad mental». Este episodio debe retenerse en conexión con su posterior divorcio, ya en plena fama, de la millonaria Natacha Rambova, en el curso de cuyo proceso una amiga común declaró ante el Tribunal: «Natacha no ha sido su mujer más que de nombre».

Sus actividades coreográficas le llevaron hasta Hollywood, en donde trabajó como figurante, hasta que la guionista June Mathis le descubrió para interpretar el papel de Julio Desnoyers en *Los cuatro jinetes del Apocalipsis* (*The four horsemen of the Apocalypse*, 1921), de Rex Ingram, con la que inició su celeberrima carrera estelar.

Ya dijimos que Valentino fue el anti-«cow-boy» y supuso, por lo tanto, la transición del mito infantil al mito púber, al igual que el tránsito de la ingenua a la vampirisa. Valentino fue el *homme fatal*, que, con su cabello negro y brillante, sus grandes ojos pintados, su mirada sensual y su barroquismo ornamental, evidenció la fascinación erótica que el hombre latino ejerce sobre la mujer anglosajona, ya explicitada por los mitos de Don Juan y Casanova, de los cuales fue Valentino, en cierta medida, su continuador. Encarnó en la pantalla el magnetismo sexual, sin complejos ni neurosis, y aunque en su vida privada fue un hombre débil, víctima de mujeres más fuertes que él, representó en el cine una fórmula socialmente tolerada del mito de la potencia sexual de



Greta Garbo fue el arquetipo de mujer independiente, dedicándose preferentemente a interpretar personajes de mujer soltera, es decir, de mujer libre.

las razas consideradas «inferiores», pues los latinos lo son en la óptica anglosajona, como lo son los negros, de tan alto prestigio sexual entre muchas damas blancas. Aunque este mero «instrumento» erótico alcanzó tal prestigio y poder, detalle que debe asociarse al furor del tango (baile sensual en el que destacó Valentino y que tanto irritó al Vaticano), que estableció con su público una relación masoquista, con la sumisión y humillación de las espectadoras hacia un ser inferior, prestigiado por el superávit de sexualidad atribuido a los países católicos y latinos.

Sería interesante estudiar los rasgos homosexuales de este «amante del mundo» a la luz de las teorías de Marañón sobre Don Juan, pues el estigma de la homosexualidad planeó sobre su figura, fue blanco de las diatribas del *Chicago Tribune*, dio el nombre de *El Caid* (uno de sus films más célebres) a un dan-

cing «sólo para hombres», escribió un equivoco librito de poemas titulado *Daydreams* y entre los suicidios histéricos que arrojaron su muerte hubo el de un mozo de ascensor. Sobre su estela latina, pero pálidos por la comparación, discurren tras la muerte de Valentino los mitos de Ramón Novarro, Ricardo Cortez, Antonio Moreno, Gilbert Roland, John Gilbert, Robert Taylor y George Chakiris.

Con la *vamp* y con el *Latin lover* el sexo se entronizó de una forma explícita, oficial y ya irreversible en la mitología del cine.

Los felices veinte: Una nueva femineidad

La mutación que siguió a la primera guerra mundial fue enorme. Pero para comprender el verdadero significado de los *roaring twenties* y de la era del jazz es menester



Continuación de la «vamp» clásica, Marlene Dietrich aparecía remodelada por el «styling» de Josef von Sternberg.

recurrir a ciertos datos sociales, como fue la incorporación masiva de la mujer a la vida laboral fuera del hogar, iniciada ya durante la contienda, y el ascenso de una nueva burguesía enriquecida en el curso de la guerra. La mujer, en consecuencia, tiende a perder su barroco atavio mítico y su orla de misterio y a esta nueva mentalidad realista hay que atribuir la rápida decadencia de Theda Bara desde 1918. La guerra aceleró un cambio de actitud ante el matrimonio y, como corolario, las ideas sobre la virginidad y el adulterio iban a ser severamente revisadas, cuando menos en la práctica social. También el diseño de la estética femenina sufrió un giro copernicano por obra de Mlle. Gabrielle Chanel, mucho más conocida como Coco Chanel, que inició su revolución en 1914 al presentar en Deauville sus primeros jerseys, inaugurando

un proceso de liberación del cuerpo femenino que ya no podrá detenerse. Desterrados los aparatosos perfollos, fajas y corsés que esclavizaban a la mujer, Coco Chanel operó un retorno a la Naturaleza, paralelo al de Isadora Duncan en el baile, e impuso un estilo simple y funcional, basado en la comodidad de movimientos del cuerpo.

Era normal que el cine americano reflejase estas mutaciones, aunque retocadas y sublimadas por la industria de Hollywood. No era cierto, por ejemplo, que la mujer se hubiese emancipado, pero era cierto que se había operado en gran número de espectadoras un cambio de mentalidad, y, negando el arquetipo paulino de la mujer-sumisión, estas espectadoras aspiraban a la emancipación social y sexual. Por eso, el cine proponía a sus públicos el nuevo mito de la flapper, la muchacha desenvuelta y emanci-

pada, terrestre y no divina como las antiguas **vamps**, que refleja el rostro de la nueva América industrial, desbancando a la ruda América agraria, derrumbe puritano y mutación moral que de modo excelente han reflejado las novelas de Francis Scott Fitzgerald.

Quien mejor ejemplificó el mito de la flapper fue la pelirroja Clara Bow, símbolo y síntesis de la nueva moral, llamada «la chica del it». Para explicar este nuevo concepto hay que remontarse a la mediocre novelista Elynor Glyn, responsable de una *Philosophy of love* e influyente asesora de la Metro-Goldwyn-Mayer, que en 1927 escribió la novela *It*, publicada en la revista *Cosmopolitan*, y que definió este término como un «extraño magnetismo que atrae a ambos sexos», puntualizando que «ha de haber atracción física, pero la belleza no es necesaria». La Metro encontró en Clara Bow el personaje ideal para encarnar el arquetipo del *it*, y de este mismo año data su célebre película *Ello (It)*, junto a Antonio Moreno, y dirigidos por Clarence Badger.

Es notable observar que la cabellera pelirroja gozaba de poco prestigio erótico antes de los años veinte, época en que la cabellera morena era símbolo de pasión. Gracias a Elynor Glyn (que hizo que varias de sus heroínas fueran pelirrojas) y a Clara Bow, este color de pelo se convirtió en intensamente sexuado, adquiriendo las personas pelirrojas fama de apasionadas y sexualmente activas. La moda no fue muy larga, pues sería desplazada por el cabello rubio platino de Jean Harlow, convertido en el **sex-symbol** de los años treinta.

Antecedente de la ingenua-perversa, fue la flapper Clara Bow la primera «estrella» que hizo amplias exhibiciones en dos piezas, si bien debe observarse que la fijación erótica de la época residía en las piernas y no en el busto, que las mujeres se comprimiran para no desentonar con los cánones estéticos tubulares en vigor. También es revelador el tipo de empleos que ejerció Clara Bow en la pantalla, pues jamás se la vio trabajando como campesina o en una fábrica, sino como manicura, instructora de natación, *taxi-dancer*, vendedora de cigarrillos en locales elegantes o dependienta de ropa interior. Es decir, en empleos que la conectaban a mundos sofisticados y con fuertes connotaciones eróticas, y que revelan al estudioso las secretas ambiciones de la *american girl* de los «felices veinte». Al esquema estético-erótico de Clara Bow se amoldaron un buen número de **jazz-babies** de la época, de pecho plano y faldicortas, como Bessie Love, Colleen Moore y Anita Page, exponentes de la moral de la era que

precedió al **crack** económico de 1929.

El nuevo feminismo también se manifestó en los cómics de esta década, pues superado el estadio de las **kid strips** gracias a la visión comercial de Hearst y a través del puente del «comic familiar» —*The Newlyweds* (1904) y *Bringing up father* (1913), de Geo McManus; *The Gumps* (1917), de Sidney Smith—, la industria periodística desencadenó una serie de tiras protagonizadas por muchachas jóvenes, tales como *Polly and her Pals* (1912), *Winnie Winkle* (1920), la oficinista *Tillie the Toller* (1921), *Ella Cinders* (1925), *Dixie Dugan* (1929) y *Blondie* (1930), puntual retrato del matriarcado americano, y convertido en el **comic** que ha batido todos los records de difusión mundial.

A pesar de lo dicho, las jóvenes alocadas y faldicortas que bailaban furiosamente el charleston no pudieron eclipsar ciertas permanencias de un romanticismo más clásico, cuyo ejemplo más alto lo constituye la singular actriz sueca Greta Garbo. Aún no sabemos lo que su misterio y supuesta frigididad sexual deba a sus extrañas relaciones con el «dandy», hipersensible y narcisista Mauritz Stiller, que, homosexual o no, fue el único hombre que tuvo una real importancia en su vida. Sea como fuere, la leyenda de su frigididad sexual, su célebre «¡Quiero estar sola!» y la real soledad y misterio que ornamentó su vida privada crearon el sólido arquetipo de la no-dependencia del hombre, y, de hecho, la Garbo manifestó en la pantalla una abierta preferencia por los papeles de mujer soltera, es decir, de mujer libre. Que la Garbo haya sido tal vez la única gran «estrella» admirada con igual fervor por hombres como por mujeres ha de retenerse como dato altamente significativo. No es raro, si estudiamos su misticismo erótico y su personal ambigüedad masculinofemenina, que tuvo su más alto exponente en el personaje de *La Reina Cristina de Suecia* (*Queen Christina*, 1933), de Rouben Mamoulian, en donde se llegó a disfrazar de hombre en la inolvidable escena con el embajador español. La Garbo ofreció al público una sexualidad equilibrada, con espiritualidad, en una fórmula honorable y aceptable para espectadores y espectadoras, que explica la bipolaridad creada por el antagonismo entre la Garbo (Metro) y la intensa carnalidad de Marlene Dietrich (Paramount). Tan sólido y aceptado fue su mito, que cuando Lubitsch hizo que la actriz rompiera a carcajadas en *Ninotchka* (1939), los servicios de publicidad de la Metro se sintieron obligados a advertirlo profusamente en la publicidad previa al lanzamiento del film, para no contrariar la sensibilidad de los espectadores. Del mito de la Garbo derivarán figuras

de la talla de Greer Garson y Katharine Hepburn.

Del «crack» del 29 a la guerra mundial

El «crack» de 1929 quebró muchas cosas, además de las economías familiares, y entre ellas los restos de áureo romanticismo que pudiera conservar la imagen de la mujer. Quien mejor ilustró lo dicho fue la provocativa Mae West, que se había hecho ya famosa en los escenarios con sus comedias picarescas y había lanzado en 1918 el *shimmy*, un baile que hizo furor, antes de ser contratada en 1932 por la Paramount. Su original tipo de *vamp* neumática, que introdujo en la antropología erótica popular las curvas anatómicas, mayormente las de caderas y naigas que las del busto, con una sofisticación grotesca e irónica y una sexualidad franca y no reprimida (que le llevó a lanzar la ropa interior 1900 como atavío erótico), tuvo gravísimos choques con los sectores puritanos. Al estrenarse *Klondike Annie* (1936), en donde Raoul Walsh adaptaba una comedia escrita e interpretada por la actriz, la prensa de Hearst la calificó de película blasfema y espectáculo «contra natura y contra Dios». Recibió anónimos amenazadores y tuvo que utilizar guardaespaldas para su protección, hasta que no le quedó más remedio que abandonar el cine.

Las comedias de Frank Capra, con su exaltación del *american way of life* y de la democracia americana, sirvieron también para vehicular las nuevas heroínas, como Jean Arthur, que interpretaba la oficinista, secretaria o telefonista técnicamente emancipada, la muchacha-que-quiere-vivir-su-vida, vista con mayor realismo formal que las alocadas *flappers* de los años veinte. Un mito más realista y democrático, en suma, para ser aceptado por las sufridas espectadoras que acababan de padecer la grave crisis de 1929. Quien mejor encarnó este arquetipo fue Joan Crawford, con la particularidad que su carrera estelar resume también la aventura de su vida privada, pues Joan Crawford fue una auténtica *self-made-woman* que se fugó de su provinciano San Antonio natal en busca de mejor fortuna, y tuvo que trabajar como camarera y como corista antes de llegar al cine y triunfar en toda regla, igual que ocurría en las comedias de Capra.

Tras el éxito de *Virgenes modernas* (*Our dancing daughters*, 1928), de Harry Beaumont, Joan Crawford ascendió en flecha como imagen de la «mujer libre americana», dueña de su destino, a la vez que paralelamente a su ascenso estelar transformaba también su arquetipo y pasaba a interpretar papeles de «gran dama», como un reflejo de su biografía real. La importancia



Imperio Argentina fue rebautizada recientemente como la Cyd Charisse española, denominación abusiva que catalizaba el entusiasmo despertado a la crítica joven en su redescubrimiento.

de Joan Crawford fue enorme, porque con la colaboración del modisto Adrian trastocó la morfología de la mujer americana. Dotada de grandes ojos y boca, barrió la moda de las boquitas en forma de corazón y cejas finas, en favor de sus espesas cejas y de su boca gigantesca y brillante, de transparente lectura freudiana.

Junto a Joan Crawford, la gran creación del erotismo cinematográfico americano de los años treinta fue Jean Harlow, que, descubierta por el millonario y magnate de la aviación Howard Hughes, incorporó a su harén artístico de la R. K. O. (como haría luego con Jane Russell) y la lanzó en *Angeles del infierno* (*Hell's Angels*, 1930), que dirigió el propio Hughes. Harlow fue la *Platinum Blonde* («rubia platino», título de la película en que Capra la dirigió en 1931) de los años treinta e impuso esta moda a las mujeres americanas. Se ha afirmado que la Harlow hizo aumentar en un 35 por 100 la venta de cosméticos a base de peróxido. Desde luego, es bien posible, a la luz del furor imitativo que desencadenó esta rubia con apariencia de orquídea, de la que los maledicentes

susurraban que poseía una veta de albinismo. La sexualidad de Jean Harlow fue directa, agresiva y cínica, llevando su franqueza a alardear, a través de generosos escotes delanteros y de espalda, de que no utilizaba sostenes. Este es un hecho importante, porque con la Harlow se inicia netamente el desplazamiento del erotismo de la pierna al busto, preluendo la imagen de Marilyn Monroe, aunque si para Jean Harlow el desnudo operaba como elemento voluntarista de provocación, en Marilyn el desnudo será una expresión de candor y espontánea ingenuidad.

Tanto Jean Harlow como Joan Crawford tuvieron como frecuente *partner* en sus películas al actor Clark Gable, que es uno de los modelos de virilidad más significativos de la época, y supuso una novedad en el *sex-appeal* de los años treinta, que es cuando empieza a dibujarse el atractivo de los galanes maduros, que otorgan especial seguridad y protección a las espectadoras. El tipo de Gable, duro, de virilidad elegante y seguro de sí compone una especie de donjuán amargo y fatigado, con acento cínico, en una neta superación de la

fórmula primaria establecida por Valentino. Obtuvo el más célebre personaje en el caballero sudista que ejerce un fascinante dominio sobre la mujer, la celeberrima Scarlett O'Hara (Vivien Leigh) de *Lo que el viento se llevó* (*Gone with the wind*, 1939). Por eso no es raro que entre la galería de apodos que aureolan a los dioses de Hollywood se eligiese para él el sobrenombre *The King* («El rey»), por su, valga la expresión, majestad y poderoso dominio sexual sobre la mujer.

Si Clark Gable fue una novedad de la época, Gary Cooper representó, en cambio, la continuidad, porque era una actualización del héroe caballeresco que arranca de Tom Mix, oponiéndose al refinado caballero sudista como representante de la más ruda, cordial y democrática civilización nordista. Este rango lo encontraremos en todas sus películas, que no se limitaron al cine de aventuras y «westerns». En el ciclo de comedias de Capra, por ejemplo, fue Gary Cooper el ciudadano modélico y el «héroe democrático». Su actuación en *El secreto de vivir* (*Mr. Deeds goes to town*, 1936) fue tan eficaz socialmente, que el Gary Cooper's Fan Club de San Antonio inició una campaña para que el actor fuera elegido Presidente del país en las elecciones de 1936. Gary Cooper fue «cow-boy», legionario, aviador, explorador, soldado, es decir, operó en esa esfera imprecisa del «aventurero», pero aventurero positivo y de buen corazón, pues jamás encarnó personajes villanos, traidores ni cínicos. Aunque son ya muchos los años que separan a Tom Mix de Gary Cooper y este actor supo incorporar una más compleja dimensión psicológica, que se hace evidente si recordamos al atormentado «sheriff» de *Solo ante el peligro* (*High noon*, 1951), de Fred Zinnemann.

También, y hasta cierto punto únicamente, el personaje de Marlene Dietrich hay que inscribirlo en la línea de continuidad de la *vamp* clásica, aunque aparezca intensamente remodelada por el *styling* de Sternberg. Y es que el erotomano Josef von Sternberg, célebre tras el éxito de *El ángel azul* (*Der blaue Engel*, 1929), ha escrito con esta actriz páginas inolvidables de la historia del cine. El memorable ciclo romántico que Sternberg y Marlene realizaron para la Paramount (1930-35), cerrado tras su ruptura artística y sentimental, ofrece excepcional interés mitológico. A la Marlene Dietrich que despedazaba moralmente al pobre Emil Jannings en *El ángel azul*, sucedió la Amy Jolly de *Marruecos* (*Morocco*, 1930), su primer film americano, en donde la actriz vistió un frac que escandalizó a los simples de espíritu y en cuya escena final se desprendía de sus lujosos zapatos, símbolo de un pasado, para seguir descalza y compartir los peligros

UN OLIMPO DE IMAGENES PARA EL CONSUMO

del desierto con su amado legionario (Gary Cooper). En **Fatalidad** (*Dishonoured*, 1931) se convertirá en espía por amor y será fusilada y en **El expreso de Shangai** (*Shangai Express*, 1932) sacrificará su honor para salvar al hombre que ama. Edgar Morin ha expresado justamente esta crisis y evolución de la **mujer fatal**, cuya «frigididad destructiva no puede adaptarse sin ridículo al nuevo clima realista (...); las **vamps** cambian de personaje y Marlene Dietrich se humaniza y pone su erotismo al servicio de un gran corazón».

Los años treinta impusieron también el género de «gangsters», con sus gotas de sadismo y con figuras tan atractivas como Paul Muni, protagonista de **Scarface** (1932), Edward G. Robinson, que lo fue de **Hampa dorada** (*Little Caesar*, 1931), James Cagney y, especialmente, el gran Humphrey Bogart, que impuso su nombre a partir de **El bosque petrificado** (*The petrified forest*, 1936), de Archie Mayo. Con el «feo» Humphrey Bogart toma cuerpo en grado máximo el sugestivo mito del **bad-good boy**, que encierra la misma contradicción moral que

la **vamp**, ya que su positivo y eficaz magnetismo encontrarán la frustración final de su muerte, para pagar tributo a la moral del código Hays y a su imperativo de castigar al delincuente. Aunque en este caso la muerte no hace otra cosa sino nimbar su figura con un conmovedor halo romántico, que es precisamente lo que Hays no quería.

En esta época se produce también una intensa ósmosis entre el cine de acción y de aventuras y los **comics**. Puede decirse que el **comic** realista de aventuras nace en 1929

con el **Tarzán** de Harold Foster (anterior al de Johnny Weissmuller), y continuado desde 1937 por Burne Hogarth. Pero James Cagney presta su rostro a **Dick Tracy** (1931), de Chester Gould, que inaugura el **comic** policíaco. Y la competencia de los **Syndicates** periodísticos rivales desencadena una veloz proliferación de aventureros de todo tipo: los futuristas **Buck Rogers** (1929), de Dick Calkins, y **Flash Gordon** (1934), de Alex Raymond; el **Agente secreto X-9** (1934), de Raymond y con guión de Dashiell Hammett; los héroes selváticos **Jorge y Fernando**, de la **Patrulla del Marfil** (1932), de Lyman Young; **Jungle Jim** (1934), de Raymond, y **El hombre enmascarado** (1936), de Ray Moore; los héroes del aire **Smilin' Jack** (1933) y **Ace Drummond** (1934); el memorable **Prince Valiant** (1937), de Foster. Nuevos rostros y nuevos mitos del siglo, que han llegado hasta nuestra generación en los álbumes apaisados de Hispanoamérica de Ediciones y que fueron movilizados por sus dibujantes y el Pentágono al estallar la segunda guerra mundial (como volvería a ocurrir en las de Corea y Vietnam).

Pero en esta década Europa crea también mitos universales, como el arquetipo trágico de Jean Gabin, que, con su acento canalla, se mueve por los brumosos suburbios industriales, entre Zola y Prévert. Jean Gabin fue el gran antihéroe arrabalero (pero no proletario) del cine francés del Frente Popular, y formó con Michèle Morgan la gran pareja romántica de **Quai des brumes** (1938), de Marcel Carné, todo un compendio del **malheur de vivre**, que hizo derramar no pocas lágrimas a los espectadores de la época, a las puertas de la segunda guerra mundial.

Más alegre, en la España de antes-guerra encontramos a la bonaerense Imperio Argentina, seudónimo artístico ideado por Jacinto Benavente para la que ha sido con mucho, hasta hoy, la figura más atractiva de la pantalla española. De su permanencia mitológica da fe su redescubrimiento con motivo de la retrospectiva dedicada a su marido, Florián Rey, durante el Festival de San Sebastián de 1962. Las imágenes de la actriz revivieron con tal fuerza ante los ojos nuevos de la joven crítica internacional, que acuñaron para ella el sobrenombre un tanto abusivo de «la **Cyd Charisse** española», pero aceptable en el juego siempre frívolo de las equivalencias afectivas. La actriz-cantante-ballerina hispanoargentina fue, desde luego, un modelo de mito popular nacido en el seno de una comunidad mayoritariamente agraria y a su gloria va asociada la curiosa personalidad de Florián Rey, que la descubrió en el madrileño teatro Romea y la hizo debutar en **La hermana San Sulpicio** (1927). Su cenit sigue estando en la baturri-

Alejada de la «vamp» tradicional, Marilyn Monroe personificó, en una continua auto-crítica irónica, su propio esquema: huérfana que llega a triunfar superando todas las dificultades ambientales.



UN OLIMPO DE IMAGENES PARA EL CONSUMO

ca María del Pilar de Nobleza baterra (1935) y en la Trini de Morena Clara (1936), realizadas antes de marchar con Florián Rey a Alemania para trabajar en los estudios nazis (1936-39). La vena popular de aquellas películas, tan zarzuelas y plegadas a un costumbrismo barato cuanto se quiera, se nos antoja hoy impregnada de una sana vitalidad que mal podemos separar de cierto clima democrático y populista de la España de anteguerra. La disociación resulta tanto más difícil cuanto que después de 1939 esta veta popular se extingue en nuestro cine, aplastada por una retórica triunfalista y artísticamente estéril.

Revisar hoy sus películas, que circularon por las pantallas españolas en olor de multitud, nos trae de nuevo ese olor que se adhirió a sus imágenes para siempre y que cristaliza en testimonio de la sensibilidad popular, particularmente campesina (véase la permanencia del tema calderoniano del honor en sus films), de una España que se agitaba en busca de un destino nuevo y que no pudo encontrar. Su belleza morena de hace cuarenta años resulta hoy infinitamente más fresca y menos envejecida que la de otras estrellas españolas de diez, veinte o treinta años después. Su registro fue también más amplio de lo que sería moneda común en otras vedettes y el trabajo de la actriz en el film francés *Su noche de bodas* (1931), de Louis Mercanton, consigue hacernos olvidar la burbujeante silueta de Clara Bow, en la que visiblemente se inspiró. Sin tampoco desquiciarse, pues, el mito de Imperio Argentina, recordemos que ha sido la única verdadera gran estrella de la historia del cine español.

La posguerra

El final de la guerra trajo nuevas concepciones estéticas y nuevos diseños para la glotonería óptica de las masas. Entre las personalidades que marcaron este período estuvo Christian Dior (hijo de un industrial arruinado por la crisis de 1930), que fundó en 1947, con el apoyo financiero de Marcel Boussac, una casa de modas en la Avenue Montaigne, de París. Como reacción contra la austeridad impuesta por la guerra, Dior ofreció a las mujeres frustradas en su elegancia el regalo de la falda larga, que abrió el período del *new look* y cuyo éxito le permitió inaugurar, en 1948, una sucursal en Nueva York.

Mientras ocurría esto en Francia, las actrices italianas estaban imponiendo definitivamente una fijación erótica del seno con sus bustos opulentos, cuyo valor permanecía subestimado desde 1900. Gina Lollobrigida, Sofia Loren, Sil-

vana Mangano, Silvana Pampanini y Claudia Cardinale redescubrieron así, con su erotismo campesino y neorrealista, un atributo sobre cuya importancia nos había ilustrado ya la prehistoria humana con la famosísima *Venus* de Willendorf. Todo esto debe matizarse, porque de hecho la hipertrofia mamaria comenzó a ser aceptada desde la segunda guerra mundial, a través de las *pin-ups*, que, como su etimología indica, eran fotos de muchachas desvestidas adheridas a las paredes de barracones y tiendas de campaña de los solitarios soldados americanos.

Los argumentos psicoanalíticos que se han esgrimido para explicar la revalorización del busto femenino en estas circunstancias históricas son bastante curiosos. Se ha hablado, en el caso de Italia, de la dura carestía de alimentos en la postguerra y de las dificultades nutritivas como motor de este redescubrimiento mamario. También se ha querido ver, en el caso de los soldados en campaña, una búsqueda de la imagen protectora de la madre, eróticamente sublimada. En ambos casos, la explicación de fondo resulta bastante coincidente, pues el busto femenino sería imagen de la protección y nutrición materna, en un neto fenómeno de regresión a la infancia.

Entre tanto, en los Estados Unidos la televisión comercial iniciaba, en junio de 1946, su reinado y comenzaba a arrebatar al cine algunas de sus figuras más populares (Bob Hope, Greer Garson, Lucille Ball, Maureen O'Hara, Robert Montgomery), convirtiéndose en una nueva catapultas de mitos icónicos. Pero el cine siguió demostrando su capacidad como fábrica de mitos, con figuras como Marlon Brando, que se convirtió en el símbolo sublimado de la potencia sexual y virilidad del macho americano, «inferior dominante», que, con su viril primitivismo, subyuga a las mujeres, como a la pobre Blanche Du Bois (Vivien Leigh) de *Un tranvía llamado deseo* (*A streetcar named desire*, 1951), de Ella Kazan, y luego como peón mejicano y como «docker» neoyorquino. Pero el *Actor's Studio* ha conferido a su personaje una atormentada complejidad neurótica y no es raro que en su primer film, *Hombres* (*The men*, 1950), de Fred Zinnemann, interprete a un parapléjico víctima de la guerra, atormentado por sus esfuerzos para conseguir una recuperación física. Pero desde el punto de vista de la interpretación de un mito, su film más interesante resulta ser *El rostro impenetrable* (*One-eyed Jacks*, 1960), dirigido por él mismo, en donde se asiste a la castración simbólica del pistolero, al destrozarle su mano derecha.

También del *Actor's Studio* procede James Dean, el adolescente desamparado y atormentado que llevó a la pantalla los conflictos de

su vida real, de su difícil infancia huérfana, aunque por extensión acabó por convertirse en el símbolo y espejo de toda una generación con su clamoroso *Rebelde sin causa* (*Rebel without a cause*, 1955), de Nicholas Ray. A diferencia de Marlon Brando, James Dean buscó en las espectadoras protección en vez de dominio y el que su personaje, mal equipado sexualmente, obtuviera tan vasta aceptación femenina revela en qué medida las adolescentes americanas veían con él satisfechos sus impulsos frustrados de mujer-madre. La rebelión contra el entorno familiar, que es un tema eterno, aunque se haya agudizado considerablemente en las dos últimas décadas, hará que se hable de un «complejo de Cain» al referirse a esta «mal hijo», incomprendido por los padres, pero comprendido por todos los espectadores de menos de veinte años. Su rebeldía se manifestó en su atuendo informal (*bluejeans*, camisa sin corbata) y en el culto a la velocidad, una forma de fuga de la realidad que habría de costarle la vida a sus veinticuatro años. Su muerte sacudió al país con una ola de histeria comparable a la que sucedió a la muerte de Valentino y los restos de su *Porsche* se vendieron a partir de veinticinco dólares la pieza.

Otro mito de grueso calibre de los años cincuenta fue Marilyn Monroe, huérfana que también conoció una infancia llena de penalidades, dificultades a las que habría que atribuir, interpretando literalmente a Adler, la superación personal que la condujo hasta el estrellato de Hollywood, pasando por las célebres fotos de su desnudo de calendario. Cuando le preguntaron más tarde por qué razones había posado desnuda, respondió con naturalidad: «Porque tenía hambre y debía tres meses de alquiler». Del mismo modo, cuando otro periodista le preguntó qué se ponía para dormir, contestó: «Chanel número cinco». Es decir, que Marilyn asumía el desnudo y la atracción erótica con aplastante naturalidad. O, si se prefiere, con inocencia.

Además de esta naturalidad que aleja a Marilyn de las *vamps* tradicionales, hay en sus películas una permanente ironía y autocrítica hacia aquel espécimen humano del que Marilyn fue su culminación y su sepulturera. Obtuvo su primer éxito en *Niagara* (1953), en donde Hathaway la hizo caminar sobre tablas muy altas para forzarla a un cimbreo erótico. Howard Hawks reunió una pareja explosiva al enfrentarla a Marilyn Monroe con el erotismo masivo de Jane Russell en *Los caballeros las prefieren rubias* (*Gentlemen prefer blondes*, 1953) y así, paulatinamente, Marilyn Monroe fue dejando de ser una «muñeca de carne» para convertirse, con la ayuda de Billy Wilder (*La tentación vive arriba*, *Con faldas y a lo loco*) en una gran actriz y en

esposa de Arthur Miller. André Bazin ha formulado así la aportación de Marilyn al erotismo cinematográfico: «He escrito que después de la guerra el erotismo cinematográfico se desplazó del muslo al seno. Marilyn Monroe lo ha hecho descender entre los dos».

La Francia neocapitalista aportó, un poco más tarde, la bomba rubia de Brigitte Bardot, lanzada por su esposo, Roger Vadim, en *Et Dieu créa la femme* (1956), que mostraba las andanzas de una jovencita y atractiva huérfana de Saint-Tropez, enardecido la rivalidad de los hombres. Brigitte Bardot aportó en un año a Francia más divas que la empresa Renault, impuso un nuevo *standard* estético a las mujeres francesas y se convirtió en la más importante *femme-enfant* del siglo, aunque con antecedentes tan notables como la añorada figura de Mary Pickford, Shirley Temple, Cécile Aubry, los prototipos de Lolita (1955) y *Baby Doll* (1956), Leslie Caron, Etchika Chereau, Françoise Arnould, Dany Carrel y los retratos femeninos de Domezegue. El arquetipo de la *femme-enfant* o *baby-sex*, de expresión facial ingenua y candorosos rasgos adolescentes, ha de conectarse al tradicional mito erótico de la «colegiala» y a la pulsión de estupro que yace agazapada en todo hombre maduro. Por eso ha podido decir Marguerite Duras que Brigitte Bardot ha sido «el imposible sueño de los hombres casados». En este caso, la actividad erótica era ejercida con una natural y desinhibida espontaneidad, como producto de una ingenua manera de ser, que todavía no ha establecido la división convencional entre el bien y el mal (rasgos que la actriz ha ido perdiendo al avanzar en su carrera y en su edad).

En el curso de los años sesenta se ha asistido a un espectacular desplome de la institución del *star-system* cinematográfico, hundimiento que debe explicarse en función de la crisis del cine y de sus nuevos planteamientos industriales, de la revolucionaria mutación de la moral y de las costumbres de la juventud y de ciertos fenómenos culturales de masas, como la canción, que tienden a llenar el vacío producido por la crisis del cine. Pero la huella de los grandes mitos icónicos del siglo veinte es tan grande que no ha de extrañarnos encontrar sus trazos en los *comics* sofisticados y erotizados de la última década, como *Little Annie Fanny*, dibujada para *Playboy* por Willy Elder y que se ha apropiado de las formas anatómicas de Marilyn Monroe, o *Barbarella* (1964), para la que Jean-Claude Forest ha robado los rasgos faciales de Brigitte Bardot, o *Jodelle* (1966), de Guy Peellaert, que, nuevo signo de los tiempos, ha tomado prestada para su criatura el rostro de la cantante Sylvie Vartan. ■ R. G.