



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**
Unidad Iztapalapa

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

POSGRADO EN HUMANIDADES

ICR

**“*CARTOONLAND*. ESTEREOTIPOS Y REPRESENTACIÓN DE LA
CULTURA POPULAR EN LA ANIMACIÓN ESTADOUNIDENSE
(1920-1945)”**

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN HUMANIDADES

(LÍNEA ACADÉMICA: HISTORIA)

PRESENTA:

ALEJANDRA VENEGAS SÁNCHEZ

MATRICULA: 2223802428

avesan.rei@gmail.com

DIRECTORA: DRA. MARÍA ESTELA BÁEZ VILLASEÑOR

JURADO

PRESIDENTA: DRA. MARÍA ESTELA BÁEZ VILLASEÑOR

SECRETARIA: DRA. IRMA HERNÁNDEZ BOLAÑOS

VOCAL: DRA. LUZ OLIVIA DOMÍNGUEZ PRIETO

IZTAPALAPA, CIUDAD DE MÉXICO A 16 DE ABRIL DE 2025

**Cartoonland. Estereotipos y representación de la cultura popular en la animación
estadounidense (1920-1945).**

Índice

Introducción	3
Capítulo 1. Génesis animado: la cultura del entretenimiento y los primeros estereotipos en los dorados años 20s.	20
1.1 Un experimento visual. Antecedentes de la animación.	20
1.1.1 Gatos, risas y surrealismo: el desarrollo de la animación estadounidense.	22
1.2 <i>The Roaring Twenties!</i> La década entre alegría y la modernidad.	27
1.2.1 Una sociedad de consumo: moda, marketing y nuevas tecnologías.	31
1.2.2 Animando a los de abajo. Las clases populares en la animación.	35
1.2.3 <i>Wanna be a member?</i> Supremacismo blanco vs animación subversiva.	38
1.2.4 Leyes, matones y borrachos: la clandestinidad en la era de la Prohibición.	43
1.2.5 El paisaje americano. La experiencia del artista y el contraste rural ante el crecimiento urbano como narrativa	47
1.3 Extranjeros en la tierra de la libertad. Migración, prejuicios y representación de otras culturas	51
1.3.1 Entre generalizaciones y exotismo: China y Japón.	53
1.3.2 Los judíos, un “enemigo errante”.	59
1.4 <i>¿Freaks, Minstrels o Harlem cats?</i> La herencia teatral en los estereotipos animados.	62
1.4.1 La herencia teatral: vaudeville, freaks y el circo.	63
1.4.2 “ <i>Minstrel cocktail</i> ”. El siglo XIX y la base de los estereotipos afroamericanos.	70
1.4.3 Los <i>Harlem cats</i> . Aportes iniciales de la cultura <i>Jive</i> en la animación.....	74
Capítulo 2. <i>Ups and Downs</i>: crisis, censura y transición durante los años 30.....	77
2.1 Un tónico para la depresión: dibujos animados, crisis y propaganda durante el gobierno de Franklin Delano Roosevelt.	78
2.1.1 Confianza en camino: animación y propaganda política del New Deal	82
2.2 Hollywood al descubierto. La cruzada contra la inmoralidad.	85
2.2.1 De la censura casera a la renovación del código cinematográfico.	87
2.2.2 <i>Final cut</i> . El código de Hays de 1934.	89

2.3 Vagos, oportunistas y <i>cassanovas</i> : la comedia <i>screwball</i> como respuesta a la censura.	92
2.3.1 Características y usos de la comedia <i>screwball</i>	94
2.3.2 Ficción y sátira en el <i>screwball</i> animado.	97
2.3.3 Una comedia renovada. El <i>screwball</i> de Warner Brothers.	101
2.4 Los cortos enlatados: el racismo extremo en <i>The Censored Eleven</i>	105
2.5 Idilios animados. Roles de género, arquetipos y estereotipos femeninos.	122
2.5.1 Principales arquetipos y estereotipos femeninos.	125
Capítulo 3. <i>All Together</i>.	
La animación como propaganda durante la Segunda Guerra Mundial.	135
3.1 Inestabilidad, fascismo y vigilancia. Estados Unidos ante la guerra.	135
3.2 La Gran Guerra en la Gran Pantalla: propaganda, gobierno e industria hollywoodense.	138
3.2.1 Marketing y propaganda: una combinación letal.	139
3.2.2 Afilando el “arma de la verdad”. Hollywood y el manual de la BMP.	142
3.3 Los dibujos van a la guerra. Estereotipos en la propaganda animada.....	146
3.3.1 <i>Home front</i> y la <i>American way of life</i> en el “arma de la verdad” animada.	147
3.3.2 El enemigo en casa. La quinta columna.	154
3.3.3 Dictadores dementes y el color del fascismo: Los elementos comunes en la animación de entreguerras.....	156
3.3.4 Un caso especial: la propaganda antijaponesa.	161
3.4 El <i>homefront</i> más allá de la frontera. La animación diplomática y extranjera.	170
3.4.1 ¡ <i>Saludos Amigos!</i> La propaganda animada para Latinoamérica.	172
3.4.2 Los enemigos del Tío Sam. Estados Unidos en la propaganda animada del Eje.....	181
Conclusiones	191
Anexo	200
Índice de imágenes	207
Filmografía	211
Fuentes de Archivo y documentos primarios	216
Bibliografía.....	222

Introducción

Hoy en día es difícil imaginar un mundo sin personajes animados. Adelantándose al cine *live-action*¹, los dibujos animados y sus protagonistas, se han robado, desde su primera proyección en 1892, el asombro del público para dar paso a una relación a largo plazo con el mundo del entretenimiento que parece estar lejos de terminar. En Occidente, las estrellas animadas nos acompañan de una u otra manera en nuestro día a día. Ya sea desde su interpretación clandestina de un *graffiti*, en la promoción de todo tipo de artículos o su aparición en sofisticadas experiencias de lujo como el *Hello Kitty Chateau*, los personajes ficticios coexisten sin mayor problema en el mundo real que los trajo a la vida, adaptándose exitosamente a diversas culturas y trascendiendo las barreras del lenguaje, adaptando viejos cuentos al contexto de su tiempo o simplemente desafiando las físicas de nuestra realidad, como lo muestran los primeros cortometrajes del siglo XX.

Sin embargo, a lo largo de más de 120 años de existencia, la animación también ha provisto a la cultura popular de imágenes y personajes que lejos de ser inofensivos, son una muestra de los prejuicios de su contexto. Parte del génesis de este texto se fundamenta en el “caos” que provocan dichas representaciones en nuestro presente. La respuesta moderna más extrema, la cancelación, se origina desde la descontextualización de los materiales que, lejos de crear entendimiento, encierra en una total obscuridad el conocimiento sobre un medio (la animación) y una cultura (la estadounidense), tan llena de matices como de grupos culturales y realidades sociales. “La desviación”² al estudio de la animación no solo arroja luz en cuanto al conocimiento de las cintas mismas, sino también tiene la intención de conectar con una historia sociocultural más general, puesto que los dibujos animados no son un fenómeno aislado de su realidad histórica.

El presente texto se centra en este híbrido cinematográfico como tema principal de investigación, analizando un elemento polémico constante desde sus orígenes: los estereotipos, particularmente los presentes en la animación de Estados Unidos, mismos que influyen en la manera occidental de estigmatizar no solo grupos sociales dentro del territorio

¹ En términos de cine, el término *live-action* se refiere a las producciones que emplean primordialmente, actores, actrices e incluso animales reales. A lo largo del texto se empleará el término en inglés.

² Michel de Certeau, “Capítulo II: La operación historiográfica” en *La escritura de la historia*, México, UIA, 1999, p. 92.

estadounidense, sino también abonan imágenes distorsionadas de otras naciones. Es puntual mencionar que algunos de estereotipos presentes en la animación del siglo XX siguen reproduciéndose en nuevas producciones, a manera de sátira de la propia sociedad estadounidense y sus prejuicios, tanto del pasado como de la actualidad. Series *sitcom*³ como *South Park* (1997-presente) bombardean regularmente al espectador con ese pasado animado incómodo -es decir, estereotipos, incluyendo también aquellos que hoy se piensan superados- empleándolos como una acida crítica a la doble moral en la sociedad estadounidense.

Los estereotipos son, independientemente de la temporalidad y medio audiovisual en el que se presenten, una herramienta simbólica que ha acompañado a la humanidad incluso previo a la creación del cinematógrafo o la prensa. La animación muestra, de manera gráfica, que dichos estigmas no solo no cambian del todo en pleno siglo XX, sino que se reproducen constantemente, normalizándose su uso en la vida cotidiana gracias a su presencia constante en el mundo del entretenimiento del cual, la animación es partícipe activo. El empleo cómico de estereotipos en medios satíricos como es la animación hace de estas imágenes no solo un chivo expiatorio de los problemas de la sociedad, sino también funciona como elemento catártico en los tiempos compulsivos.

Esta situación evoca a dos preguntas centrales ¿Qué función tienen los estereotipos en la animación?, y ¿es la animación un producto de la cultura popular o un producto comercial?

Estas preguntas iniciales derivan al siguiente objetivo general: distinguir los principales estereotipos raciales y de género presentes en la animación, identificando su origen. A su vez, el trabajo busca identificar que rasgos de la cultura popular estadounidenses se reflejan en estos documentos, desde la identidad hasta sucesos históricos y leyes, así como indagar en los usos prácticos de la animación, tanto como objeto de consumo, expresión artística, o bien, medio de propaganda. Como objetivos particulares, la investigación busca:

³ Contracción de *situation comedies*, el *sitcom* es un tipo de comedia en series de televisión que presenta el mismo conjunto de personajes en cada episodio, en situaciones divertidas que son similares a las de la vida cotidiana. Graciela Padilla Castillo y Paula Requeijo Rey, “La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas”, en *Fonseca: Journal of Communication*, Salamanca, Universidad de Salamanca, No. 1, 2010 pp. 193-194. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3635127>, consultado el 11 de enero de 2025.

- Identificar los primeros estereotipos animados que surgen en la década de los años 20, mismos que se inspiran tanto en el contexto de la década, como en la herencia teatral y periodística del siglo XX.
- Analizar el papel que tuvo la animación durante la Gran Depresión y la censura, así como la evolución que tuvieron los estereotipos, particularmente los femeninos y afroamericanos.
- Analizar que discursos, elementos visuales y estereotípicos se implementaron en la propaganda animada de la Segunda Guerra Mundial.
- Conocer el impacto que tuvo la animación estadounidense en la propaganda de otras latitudes, particularmente durante la Segunda Guerra Mundial.

La delimitación temporal toma como punto de partida la década de 1920, año en que la primera estrella animada de la historia -el gato Félix- logra el ansiado éxito comercial, integrándose a su vez en la cultura popular gracias a la exposición mediática de los cortos. El fin de este recorrido está marcado en 1945, fecha simbólica gracias al inicio de la Segunda Guerra Mundial, conflicto en el cual los estereotipos tienen una participación bastante relevante. Esta delimitación nos permite observar los cambios y usos que los estereotipos tienen en cada década, permitiendo un conocimiento completo tanto de los primeros cincuenta años de existencia de animación estadounidense como de los fenómenos sociales y culturales que se asoman en cada fotograma, los cuales incluyen conceptos como la identidad estadounidense o *American way of life*, la diversidad cultural derivada de la migración; fenómenos sociales como la diferencia de clases o el racismo, así como referencias a eventos históricos, hechos o personajes de la vida cotidiana que forman parte de la identidad de Estados Unidos.

En cuanto a la composición de la investigación, se ha organizado el contenido en tres apartados delimitados por décadas, con el objetivo de identificar de una manera clara el origen de dichas representaciones y sus puntos de metamorfosis a lo largo de la primera mitad del siglo XX. El primer capítulo, “Genesis Animado”, dedica sus primeras páginas a rastrear los orígenes de la animación americana, para después sumergirse en los cambios que supuso la nueva modernidad de los años 20, sus movimientos sociales más significativos, así como

el surgimiento de estereotipos animados derivados del creciente movimiento migratorio, finalizando con la herencia teatral que hace de la animación y sus representaciones, un éxito.

El segundo apartado, *Ups and Downs*, recorre las dificultades que enfrentó la sociedad estadounidense durante la Gran Depresión, a la par de los problemas que suscitó un retorno a la moralidad en la producción cinematográfica. Se exploran aspectos como el papel transgresor de la animación a la censura por medio de la sátira, los estereotipos femeninos, y el análisis de los polémicos “11 prohibidos” o *Censored Eleven*, un conjunto de cortos producidos por Warner Brothers cuya trama gira en torno a estereotipos afroamericanos.

Finalmente, el tercer inciso retoma el último año de la década de los 30, revisando los efectos de la Segunda Guerra Mundial en los medios estadounidenses que, a partir de la participación de Estados Unidos en la guerra, cambia las dinámicas de poder entre Hollywood y el Estado, propiciando la creación de animación propagandística. Así mismo, este último capítulo aborda brevemente el efecto que la propaganda estadounidense causa en las potencias del Eje, quienes responden con sus propias creaciones animadas.

Si bien la animación posee un valor artístico y desarrollo técnico significativo, el presente texto está más interesado en los factores socioculturales retratados en este medio, así como la relación que posee con su contexto, por lo que se auxilia de recursos metodológicos y categorías de análisis propias de la historia cultural y social principalmente. Además del aspecto cultural que suponen los estereotipos, la investigación no desdeña el integrar factores económicos o comerciales que a menudo tienen relación con lo representado en las cintas o con su contexto de producción.

La hermenéutica fue la herramienta principal que me permitió el análisis de las cintas de una manera completa. Entendida por Mauricio Beuchot como un proceso interpretativo donde se explica al objeto de estudio al situarlo en su contexto. Si bien la representación -en cualquier tipo de medio- posee en mayor o menor medida cierto nivel de distorsión, ya que en palabras de Roger Chartier, la realidad tiende a ser “alterada por la debilidad de la imaginación, que hace que se tome el señuelo por lo real”,⁴ la fragilidad de la representación que advierte Chartier presagia una problemática atractiva para el estudio de las imágenes que

⁴ Roger Chartier, *El mundo como representación. Estudios sobre Historia Cultural*. Barcelona, Gedisa, 1992, p. 52.

se desenvuelven ante nuestros ojos en un medio tan maleable como es el cine. En este sentido, la hermenéutica figura como una herramienta efectiva que permite el análisis de las animaciones que presentan estereotipos, ya que cada autor de un documento imprime una “intencionalidad significativa” que se distorsiona al perder de vista el contexto en que se emitió.⁵

Si entendemos a la representación como una institución social que se construye desde el mundo social mismo⁶, de la cual ningún ser humano se encuentra totalmente aislado, la aseveración de Chartier se torna en una invitación a no descartar de inicio las imágenes que nos ofrece la animación desde hace más de 100 años de existencia, mismas que la vuelven tan fascinante e identificable: desde una alegoría directa a un fenómeno histórico, como es el caso de la Alemania Nazi en la propaganda animada de Disney; o aspectos más humanos como la muerte, el miedo o el amor.

Un concepto clave en la investigación es el de cultura popular que, entendida como experiencia colectiva, alude a esa cultura que nace de participación de la población en general, por lo que es creada por la gente misma y que no se adquiere en el mercado, diferenciándose de la cultura del espectáculo, enfocada a un consumo individual y efímero.⁷ Si bien la cultura popular es una experiencia colectiva, esta tampoco se abstiene de incluir en sus discursos y manifestaciones elementos históricos, comerciales o artísticos creados por terceros (sean estos de la élite, una empresa o el gobierno), aspecto donde se integra la animación y los diversos estereotipos que se abordaran a lo largo de los tres capítulos.

La animación, tan maleable en sus representaciones, es un medio que deambula entre la cultura popular (pues se retroalimenta de ella para la creación de personajes y tramas), el mundo del arte gracias a su experimentación técnica continua y la cultura del espectáculo; pues también es un producto de consumo exitoso. Esta triada de atributos generales en los que comprendo a la animación (ser cultura popular-arte-espectáculo) es una invitación para

⁵ Mauricio Beuchot, *Perfiles esenciales de la hermenéutica*, México, UNAM, 2008, pp. 33-35.

⁶ Marina Helena Meira Carvalho, “Três papagaios e o Brasil na Segunda Guerra Mundial. Disputas representacionais e o cotidiano de guerra”, en *Revista Maracanán*, Río de Janeiro, No. 30, mayo-agosto, 2022, p. 177. Disponible en: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/maracanan/article/view/64380>, consultado el 15 de abril de 2024.

⁷ Ignacio Muñiz Jaén, “De la cultura popular a la cultura del espectáculo”, en *Revista PH*. Andalucía, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico No. 99, febrero, 2020, p. 150. Disponible en: <https://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4543>, consultado el 17 de noviembre de 2023.

todo académico a tomarse con menor ligereza sus tramas y personajes, ya que estos, en cuestión de representación de la historia y la cultura, evocan más que un simple arte del cual se benefician las empresas que le producen. Al no dejar de retroalimentarse de la sociedad en la que nace, la animación contribuye a lo que Marc Ferro denominó como “la elaboración de una contra-historia no oficial alejada de los archivos escritos”⁸, aspecto presente en toda obra cinematográfica.

La animación como representación, incluso con sus distorsiones, y como producto cultural, le es imposible deshacerse de la realidad en la que nace. Si seguimos la teoría de Elena Esposito donde “la realidad surge para el observador hasta que existe algo de la cual pueda ser diferenciada”⁹, el estado “ficticio” de la animación, -pese a los problemas que conllevan sus representaciones- sugiere una utilidad práctica. De la mano con el uso de la comedia, el carácter ficticio de los personajes permite a sus autores realizar alusión a temas delicados para el espectador, que invitan al reconocimiento de su propia realidad a partir de lo ficticio, y los estereotipos son parte fundamental de este ejercicio. Siendo heredera del mundo mordaz de las alegorías políticas y culturales de la caricatura, la animación reproduce y readapta antiguos modelos visuales creando tramas y personajes con características reconocibles, puesto que el bagaje visual de la caricatura (e incluso de otras manifestaciones artísticas) está presente en la cultura popular como experiencia colectiva.

Es ahí donde los estereotipos juegan un rol fundamental, pues no solo son parte de una serie de prejuicios o ideas generalizadas, sino que estos mismos se transforman a lo largo del tiempo, adaptándose en gran diversidad de medios, siendo la animación uno de ellos. Este medio artístico, al igual que la caricatura y otras formas gráficas, se vuelve una experiencia colectiva que, conforme su demanda aumenta, vuelve a sus personajes parte la cotidianidad, normaliza ciertos comportamientos, informa y educa a su receptor. Es por ello por lo que me parece pertinente voltear a ver a la animación como un medio cuyas imágenes pueden adentrarnos, más de lo que uno imagina, a una época en particular y permitirnos acercarnos al génesis de ciertos estereotipos por medio de sus personajes.

⁸ Marc Ferro, *Historia contemporánea y cine*. Barcelona, Ariel, 1995, pp. 16-17.

⁹ Perla Chinchilla, “La historia practica: una propuesta”, *Historia y grafía*, México, Universidad Iberoamericana, año 30, No. 60, enero-junio, 2023, p. 60.

Por el contenido de las animaciones que comprenden este texto, es puntual comprender que dichas representaciones fueron creadas bajo parámetros de estima específicos, es decir, aquellas pautas sociales en una sociedad. En palabras de Niklas Luhmann, estos parámetros son “la simbolización emergente” que hace posible la moral, al designar comportamientos, imágenes o incluso productos o discursos como aceptables o no aceptables en una sociedad.¹⁰ Estos parámetros que dan vida a la moralidad, se encuentran condicionados por la libertad (individual) y por las ideas regulativas¹¹, que pueden ser dadas por una institución, el Estado, la religión, etc. Por el uso de la sátira, la animación existe y se permite jugar, a través de sus imágenes en movimiento (entre ellas, estereotipos), entre estas dos condicionales, permitiendo en ocasiones, críticas a la sociedad en la que nace, y comúnmente evidenciando prácticas que pese a ser condenadas por la moral de su momento, si se presentan en la realidad, lo que se llama “doble moral”. En este sentido, el estatus ficticio de los personajes junto al uso de la comedia ampara a sus creadores de usar su libertad creativa y plasmar desde los temas más serios (como una guerra) hasta los más políticamente incorrectos (esclavitud o segregación racial).

Contemplando las posibilidades de representación, dentro de la moralidad de una época determinada (1920-1945) y cultura popular de un país en específico (Estados Unidos), la misión principal de esta investigación es retomar a la animación como documento central, matizando el origen de los estereotipos presentes en ella, así como las referencias a la cultura popular, uniéndolas a su propio contexto, es decir, aquella realidad que contrasta con su estatus ficticio y, pese a ser dos mundos distintos, llegan a fusionarse por medio de los personajes plasmados en la cintas.

Además de las propuestas teóricas de Elena Esposito, Chartier y Niklas Lehmann en torno al estado de ficción y moralidad, el concepto de cultura es fundamental. Edward Burnett Taylor nos ofrece una definición flexible donde cultura es todo complejo que incluye conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otro hábito

¹⁰ *Ibidem*, p.49-52.

¹¹ *Ibidem*, p. 52.

y capacidades adquiridas por el hombre como miembro de la sociedad.¹² Además de la cultura, el lenguaje es una herramienta clave para el análisis de las cintas.

En palabras de Paul Ricoeur “comprender una historia es comprender a la vez el lenguaje del hacer y la tradición cultural de la que procede la tipología de las tramas”¹³ y en el caso de la animación, la comprensión del lenguaje no solo implica ahondar en los aspectos técnicos propios del mundo cinematográfico, sino más bien abordar las cintas desde el lenguaje de las culturas plasmadas, ya que los estereotipos comprenden no solo la representación visual, pues emplean y deforman el lenguaje de los grupos culturales que reinterpretan.

El uso constante de juegos de palabras y de la jerga popular, tanto anglosajona como de grupos específicos - y que varía según el espacio geográfico representado-, son elementos que no deben descartarse del análisis histórico, por lo que me pareció prudente crear un pequeño anexo de términos y palabras de la época que pueden facilitar la lectura de los filmes y los estereotipos en ellos evitando, en la medida de lo posible, el uso de conceptos modernos que dificultarían la comprensión del contexto histórico de cada cinta. A su vez, el uso de conceptos “de época” nos permiten identificar y visibilizar a los grupos o situaciones retratadas de una manera más efectiva.

Por otra parte, el aspecto simbólico juega un papel crucial en la animación. Analizar cuidadosamente los materiales es una ardua labor pero que proporciona un “contexto de descripción”¹⁴. En el caso de la animación la representación de una acción tiene un significado particular para la época. Las imágenes abordadas sin cuidado pueden llevarnos a conclusiones apresuradas y, por ende, erróneas. Peter Burke nos advierte en su obra *Lo Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*¹⁵, hay una especie de tendencia por parte de los historiadores a no tomar en serio el uso de las imágenes como otro

¹² Conrad Phillip Kottak, *Introducción a la antropología cultural: Espejo para la humanidad*, p. 42.

¹³ Paul Ricoeur, “La triple mimesis”, en *Tiempo y narración*, Vol. 1, México, Siglo XXI, 1995, p.117.

¹⁴ Paul Ricoeur, *Op. Cit.*, p. 121.

¹⁵ Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Editorial Crítica, Barcelona, 2005.

tipo de documentación. En ese sentido, siguen prefiriendo los textos o se enfocan más en los hechos políticos y económicos.¹⁶

Pese a lo anterior, es plausible el uso de las imágenes como documento histórico, pero trabajar con éstas plantea una serie de problemas, tales como que pueden ser un “testigo” mudo, lo que en ocasiones resulta difícil traducir a palabras el testimonio que nos ofrece. El uso de imágenes como fuente principal supone una estricta crítica de fuentes, así como confrontación de la información obtenida con otros documentos, esto debido a que, al igual que los textos, el uso de las imágenes proyecta algunos problemas de contexto, función, de retórica, calidad, etc., incluso, algunas de estas ofrecen un testimonio más fiable que otras.¹⁷

Peter Burke plantea que el arte figurativo (que trata de representar la realidad y es contrario al abstracto), a menudo, es menos realista de lo que parece, en ese sentido, más que reflejar la realidad social, la distorsiona.¹⁸ Sin embargo, las animaciones, incluso con su distorsión de la realidad, contienen elementos permanentes que hacen identificable el contexto en el que fueron realizadas e incluso a los grupos o personajes a los que hace referencia, es decir, sujetos reales. Burke también señala que el proceso de distorsión constituye un testimonio de ciertos fenómenos que muchos de los historiadores desean estudiar bajo los rubros de las mentalidades, ciertas ideologías e identidades.¹⁹ Es precisamente el factor de identidad uno de los conceptos que atraviesan este trabajo, así como la comprensión de las ideas de la época para entender el surgimiento de animaciones que ahora nos parecerían totalmente ofensivas y políticamente incorrectas.

La pertinencia de señalar las concepciones de Peter Burke recae en el sentido de que su trabajo de investigación se basa fundamentalmente en el análisis y el uso de imágenes como fuente documental. Otras categorías de categorías de análisis presentes a lo largo de la investigación serán: “espacio”, “sociabilidad”, “estereotipo”, “arquetipo”, “sátira”, “comedia”, pertenencia” e “identidad”. Para una lectura más fluida, decidí colocar que se entiende por cada concepto en el momento en que este es empleado a lo largo de los capítulos, a excepción del concepto de espacio, ya que es vital para entender el génesis de algunos de

¹⁶ *Ibidem*, p. 12.

¹⁷ *Ibidem*, p. 18.

¹⁸ *Ibidem*, p. 37.

¹⁹ *Idem*.

los estereotipos y arquetipos más recurrentes en el mundo del cine y que incluyo a continuación.

El espacio está íntimamente relacionado con el lenguaje de la animación e impacta profundamente en la manera de relatar historias y a su vez, influye en los creadores de las cintas. Así como Reinhart Koselleck plantea la existencia de tiempos históricos simultáneos²⁰, puede inferirse que el “espacio” existe en más de una manera en la animación:

- 1) Un espacio de **producción**: el contexto geográfico e histórico donde se crean las cintas.
- 2) Un espacio de **referencia**: un lugar o espacio “real” que se busca representar, como puede ser Broadway, la Estatua de la Libertad o el Cotton Club.
- 3) Un espacio **representado**: lo que vemos en el filme, el producto final de la abstracción de un espacio en la obra del artista, siendo por lo general un paisaje, territorio y personajes asociados. Ambos elementos se suelen distorsionar en la animación por la estética empleada, pero no pierden elementos identitarios que permitan su reconocimiento instantáneo. Este tipo de espacio es el más importante para esta investigación.
- 4) Un espacio de **sociabilidad**: la sala de cine, teatros, carpas, etc. donde se proyectan las animaciones, espacios que se vuelven un punto de encuentro y se viven diferente para cada clases social de la época según el tipo de proyección.²¹ La popularidad y demanda de las animaciones se refleja en parte por cuantas temporadas de proyección poseen, aspecto que es verificable en publicaciones de la época como son la *Billboard Magazine* o la *Motion Picture News*. Por ejemplo, animaciones como *Plane Crazy*, pese a ser de 1928, continúa siendo proyectada en los años posteriores a su estreno.²²

El territorio²³ por su parte, se hace presente en la animación gracias a una marcada dualidad: la representación de lo urbano y lo rural. La locación geográfica de los estudios,

²⁰ Reinhart Koselleck, *Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*, Barcelona, Paidós, 1993, p. 14.

²¹ Con esto me refiero a la diferenciación del tipo de salas y, por ende, al tipo de público que acude a verlas. No es el mismo ambiente en un *nickelodeon* (sala de corte popular) que un estreno en el elegante Paramount Theatre.

²² Tras la popularización de películas sonoras (también llamadas *talkies*), muchos cortos animados previos a 1927 fueron reestrenados añadiendo efectos de sonido, música y actuación de voz. *Motion Picture News*, New York, Motion Picture News, Inc., Vol. XI, No. 14, 5 de octubre de 1929, p. 1293-1295.

²³ Relacionado íntimamente con la sociedad y la naturaleza, su definición a menudo se asocia con el control u ocupación política de un área delimitada, pues "vincula a la sociedad con la tierra y por supuesto a la naturaleza, pero no desde su apariencia o representación, sino desde su apropiación, uso o transformación y alude tanto a una perspectiva política, como a una cultural, según sea el enfoque. Blanca Rebeca Ramírez Velázquez y Liliana López Levi, *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*, México, Instituto de Geografía UNAM, UAM Unidad Xochimilco, 2015, p. 130.

así como de las ciudades de origen de los artistas, influyen directamente en el cómo se reinterpretan las ciudades en el lenguaje de la animación. A su vez, el concepto de territorio nos lleva -inevitablemente- a discutir el concepto de identidad y como se relaciona con su entorno; así como a las categorías de otredad, inclusión o exclusión²⁴ y pertenencia.

Por otra parte, las obras que han recurrido a la animación como objeto de estudio son, en su gran mayoría, concebidas desde un punto de vista meramente técnico. Abundan los materiales didácticos, enfocados principalmente a la estética y técnicas de animación, realizando apenas una breve semblanza de su historia de su creación y raramente contextualizando o analizando los filmes. Sin embargo, una alternativa inicial para acercarse a la animación es rastrear la historia del cine en general, donde si bien, encontraremos menciones esporádicas a este tipo de filmes, textos como *Historia del cine mundial desde los orígenes* de Georges Sadoul, pueden ser de gran ayuda tanto para contextualizar a los estudios que los producen e incluso, identificar algunas referencias del cine *liveaction* en la animación.

Es plausible destacar los estudios de Lluís Bonet Mojica respecto a la comedia en *El cine cómico mudo: un caso poco hablado (Chaplin, Keaton y otros reyes del gag)*, donde ilustra no solo el mundo de las grandes personalidades de Hollywood, sino también visibiliza algunos de los rasgos fundamentales de la comedia americana, como es el génesis del humor “slapstick”²⁵, que sigue siendo empleado en producciones animadas actuales; desde videojuegos como el ya mencionado *Cuphead*, hasta el muy reciente intento de Disney de emular la estética de la animación de los 20, como se observa en los cortos *Mickey Mouse* (2013-2018) y el piloto de *Oswald the Lucky Rabbit*²⁶ (2022).

Hablando estrictamente de animación estadounidense, son numerosas las enciclopedias y *artbooks* que se enfocan casi exclusivamente en las grandes productoras, y si bien, pueden darnos una idea inicial de la cantidad de materiales existentes, muchos de

²⁴ "El cuerpo, en su desplazamiento sobre el espacio, se encuentra sujeto a la inclusión y la exclusión de los lugares. “Bienvenido a...”, “Prohibida la entrada a...”, marcan territorios". *Ibidem*, p. 133

²⁵ Traducido como “cachetada y garrote”, es un tipo de comedia física donde los personajes sufren accidentes o golpes sin consecuencias graves.

²⁶ Dirigido por Eric Goldberg, el corto fue liberado como parte de la celebración de los 100 años de existencia de la Walt Disney Company. El filme posee las características propias de la animación *rubber hose*: paleta de colores, un animal antropomórfico, comedia slapstick e incluso el hecho de que todo fue animado tradicionalmente. Véase: “Oswald the Lucky Rabbit Stars in a New Walt Disney Animation Studios Short for Disney 100 Years of Wonder” en The Walt Disney Company, 1ro de diciembre de 2022. Disponible en: <https://thewaltdisneycompany.com/oswald-the-lucky-rabbit-stars-in-a-new-walt-disney-animation-studios-short-for-disney-100-years-of-wonder/>, consultado el 3 de diciembre de 2022.

estos textos suelen reducirse a ser meramente listas ilustradas, añadiendo “curiosidades” sin ahondar más en el tema. Algunos otros textos se centran en la historia particular de un personaje. Sin embargo, el análisis de las cintas de dichos protagonistas se asemeja más a una sinopsis de los cortos.

En Estados Unidos, esta situación ha sido enfrentada principalmente por los propios artistas, cineastas e historiadores norteamericanos que conforman el proyecto *Cartoon Research*, un sitio web donde se comparten desde anécdotas hasta breves relatos históricos relacionados con el mundo de la animación, editado personalmente por el animador Jerry Beck. En cuanto a la literatura producida por miembros de este grupo, se destaca *The Colored Cartoon: Black representation in American animated short films, 1907-1954* del historiador Christopher P. Lehman, una obra única en su tipo, puesto que no solo tiene como fuente principal la animación, sino también analiza minuciosamente los estereotipos afroamericanos presentes en los cortos y a su vez, contextualiza estos documentos históricos al confrontarlos con otras fuentes como son entrevistas de animadores y productores así como productos culturales (música, literatura, etc.).

Similar al texto de Lehman, pero indagando desde un enfoque más filosófico, Dustin Devore analiza el imaginario de los estereotipos de nativos americanos en su tesis doctoral *One little, two little, three little stereotypes: A history of native culture and imagery in american cinematic cartoons*. Por su parte, los historiadores, Jim Korkis, y J.B. Kaufman, y el cineasta David A. Bossert exploran en la mayoría de sus textos, la historia y personajes de Walt Disney, como es el caso del *Oswald the Lucky Rabbit. The search for the lost Disney Cartoons*.

Fuera del círculo de *Cartoon Research*, son notables los aportes de Daniel Goldmark, autor de *Funny Pictures. Animation and comedy in Studio Era Hollywood*, un libro que busca dar una perspectiva general de la historia de la animación, mientras que *Tunes for Toons*, enfoca su interés en el uso de música. Por su parte, el literato David Whitley aborda en *The idea of nature in Disney animation* cómo se construye el entorno de las historias, cual es la influencia de los cuentos de hadas y la manera en que los cuentos clásicos se reconstruyen a través del paisaje. Si bien el análisis de Whitley no ahonda en los estereotipos, si busca señalar algunos de los arquetipos más recurrentes en la animación de Disney.

En otro arista se encuentran los historiadores que han dedicado sus textos a la historia de estudios cinematográficos o personajes específicos, como es el caso de John Canemaker, quien explora a fondo la historia del gato más famoso de Hollywood en *Felix. The twisted tale of the world's famous cat* o bien descendientes de míticos animadores como Richard Fleischer -hijo de Max Fleisher- que no solo realiza una extensa biografía de su padre, sino termina plasmando en *Out of the Inkwell* una reconstrucción de la historia del estudio más famoso de los años 30.

Aunque no analiza propiamente los estereotipos, el cineasta Sergei Eisenstein, quien conoció a Walt Disney personalmente, dedicó al artista varios escritos personales, mostrando no solo su admiración por este tipo de arte, sino también enfocándose en describir aspectos estéticos²⁷ propios de la animación americana, constituyendo un pilar para una construcción teórica del lenguaje de la animación. Similar a Eisenstein, se encuentra el periodista y crítico de cine James Hoberman, quien en diversos ensayos dedica un breve pero interesante espacio a las cintas animadas destacándose su artículo “Modernismo vulgar”²⁸, donde aborda el irreverente humor del animador Tex Avery y, en un símil con el caso de Eisenstein, su artículo “La vida secreta de Walt Disney”²⁹ ahonda en la vida del creador de Mickey, develando aspectos de la personalidad y experiencias de vida de Disney que se plasman en sus creaciones.

En un enfoque totalmente distinto, encontramos el texto de Emily Angelina Shurtz, *Stopping the show: early sound animation, spectacle and the cinema of attractions*, donde se realiza un análisis de la animación respecto a su relación con el teatro de variedades también conocido como *vaudeville*. Similar a la obra de Shurtz -aunque no hay mención alguna al cine o animación- encontramos la *Historia de las variedades* de Luciano Ramo, cuya explicación sobre el surgimiento del *vaudeville*, cabarés y *dance halls* no solo nos proporciona una síntesis de su historia, pues incluye brevemente un contexto de descripción sobre estos espacios, que son una influencia significativa en la construcción de personajes,

²⁷ Sergei Eisenstein, *Walt Disney*, Madrid, Casimiro Libros, 2018.

²⁸ Originalmente publicado en 1981, en *Artforum*. Recopilado en J. Hoberman, *Escritos sobre cine norteamericano*, trad. Pablo Marín, Buenos Aires, El cuenco de plata, 2016, pp. 29-42.

²⁹ Originalmente publicado en 2011, en *High Times*. Recopilado en J. Hoberman, *óp. cit.*, pp. 61-71.

tramas y éxito de la animación. Indirectamente el texto también arroja luz sobre el tema de la feminidad en el espectáculo, otro tema de interés en esta investigación.

En cuanto a los materiales que refieren a la historia de Estados Unidos y su cultura, un libro que fue un primer paso para acercarme a la historia de Estados Unidos la obra monumental de Alan Brinkley, *American History, a survey*, texto de gran volumen, que contiene información básica de la desde la creación de las 13 colonias hasta la actualidad. Este texto ilustra cada período de la historia norteamericana con los acontecimientos internos e internacionales, realizando un análisis desde una perspectiva sociocultural y, en el caso de las décadas que este trabajo plantea, especifica pequeños datos como la cultura popular, artes y entretenimiento de cada década del siglo XX, donde la animación y el cine tienen su merecida mención.

En mi búsqueda por libros específicos de temporalidad a abordar, cautivaron mi interés textos como *America in the twenties and thirties: the olympian age of Franklin D. Roosevelt*, de Richard Norton Smith y *The Thirties. America and the Great Depression* de Fon Wyman Boardman. Ambos nos muestran un análisis más profundo sobre la política, economía y sociedad en estas décadas de grandes cambios, y similar al caso de la obra de Alan Brinkley, fueron de gran utilidad para rastrear documentos primarios.

Para acercarme más a como las animaciones han reproducido estereotipos, textos como *Dibujos animados: Estereotipos de género* de Ramón Reig y Rosalba Mandilas Chávez nos ofrecen un abordaje diferente desde los estudios de la comunicación. Si bien, su objeto de estudio no son las caricaturas de las décadas que abordará este trabajo, Reig y Mandilas ejemplifican el uso del método comparativo, comparando los personajes, estereotipos y la violencia de género que se pueden apreciar en caricaturas norteamericanas (*The simpson* y *Family Guy*) y las japonesas/anime (*Doraemon* y *Crayon Shin Chan*).

Continuando con los estereotipos de género, el libro *Bitches, Bimbos, and Ballbreakers*, publicado por el colectivo feminista The Guerrilla Girls, es un texto que nos introduce al análisis de la imagen de la mujer estadounidense y su presencia en medios de entretenimiento, por lo cual resulta útil para comprender no solo los estereotipos presentes en diversos personajes femeninos, sino su contribución a la popularidad de la animación estadounidense. Otro texto de utilidad es el de Concepción Alonso cuya tesis *Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión; personajes, estilos y mensajes*, cuyo concepto de

iconicidad³⁰ me parece pertinente para saber que tanto un dibujo animado puede representar algo de la vida real (una persona, evento histórico o una idea) y en alguno punto, volviéndose un posible estereotipo.

Llegados a este punto, es pertinente advertir que no sucede lo mismo en México. No existe como tal una organización o proyecto parecido a *Cartoon Research*, haciendo de la bibliografía nacional en torno a la animación casi nula comparada con la producción estadounidense. En caso de haberla, las publicaciones académicas de carácter histórico donde la animación sea el objeto principal de su investigación son relativamente escasas, haciendo falta una mayor investigación de estos documentos no solo de Estados Unidos, sino también de otras latitudes del mundo, incluyendo la animación hecha en México.

En cuanto a lo relativo a los materiales que componen esta investigación, la fuente primaria central son los filmes animados. Dada la cantidad de materiales existentes, el concepto “estereotipo” nos auxilia en la selección de todas aquellas cintas que contengan dicho elemento visual. Sin embargo, por la cantidad de estudios que surgen a lo largo del periodo que abarca este texto y porque algunas series o personajes animados, así como los creativos migran de un estudio a otro³¹, se analizaran las animaciones más exitosas producidas por los estudios de Paramount, Walt Disney Studios, Warner Bros., Fleischer Studios y Metro-Goldwyn-Mayer. Cada estudio tiene una manera particular de realizar sus cortos, dando como resultado estilos narrativos diversos, donde las representaciones y estereotipos conviven en mayor o menor medida dependiendo de los escritores y animadores a cargo de las historias.

Como lo requiere el método hermenéutico, el análisis de los filmes se complementa con una revisión comparada de otras fuentes primarias como son documentos escritos y leyes, así como literatura de la época. Por la naturaleza de la investigación, prioricé acercarme a estos documentos primarios de manera directa en su idioma original en vez de hacerlo por

³⁰ Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión; personajes, estilos y mensajes. Véase: Concepción Alonso Valdivieso, *Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión; personajes, estilos y mensajes* (tesis doctoral), Barcelona, Universidad de Granada, 2014, p. 110.

³¹ Como es el caso del conejo Oswald, creación de Walt Disney y Ub Iwerks, quienes pierden control y derechos sobre su propia creación ante Universal Studios en marzo de 1928. La pérdida de Oswald tuvo dos consecuencias directas en la carrera de Disney: 1) su partida de Nueva York hacia California y 2) La creación su exitoso de Mickey Mouse. Véase: David A. Bossert, *Oswald the lucky rabbit. The search of the lost Disney cartoons*, California, Disney Enterprises, 2017, p. 20-21.

medio de bibliografía secundaria, puesto que particularmente los documentos oficiales y leyes poseen datos de gran valor que pueden perderse en las pocas transcripciones al español, por lo que las traducciones de algunos de estos materiales son en gran medida, propias. Fueron de particular ayuda los acervos digitales de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos (LOC), el acervo de *National Archives* y sus diversas secciones a documentación de agencias gubernamentales, así como el repositorio del *Motion Picture Research Council*. Para el caso particular del lenguaje, me auxilié en manuales y diccionarios de “jerga” coloquial de la época y temas musicales que ponen en contexto los juegos de palabras empleados en la animación, destacándose el *Cab Calloway's Hepster's Dictionary*.³²

Además de leyes, ordenes ejecutivas, actas y códigos de operación, el lector puede advertir a lo largo de los capítulos la referencia a producciones cinematográficas no animadas y el uso de la propaganda distribuida en carteles, programas de radio, revistas y demás medios de comunicación, con el fin de lograr enfrentar la información de los cortometrajes animados con estos documentos, abonando información valiosa tanto para reconstruir el contexto como para identificar los estereotipos presentes en los filmes.

Además de los documentos de archivo, se rescataron con especial cuidado artículos periodísticos tanto de nota roja como de publicaciones de carácter más formal como *The New York Times*, revistas de entretenimiento como el *Billboard Magazine* y *Variety*; textos e imágenes de difusión de asociaciones civiles y líderes de opinión como la Legión de la Decencia, la *National Association for the Advancement of Colored People*³³ (NAACP), entre otros, con el fin de indagar en la moralidad y conflictos sociales que a menudo impactan en la industria cinematográfica.

³² Conocido como uno de los primeros diccionarios en traducir la jerga de barrio de Harlem, el texto del afamado artista Cab Calloway visibiliza el lenguaje *Jive*, el cual será utilizado y deformado por la animación tanto en sus títulos como por los actores de voz, por lo que es fundamental para contextualizar los juegos de palabras y algunas de las tramas que contienen estereotipos afroamericanos. Véase: *Cab Calloway's Hepster's Dictionary: Language of Jive*, 1938. Disponible en: http://www.cabcalloway.cc/jive_dictionary.htm, consultado el 23 de noviembre de 2022.

³³ Traducido como: Asociación Nacional para el Progreso de las Personas de Color.

* * *

Antes de comenzar, considero importante señalar que el éxito imparable, atemporal y ascendente de la animación no se puede explicar si no se tienen en cuenta las razones humanas detrás de su existencia, mismas que motivan esta investigación y que están, de una u otra forma, presentes en cada párrafo. Entre estas están la creatividad insaciable con la que cada generación busca desenvolver y plasmar sus ideas; la continua necesidad moderna de “escapar” –aunque sea brevemente– de las angustias del presente y, finalmente, por la libertad que ofrece el arte para representar y reinterpretar tanto la ficción como la realidad, permitiendo reimaginar desde la situación más cotidiana hasta una conflicto bélico.



Capítulo 1. Génesis animado. La cultura del entretenimiento y los primeros estereotipos en los dorados años 20s

El salto de la animación de las pequeñas carpas a la gran pantalla nos evoca necesariamente a hablar de la historia del cine y los entretenimientos populares de finales del siglo XIX. A lo largo de este capítulo se exploran los orígenes de la animación y su desarrollo a los Estados Unidos, apreciando no solo el avance técnico de este medio, sino identificando los primeros estereotipos presentes en este, particularmente en la década de los años 20, inspirados tanto en antiguos prejuicios decimonónicos derivados del teatro popular, así como en sucesos de su presente; desde el desarrollo de la cultura del entretenimiento, movimientos sociales, prohibiciones legislativas, sociedades secretas.

1.1. Un experimento visual. Antecedentes de la animación.

Hablar de animación³⁴ es, en esencia, hablar de la historia del cine. Si bien hoy en día comparten un formato en común -cintas cinematográficas-, los antecedentes de la animación poseen raíces en los inventos previos a la aparición del cinematógrafo de los hermanos Lumière. Los juguetes ópticos, testimonios científicos del espíritu creativo decimonónico, fueron producto de la observación física y química que, dado su atractivo popular, se volvieron objetos recreativos en las modestas carpas de atracciones populares, a menudo itinerantes. El descubrimiento de la persistencia retiniana de Peter Mark Roget en 1824 marcaba el comienzo de novedosos experimentos.³⁵

A tan solo un año del hallazgo de Roget llegó el traumátropo de John Ayrton Paris (1785-1856), un juguete óptico simple que consiste en solo dos dibujos que al girar dan la impresión de movimiento. Una versión más avanzada del invento de Paris llegó en 1832: el phenakistoscopio de Joseph Antoine Plateau (1801-1883), que poseía una mayor cantidad de ilustraciones y una plataforma redonda giratoria que proveía del movimiento necesario para

³⁴ La animación se define como un dibujo o caricatura que posee movimiento, expresado en fotogramas, de ahí el nombre “dibujos animados” y, al igual que la caricatura, puede contener elementos cómicos, reflexivos o críticos. También es referida como “dibujos animados”, sinónimo que será retomado a lo largo del texto, con el fin de evitar confusión con el término “caricatura”. Cristabel Esquivel García, “Historia de la animación I. El dibujo animado”, en 925. *Artes y Diseño*, México, UNAM, mayo, 2017. Publicación digital disponible en: <https://revista925taxco.fad.unam.mx/index.php/2017/05/12/historia-de-la-animacion-i-el-dibujo-animado/>, consultado el 13 de diciembre de 2022.

³⁵ Cristabel Esquivel García, *Op. cit.*

mostrar una secuencia animada más larga y fluida. El éxito comercial de estos juguetes ópticos comenzaba, produciéndose una gran cantidad de réplicas del invento de Plateau.



Fig. 1 Poster promocional de las *Pantomimes Lumineuses*. Jules Cheret, Imprimerie Chaix, 1896. Litografía a color. Serie "Les Maitres de L'Affiche". Yaneff Gallery.

Combinando la proyección de fotografías derivada de la invención de la fotografía en 1823 y la idea de secuencia, Thomas A. Edison (1847-1931) determinó el nacimiento del cine, con su *kinetoscopio* en 1891, una caja de la que resbalaba un rollo de fotografías o cinta cinematográfica³⁶ a la velocidad de 46 imágenes por segundo iluminadas por una lámpara incandescente.³⁷

Los dibujos no tardaron en utilizar este nuevo soporte. Las *Pantomimes lumineuses*, un conjunto de cintas que conformaban el *Théâtre Optique* (teatro óptico) creado por Émile Reynaud, se presentaron por primera vez en el Museo Grévin de París un 28 de octubre de 1892.³⁸ Es considerada la primera proyección y producción animada, siendo el invento

de Reynaud uno de los antecedentes directos del cine y la animación como la conocemos hoy en día [Fig. 1]. Pero la novedad creativa no se detendría con Reynaud. Contando con una popularidad mucho mayor que el kinetoscopio de Edison, el cinematógrafo de los hermanos Lumière implemento en 1895 no solo la capacidad de proyectar, sino también la posibilidad de filmar en las cintas de 35 mm. George Méliès (1861-1938), ilusionista y futura leyenda de los efectos especiales en el ámbito cinematográfico, se interesó por el invento y preguntó el

³⁶ Entendiendo por cintas cinematográficas el soporte (y documento) audiovisual en que las películas (incluyendo animaciones) son distribuidas y preservadas. Se referirá a lo largo del texto este concepto como "cintas", "películas", "filmes" y "cortos".

³⁷ Georges Sadoul, *Historia del cine mundial desde los orígenes*, México, Siglo XXI, 1972, p. 5.

³⁸ La creación de Reynaud es el referente para la celebración del día de la animación cada 28 de octubre. Association Française du Cinéma d'Animation (AFCA), "Qu'est-ce que la fête?", en *La Fête du cinéma d'animation*, consultado el: 21 de noviembre de 2022. Disponible en: <https://www.fete-cinema-animation.fr/a-propos/fete-cinema-animation.html#:~:text=La%20F%C3%AAt%20du%20cin%C3%A9ma%20d'animation%20a%20pour%20vocation%20de,films%20et%20de%20leurs%20auteurs.>, consultado el 17 de diciembre de 2022.

costo a Lumière. Su respuesta fue desalentadora: “Ahórrese su dinero, el cinematógrafo es un invento sin futuro”.³⁹

Pero los Lumière, lejos de vivir aquella sentencia pesimista, presenciaron el triunfo del cinematógrafo no solo en su natal Francia, sino en todo el mundo. Contando como antecedente el teatro óptico, junto con la experimentación de la técnica *stop motion* presente en cintas fantásticas como *La Maison ensorcelée*⁴⁰ (1906), los dibujos reclamaron las cintas como su nuevo soporte, naciendo así a la par que el cine, la animación, cuyos avances más notorios y populares surgieron en Estados Unidos.

1.1.1 Gatos, risas y surrealismo: el desarrollo de la animación estadounidense.

Utilizando como plataforma el cinematógrafo, un pequeño estudio llamado Vitagraph presenta en 1906, la primera animación estadounidense de la historia: *Humorous Phases of Funny Faces*, creada por el cineasta y fundador de Vitagraph, James Stuart Blackton (c. 1875-1941) empleando el método *stop motion*. Esta proto-animación motivo a muchos a seguir experimentando con el cinematógrafo y sus dibujos, implementando nuevas técnicas y la creación de personajes y estilos propios.⁴¹ Sin embargo, como toda novedad, no estaba exenta a pasar de moda.

Los dibujos animados con el estilo de Blackton entretuvieron a los asistentes de los *nickelodeons*⁴² por unas cuantas semanas, pero conforme la novedad pasaba, estas cintas fueron perdiendo audiencia. Sin una trama definida, ni personajes distintivos, la animación parecía estar destinada al fracaso y a la extinción. Para la década de 1910, algunos intentos de adaptar personajes de tiras cómicas populares como fue *Gertie the Dinosaur*⁴³ (1914) y *Introducing Krazy Kat and Ignatz Mouse*⁴⁴ (1916) mantuvieron la expectativa de este tipo de

³⁹ David Thompson, *La verdadera historia de Hollywood (The whole equation)*, trad. Alejandro Barrios, Madrid, T&B Editores, 2008, p. 51.

⁴⁰ Dirigida por el español Segundo de Chomón durante su estancia en Francia, *La Maison ensorcelée* es el primer filme que introduce la premisa de una casa embrujada. Destaca su uso del *stop motion*, una técnica de animación que será empleada principalmente en producciones de tipo sci-fi y terror.

⁴¹ Christopher P. Lehman, *The colored cartoon: black representation in American animated short films, 1907-1954*, Massachusetts, University of Massachusetts Press, 2007, p. 5.

⁴² Primeras salas de proyección de tipo popular.

⁴³ Creado por célebre caricaturista y animador Winsor McCay, Gertie nace específicamente para su presentación en su negocio de vodevil. En su primera aparición animada, McCay aparece junto a Gertie realizando una rutina de circo, una dinámica narrativa y visual que se repetirá en animaciones posteriores de otros estudios.

⁴⁴ Tira cómica creada por George Herriman (1880-1940). A pesar del éxito moderado que obtuvieron las cintas de Krazy Kat, la tira cómica es considerada una influencia significativa en una gran cantidad de

medio y, si bien no alcanzaron la fama de sus predecesores, si inspiraron a futuras leyendas de la animación norteamericana.

Sin embargo, la mayor aportación que el primer *Krazy Kat*⁴⁵ y *Gertie* representaron para la industria fue el revelar tres aspectos que podían salvar a la animación de su extinción: la necesidad de un personaje principal, carismático y recurrente; la representación de un acto circense o teatral; y finalmente que el personaje fuera un animal.⁴⁶ Esta triada de atributos fue exitosamente aplicada hasta 1919 en *Feline Follies* (1919), debut de Félix. Dicho personaje, además de poseer las características antes enunciadas, rompió el paradigma con la introducción de un elemento que revoluciono la industria: el surrealismo.

Creado y animado por Otto Mesmer (1892-1983) y producido por Pat Sullivan (1885-1933), *Feline Follies* presentó a un gato con mayor personalidad que Krazy Kat, quien en la cinta se presume mujeriego. Con títulos iniciales que hacen referencia a Broadway y los espectáculos nocturnos⁴⁷; una trama romántica de fondo (aspecto que no se había explorado tanto en animaciones anteriores); y un final trágico del protagonista. Master Tom⁴⁸ decide acabar con su vida inhalando gas al darse cuenta de que su amada, Kitty White, ha dado luz a sus hijos, evitando así asumir su responsabilidad.

Esta historia que, descrita por medio de las palabras puede sonar lamentable, es aliviada visualmente por la inclusión de la comedia *slapstick*⁴⁹ y la presencia del surrealismo hecho gato: su cola y cuerpo podían cambiar a formas fantásticas y, a diferencia de sus

animadores y caricaturistas. Aaron Humphrey, “The Cult of Krazy Kat: Memory and Recollection in the Age of Mechanical Reproduction”, en *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship* 7, 8, 2017, pp. 1–24.

⁴⁵ El primer intento de llevar a Krazy Kat a las pantallas fue en 1916, pero no fue exitosa. Bill Nolan, un ex-empleado de Pat Sullivan junto con la distribuidora Margaret Winkler y Charles Mintz, trajeron de vuelta a Krazy Kat en 1925. El diseño original de Herriman fue descartado para emular a Félix el gato. Esta decisión coincidió con un pleito entre Pat Sullivan y Winkler quien había perdido los derechos de distribución de Félix en ese mismo año. El *Krazy Kat* de los años 20s, no logró la popularidad esperada al ser considerada una serie copia de Félix.

⁴⁶ Por la experiencia con Krazy Kat y la novela, el gato figuró como el animal predilecto como protagonista animado. Otro aspecto que favorecía el uso de este animal es su fácil reconocimiento visual, incluso en una forma abstracta como Félix.

⁴⁷ Los títulos iniciales hacen referencia al sobrenombre de Broadway: *Great White Way*. Este espacio de referencia sociocultural de Nueva York era conocido por la gran cantidad de espectáculos nocturnos y variedades cómicas que albergaba, siendo algunos conocidos como *Follies*. Uno de los más reconocidos fue *Ziegfeld Follies*, espectáculo que se ve reflejado en la película biográfica de su productor: *El gran Ziegfeld* (1936).

⁴⁸ Nombre provisional del gato de *Feline Follies*. En cortos posteriores, “Master Tom” cambiaría a Félix.

⁴⁹ Comedia física. Este tipo de humor es heredado directamente de Charlie Chaplin, quien también había sido llevado a los dibujos animados por Otto Messmer en 1916.

predecesores, contaba con una personalidad y conducta humana identificable (ser un mujeriego), mostrando como lo ficticio puede reflejar sin problema alguna realidades incómodas. Esta sátira sobre los amores fugaces se ganó al público quien veía reflejado en *Feline Follies* una realidad incómoda como es la actitud de muchos hombres enamoradizos e irresponsables, haciendo del prototipo de Félix un éxito. Tras el rediseño a cargo de William Nolan (1894-1954), Félix definió una nueva tendencia artística de propia de los años 20 que sobrevivió hasta mediados de los años 30: el *rubber hose*.⁵⁰ Sergei Eisenstein alude a este tipo de animación surrealista como un arte de gran libertad por su *base plasmática* o *plasmaticidad*⁵¹, debido a la gran capacidad (casi infinita) de moldearse emulando al fuego. Dicha libertad se aplica no solo a los protagonistas, sino a cualquier objeto e, incluso, al paisaje.

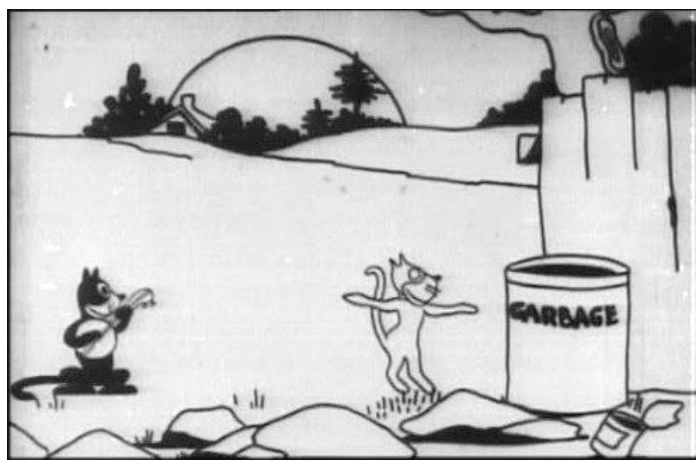


Fig. 2. *Feline Follies*, Paramount Magazine(series), dir. Otto Mesmer (no acreditado), Pat Sullivan Studios, 1919.

Aunque el surrealismo añadió a la animación un atractivo innegable, el desarrollo de los personajes fue en gran medida parte fundamental del éxito. Félix demostró que no bastaba con una técnica avanzada o secuencias repetitivas; eran las historias, un diseño distintivo y la personalidad de sus protagonistas lo que evocaba en el público una sensación no solo empática, sino identitaria. El gato mujeriego de *Feline Follies*, un estereotipo masculino, aludía precisamente a este principio. Además, el factor espacial y temporal (como representar

⁵⁰ Este concepto se traduce literalmente como “manguera de goma” y se denomina así debido a la forma en que se mueven las extremidades de los personajes. Sus brazos y piernas se asemejan a una manguera, ya que tienen un ancho uniforme y se doblan como una curva, no como una articulación.

⁵¹ Uso de las posibilidades polimorfos de un objeto. La *plasmaticidad* o “base plasmático-originaria” es un concepto acuñado por el cineasta Serguei Eisenstein, para referirse a la capacidad de metamorfosis presente en la animación *rubber hose*, en particular a las cintas de Disney. Serguei Eisenstein, “Alma-Ata. 4/IX/1941”, en *Walt Disney*, Madrid, Casimiro, 2018, pp. 57.

una época determinada o un sitio existente como Broadway) provocaba en el espectador mayor reconocimiento y, por lo tanto, una mayor conexión con lo que observaba [Fig. 2].

En este contexto estético, los arquetipos⁵² y los estereotipos⁵³ jugaron un papel fundamental. Si los arquetipos tienen la cualidad de representar valores o características positivas humanas idealizadas de una época determinada, los estereotipos tienen una función social mucho más compleja. La generalización y deformación que suponen en contraste con lo aceptado, el *status quo*, hace que los estereotipos tiendan a inclinarse a una connotación negativa, y en el caso de la animación, comprenden una función satírica. Al requerir nuevos personajes y espacios identificables, la animación recurre a estas ideas como una manera de popularizar rápidamente a sus estrellas ficticias.

Sin embargo, la presencia de arquetipos y estereotipos también puede convertirse rápidamente en un *cliché*, es decir, un recurso sobreexplotado y repetido que ya no genera sorpresa o novedad. Además de su uso como alivio cómico, los estereotipos funcionan como herramienta de reconocimiento inmediato.⁵⁴ En la animación, los estereotipos permiten transmitir eficientemente una densa información social y cultural en un corto período de tiempo.⁵⁵ De esta manera, el espectador puede identificar su realidad, una clase social específica, un espacio, o incluso identificarse con el personaje representado.

Iniciada la década de los años 20, el modelo de tramas y personajes al estilo de Félix, que jugaba con arquetipos y estereotipos, se consolidó como el canon tanto para los existentes estudios como para artistas independientes en busca del éxito. Con una taquilla en ascenso y críticas positivas en revistas, los inversionistas no tardaron en llegar. El éxito de Félix era la

⁵² Se entiende por arquetipo aquellos pensamientos que se comparten en una sociedad determinada, los patrones desde los cuales surgen elementos e ideas que buscan la semejanza con el mundo. El arquetipo da peso al pensamiento o a la representación individual de una idea o incluso sentimiento (por ejemplo, lo heroico, lo maternal, lo malvado, etc.), el estereotipo en cambio difiere en esto dado a que es una generalización que puede terminar en cliché. En el caso del arquetipo, por el contrario, suelen ser un modelo para imitar o admirar. Sandra Lozano, “Mirada al pasado: Estereotipos y arquetipos de género en series históricas españolas (2011-2018)”, en *Comunicación y Medios*, Vol. 29, No. 41, enero-junio, 2020, p. 69. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-15292020000100067&script=sci_abstract, consultado el 20 de febrero de 2022.

⁵³ Los estereotipos son ideas o generalizaciones poco fiables sobre miembros de una comunidad. Estos juegan un rol importante en las relaciones de dominación y subordinación entre grupos sociales. Richard T. Shaefer, “The content of prejudice: stereotypes”, en *Race and Ethnicity in the United States*, 3ra ed., New Jersey, Pearson Education, 2005, p. 54.

⁵⁴ Nicholas Sammond, “Who Dat Say Who Dat? Racial masquerade, humor and the rise of American animation”, en Daniel Goldmark and Charlie Keil (coord.), *Funny Pictures...Op. cit.*, p. 130.

⁵⁵ *Idem.*

prueba de que la animación era un negocio con un increíble potencial lucrativo, así como un medio de identidad para cualquier productora, por lo que cada estudio importante buscó tener su propia mascota animada.

Además de la posibilidad de obtener ingresos extra al a partir de la comercialización de mercancía, la animación supuso una inversión de bajo riesgo para los empresarios, ya que el costo y personal para realizar era sumamente inferior a la inversión que suponía una película con actores reales,⁵⁶ considerando que los primeros estudios, tanto independientes como subunidades de las grandes productoras contaban con un equipo no mayor a 20 integrantes, conformado por directores, artistas, entintadores y operador de cámara [Fig. 3]. Durante la primera mitad de la década, animar un corto de Félix -con una duración de entre 6 y 7 minutos- le costaba a la productora Margaret Winkler un aproximado de \$1750 y \$2,400⁵⁷ dólares, un precio nada comparable al presupuesto que tuvieron los filmes *liveaction*: entre \$10,000 para producciones independientes, hasta llegar a los 4 millones invertidos en superproducciones como *Ben-Hur* (1925).



Fig. 3. Personal del estudio de Sullivan, Browning, Nueva York, c. 1926. De izquierda a derecha: Pat Sullivan, Otto Messmer, Raoul Barre, Dana Parker, Hal Walker, Al Eugster, Jack Bogle, George Cannata, Tom Byrne y Alfred Thurber. Sullivan, cuya oficina está a la derecha, posó en el escritorio de Messmer para este retrato. Colección particular de John Canemaker.

⁵⁶ En adelante, me referiré a este tipo de filmes como películas *liveaction*.

⁵⁷ Este precio puede variar según los acuerdos entre directores y productores. John Canemaker, *Felix. The twisted tale of the world's famous cat*, New York, Pantheon Books, 1991 p. 71-72.

Hasta este punto, hemos abordado brevemente la génesis de la animación, así como algunas de sus características técnicas y estilísticas iniciales. Sin embargo, la técnica no es suficiente para descifrar en su totalidad estas imágenes en movimiento. Además de su diseño, ¿por qué la animación cautivó al público en los años 20? Si bien el observador del siglo XXI puede disfrutar de estos filmes, no hay que olvidar que el significante o las referencias que encontramos en las cintas fueron hechas por y para una persona del siglo XX, fundamentalmente blanca⁵⁸, por lo que la interpretación superficial puede ser riesgosa a causa del cambio cultural y generacional. Descifrar estas imágenes requiere adentrarse en la época en la que fueron producidos, con el fin de identificar acertadamente lo que buscan comunicar.

A continuación, abordaremos a la sociedad de la que se nutren las tramas y personajes animados, misma que, a raíz de su popularidad, consume insaciablemente todo lo que la industria del entretenimiento tiene que ofrecer.

1.2 *The Roaring Twenties!* La década entre alegría y la modernidad

Tras el fin de la Primera Guerra Mundial en 1919, la economía de la sociedad estadounidense, se vio altamente beneficiada por de la guerra. Políticamente, acabado el periodo del presidente Woodrow Wilson, los años veinte tuvieron tres diferentes administraciones: Warren G. Harding (1920-1924), Calvin Coolidge (1924-1928) y Herbert Hoover (1928-1932).⁵⁹ Sin embargo, a la par del auge económico también imperaba una atmósfera de intolerancia y represión, principalmente hacía los afroamericanos (muchos de ellos combatientes que volvían de la guerra) e inmigrantes. Los primeros, al enfrentar este contexto de discriminación racial, emigraron al norte. En esta atmosfera volátil, pero económicamente

⁵⁸ El público objetivo de la animación en sus primeros años es ambivalente y difícil de definir de manera tajante. Al principio, todo filme era proyectado sin un límite de edad para su observante (excepto por las primeras cintas pornográficas proyectadas en burdeles), y por lo regular, los cortos animados fueron proyectados antes de alguna película *liveaction*. Tras el éxito comercial de Félix y la llegada de nuevas estrellas animadas, abundan los clubs de fans sobre un personaje, se comercializan los primeros juguetes – un elemento asociado a la infancia- relacionados con los filmes y se comienzan a realizar matinés dedicados únicamente a la proyección de animación, por lo que podríamos deducir que es en la segunda mitad de los años 20 es cuando se contempla a las infancias como parte fundamental de la audiencia, mas no se dejan de lado la representación de temas adultos. La audiencia de la animación comenzara a mostrar más diferencias en la década de los 30, donde se estigmatiza a este medio como un entretenimiento infantil gracias a y un aumento de los movimientos conservadores y religiosos en pro de una moralidad más conservadora y la implementación de la censura en 1934. La cruzada contra la inmoralidad será abordada con mayor detenimiento en el capítulo 2.

⁵⁹ Alan Brinkley, “Appendices. Presidential elections”, en *American History, a survey*, Chicago, McGraw-Hill College, 1999, p. A-26.

optimista, la población de los años 20 experimentó un crecimiento demográfico sin precedentes, lo cual marco con más fuerza las diferencias sociales en las ciudades; en 1920 había cerca de 106,021,568 habitantes en todo el país, suma que aumento en más de un 20% para finales de la década con 123,125,284 ciudadanos registrados según el último censo de 1930.⁶⁰

Con una población en constante crecimiento gracias a fenómenos como la migración y el desplazamiento interno del campo a la ciudad, la economía estadounidense se benefició del surgimiento de industrias más productivas gracias al uso sistematizado de tecnología y una elevada demanda de bienes. Las grandes empresas de automóviles, enlatados, textiles y futuros aparatos electrónicos asentaron sus imperios comerciales o bien, aquellos creadores de finales del siglo XIX aumentaron su producción en masa, como fue el caso de Henry Ford, y del magnate chocolatero Milton Hershey, volviéndose las *growth stock*⁶¹ de Wall Street y en general, del país. Inspiradas en el auge industrial, surgieron las “*assembly line*”⁶², secuencias animadas que emulan a una fábrica, volviéndose un *gag* recurrente durante todo el siglo XX que, a partir de los años 30, será acompañada de música frenética como es el sencillo de Raymond Scott, *Powerhouse*.⁶³

Este panorama tecnológico también inspiró posibles escenarios distópicos y futuristas. Anterior a la aclamada *Tiempos Modernos* (1934) de Charlie Chaplin, la animación exploraba el futuro con un toque de humor al abordar las posibles complicaciones de un mundo mecanizado: *Koko in 1999* (1927) muestra a Nueva York de fin de siglo plagado de máquinas, dispuestas a resolver cualquier problema; desde la vestimenta, hasta encontrar pareja. La inmediatez abruma al protagonista, quien pasa de “comprar” una novia, a casarse con un cura automatizado y tener hijos en un parpadeo. [Fig. 4] El miedo y asombro se

⁶⁰ Department Of Commerce, Bureau of Foreign and Domestic Commerce, *Statistical Abstract of the United States: 1930*, Washington DC, United States Government Printing Office, No. 52, 1930, p. 3.

⁶¹ Término financiero para referirse a empresas que aumentan el precio de sus acciones, sus ingresos, sus ganancias o su flujo de caja a un ritmo más rápido que el mercado en general. Los inversores eligen acciones de crecimiento para obtener ganancias de la rápida apreciación de precios que ofrecen, en lugar de ingresos por dividendos. Un ejemplo de *growth stock* actual es la compañía Apple, Inc. Benjamin Curry, “What Are Growth Stocks?”, en *Forbes Advisor*, 12 de abril, 2023. Disponible en: <https://www.forbes.com/advisor/investing/growth-stocks/>, consultado el 4 de febrero de 2024.

⁶² Línea de ensamblaje o cadena de montaje.

⁶³ Grabada en 1937, *Powerhouse* es comúnmente asociada a *Looney Tunes* y *Merrie Melodies*, quienes generalizaron su uso. Dividida en dos partes, es utilizada con diferente tempo según la secuencia. Para escuchar una versión dinámica y veloz de *Powerhouse*. *Raymond Scott Quintette – Powerhouse*, Your Hit Parade (serie de TV), NBC, 16 abril de 1955, 2:59 min. Disponible en: <https://youtu.be/YfDqR4fqIWE?si=QboJM7B5HDgg086F>

mezclaron en animaciones similares que abarcan el futuro, al estilo de Fritz Lang.⁶⁴ Estos “futurismos” serán tema recurrente en las décadas siguientes dada la popularidad de la ciencia ficción y la evolución industrial de Estados Unidos a lo largo del siglo XX.



Fig. 4. Koko in 1999, Out of the Inkwell (series), dir. Dave Fleischer, Out of the Inkwell Films, Inc., 1927.

A la par de la creación de nuevas fábricas y expansión de las existentes, se aceleró la transformación del paisaje urbano y los dibujos animados no tardaron en estar al día. Sin embargo, no retratarían únicamente los rascacielos. La fantasía futurista que el arquitecto Hugh Ferriss relataría más tarde en *The Metrópolis of Tomorrow* (1929)⁶⁵, se estaba gestando. La estética neogótica y el *art decó* demolieron, en pro de la modernidad, antiguos barrios populares en el corazón de las grandes ciudades como Nueva York, Chicago, Detroit y Filadelfia, trazando futuros complejos comerciales y la construcción de elegantes rascacielos, siendo algunos de los más destacables la Tribune Tower (1923-1925), el edificio Southwestern Bell (1926) y el edificio Chrysler (1929-1930).

Trascendiendo los planos y maquetas de las ciudades modernas, la fuerza primigenia que hizo posible estos imponentes edificios se encontraba entre polvo, vigas de acero y cuerdas que difícilmente les salvaban de accidentes recurrentes. Los albañiles se enfrentaban diariamente a un trabajo difícil, extenuante y peligroso, y su presencia constante en la vida cotidiana de los 20 no pasó desapercibida por la animación. *Sky Scrappers* (1928) nos

⁶⁴ *Metrópolis*, dir. Fritz Lang, UFA, 1927.

⁶⁵ Referente de la arquitectura futurista y su impacto en la psicología de sus habitantes, las ideas de Ferriss inspiraron el diseño de las ciudades a finales de la década y principio de los 30s. La estética de sus ilustraciones influyó fuertemente en la ficción; desde el ambiente *noir* hasta el diseño de la ciudad ficticia de Batman, Gotham City. Hugh Ferriss, “Part one. Cities of today”, *Metropolis of tomorrow*, New York, Ives Washburn Publisher, 1929, pp. 15-55.

muestra la construcción de un rascacielos, así como la agitada vida de un obrero representado por Oswald. Sus compañeros trabajan a una velocidad frenética [Fig. 5], algo relativamente normal teniendo en cuenta que rascacielos como el edificio Chrysler se finalizaban en un tiempo récord; en uno o máximo tres años.

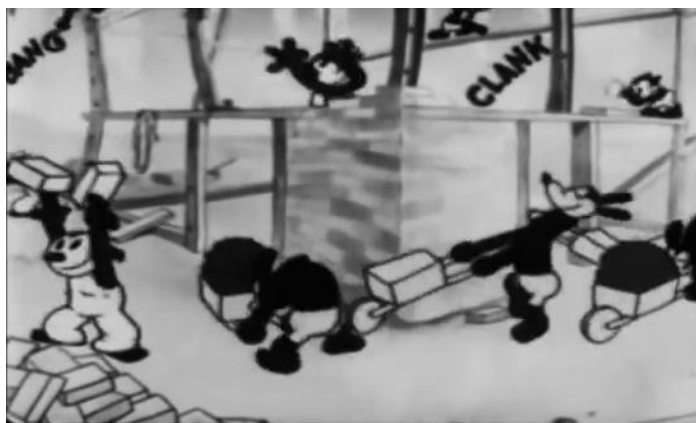


Fig. 5. *Sky Scrappers*, Oswald the Lucky Rabbit (series), Walt Disney-Universal Studios, 1928.

Volviendo al filme, el mítico silbato de vapor anuncia el ansiado *lunch break*⁶⁶ y, con ello la llegada de una linda vendedora de hot dogs, alimento herencia de los migrantes alemanes asociado a las clases populares.⁶⁷ Pronto se revela que la vendedora es también la enamorada de Oswald y, celoso, otro obrero intenta secuestrarla, por lo que su héroe va al rescate entre los andamios, ejecutando acrobacias en las alturas. Pero no todo es máquinas y rascacielos.

La expansión productiva tuvo consecuencias sociales importantes, sobre todo en la calidad de vida de los trabajadores y los futuros consumidores. Al contar con asistencia mecánica, las jornadas de trabajo se redujeron paulatinamente de seis a cinco días laborales, generalizándose esta práctica en 1927.⁶⁸ Con un nuevo día libre (sábado), los trabajadores accedieron a más tiempo de ocio. Si tenemos en cuenta la gran cantidad de novedades en producción, una parte del ocio también se convirtió consumo. Autos, electrodomésticos, cosméticos, juguetes y más invadieron las oficinas de patentes y los aparadores.

⁶⁶ Hora del almuerzo.

⁶⁷ La popularidad de este platillo callejero aumento cuando la empresa Nathan's Famous, estableció carritos de hot dogs por todo Nueva York, siendo hoy en día uno de los rasgos identitarios neoyorkinos más conocidos. Otro corto que se enfoca en el platillo callejero es *The Karnival Kid*, donde Mickey Mouse toma el papel de vendedor. *The Karnival Kid*, Mickey Mouse Sound Cartoon (series), dir. Ub Iwerks-Walt Disney, Walt Disney Studio, 1929.

⁶⁸ Gracias a la productividad de las maquinas, la jornada de 50 o incluso 45 hrs a la semana fue posible. Amity Shlaes, "The Myth of Gatsby's suffering middle class" en *The New York Times*, 2 de junio de 2013, p. SR9.

1.2.1 Una sociedad de consumo: moda, marketing y nuevas tecnologías

Esta sociedad de consumo fue alimentada por una creciente industria publicitaria, quien ya había dado sus primeros pasos con la propaganda de bonos de guerra en la Primera Guerra Mundial, y que para 1920 perfeccionó sus técnicas, aplicables ahora para vender todo tipo de novedades. El culto a las figuras de Hollywood, así como a los deportistas (como el beisbolista “Babe” Ruth o el boxeador Jack Dempsey) fue un factor fundamental para la formación de una cultura popular e ídolos que permanecieron en la memoria colectiva y que propiciaron el consumismo y coleccionismo. Los personajes animados no tardaron en ser parte de ese universo comercial.



Fig. 6. Diversiones como el baile, la comedia *stand up*, las chicas *flappers* y los juegos de apuestas eran comunes en los clubs nocturnos y *dance halls*. *Why's and otherwise, Felix the cat (series)*, dir. Otto Messmer, Pat Sullivan-Bijou Films, 1927.

A mediados de la década, Krazy Kat contaba con su propio club de fans, Félix anunciaba sus propios cortos a través de artículos de revista y Mickey Mouse daba “entrevistas” exclusivas. Con su carácter despreocupado y alegre, los personajes animados se asociaron a la juventud, no solo a la niñez, puesto que la comedia empleada en los cortos era, en muchas ocasiones, contracultural. *Why's and Otherwise* (1927) nos muestra la vida de libertinaje y diversión que Félix experimenta como un joven de la época al frecuentar clubs nocturnos [Fig. 6]. Adicionalmente, su estatus de estrella de cine lo llevó a reproducir tendencias juveniles como la rebeldía y expresión personal. Desde el *Charleston* hasta el *Black Bottom*, Félix reprodujo cada baile y conducta asociada con los jóvenes, la clases populares, los excesos y el glamur, volviéndose paulatinamente un icono del espíritu de la década, lo cual propició descripciones aduladoras por parte de la prensa: “Aquí está el símbolo de nuestra generación luchando por realizar sus sueños más salvajes a través de cosas absurdas, como desafiar la gravedad”.⁶⁹

⁶⁹ Escrito de M. Paule en enero de 1927 para la revista *Hollywood Life*. Rescatado en el libro de John Canemaker, *Óp. cit.*, p.113.

Pese a la transformación corporativa que experimentaban las ciudades, las construcciones dedicadas al ocio también florecieron gracias a las nuevas generaciones que estaban ansiosas de buscar su identidad. Teatros, salas de cine, y *dances halls*⁷⁰ contrarrestaron las grandes oficinas, pues al caer la noche, la vida nocturna reunió a centenares de jóvenes extravagantes y artistas cuya apariencia y bailes sugerentes se consideraron transgresores. El *status quo* tradicional se vio amenazado y los medios de entretenimiento aprovecharon estos escenarios y, lejos de satanizarlos, los volvieron un referente cultural para el mundo, siendo el cine uno de los medios de difusión más efectivo. En la animación, la cultura juvenil y la vida nocturna tuvo impacto principalmente en dos aspectos: 1) el uso de música popular, 2) el papel de los personajes femeninos.

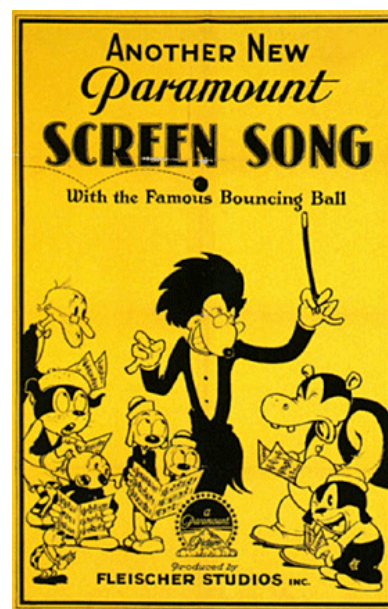


Fig. 7. Poster promocional de las *Paramount Screen Songs*. Fleischer Studios, c. 1929-1930. Imagen disponible en:

<https://matineeatthebijou.blogspot.com/2011/08/start-your-day-with-song.html>

En el primer caso, la incorporación del jazz, blues y, hacia el final de la década, swing, llevó a la animación a un nuevo nivel de experimentación, volviéndose un antecedente directo de los actuales videos musicales y karaoke [Fig. 7]. Los personajes ejecutaban una danza popular al son de la música, se representaba la temática de la letra y con el paso del tiempo, los protagonistas cantaban directamente. En este rubro, resaltan las aportaciones de Paul Terry con *Dinner time* (1928) y Fleischer Studios, pioneros en el uso de sonido sincronizado, con sus series *Ko-ko- Song Car-Tunes*⁷¹ que presentaban la letra a la par de la animación y más adelante, con *Screen Songs*, artistas invitados conviviendo con los dibujos animados. Asimismo, la música aportó mayor identidad a sus personajes, quienes podían representar mejor diferentes culturas o clases sociales y parodiar a los cantantes de la época, ganándose las risas y el cariño del público.

⁷⁰ Antecedente de las discotecas y clubs nocturnos, el *dance hall* se traduce literalmente como “salón de baile”.

⁷¹ Estrenadas el 5 enero de 1924, el experimento de Fleischer fue la primera serie animada con sonido.

Los personajes femeninos por su parte lograron hacer las historias más atractivas. Adoptando la imagen de las *flappers*: aquellas mujeres jóvenes que usaban vestidos cortos y rectos o *flapper dresses* que, a pesar de ocultar su silueta, mantenían una gran feminidad y atractivo inocente a pesar del maquillaje excesivo,⁷² Kitty Kat, Minnie Mouse y los primeros prototipos de Betty Boop agregaron estas características a su diseño, aunque de una manera simplificada, ya que mantuvieron un parecido a sus contrapartes masculinas, distinguiéndose en un primer momento por sus largas pestañas, vestidos o un simple moño. Estos personajes abrazaron los manierismo, la actitud fiestertera, inocente, coqueta y despreocupada de la *flapper* real [fig. 8]. Conforme la década avanza, su diseño se complejiza, pero el mayor avance en este sentido llega hasta finales de los años veinte, en los albores de la Gran Depresión.

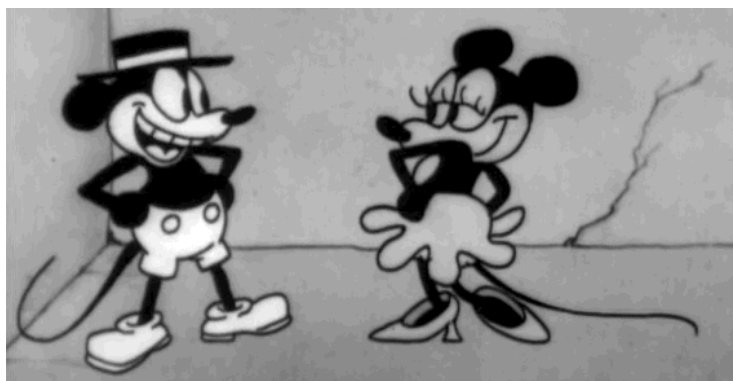


Fig.8 Minnie Mouse en *The Gallopin' Gaucho*, dir. Ub Iwerks, Walt Disney Studio, 1928.

Si bien no veremos cintas con personajes femeninos en el rol principal hasta la llegada de Betty Boop, estos primeros personajes femeninos fueron un punto de partida para que la presencia femenina se volviera más recurrente. Esta representación no es gratuita, ya que a durante esta década, la lucha por el reconocimiento y la participación femenina con un rol diferente a la domesticidad se vuelve más intensa. Los movimientos de las *suffragettes*, estigmatizadas como mujeres “locas”, “solteronas” y “amargadas” en la prensa de mediados del siglo XIX, lograron dar sus frutos -pese a la existencia de grupos antisufragistas⁷³- en 1919, con la aprobación de la Enmienda XIX, que garantizó el voto femenino al establecer a

⁷² El termino fue exportado de Inglaterra por H.L. Mencken en 1915. Sean Dennis Cashman, *America in the twenties and thirties. The olympian age of Franklin Delano Roosevelt*. New York, New York University Press, 1989, p. 57.

⁷³ Destaca el grupo *National Association Opposed to Woman Suffrage* [Asociación Nacional Opuesta al Sufragio Femenino], activo durante la primera década del siglo XX y disuelto en 1920 tras la aprobación de la Enmienda XIX.

nivel federal que “el derecho de los ciudadanos de los Estados Unidos a votar no será negado ni restringido por los Estados Unidos ni por ningún Estado por motivos de sexo.”⁷⁴ Pero el voto no fue la única meta.

La Enmienda XIX dio mayor fuerza al empoderamiento femenino de la época y catapultó la popularidad estética y conductual que plantearon las *flappers*. Los medios de entretenimiento reprodujeron masivamente este nuevo ideal de belleza al dar protagonismo a iconos como Josephine Baker, Mae West o Louise Brooks, mujeres sexualmente liberales, que hicieron de la *flapper*, no solo un sinónimo de modernidad y moda, sino también un símbolo de resistencia a las normas sociales durante la primera revolución sexual⁷⁵ del siglo XX. Por otra parte, la lucha por la inserción laboral de las mujeres, así como las opiniones anti-racistas encontraron su voz en grupos interseccionales como la *National Association of Colored Women's Clubs*⁷⁶ (NACWC), conformado por mujeres afroamericanas que discutieron el problema racial aunado la labor feminista, aspecto dejado al margen por las organizaciones de mujeres blancas.

Si bien estos grupos contraculturales buscaron romper los esquemas sociales impuestos históricamente a las mujeres, es pertinente mencionar que no son las únicas organizaciones femeninas de la época. En contraste con las alegres *flappers*, ahora popularizadas por su llegada al mundo de la publicidad, moda y entretenimiento, se encontraban las llamadas “damas de sociedad” que adoptaron estilos de vida aristocráticos⁷⁷ y se aferraban a valores tradicionales del siglo pasado, como es el recato, la obediencia femenina y la domesticidad. las “asociaciones de damas” distribuidas a lo largo del país,

⁷⁴ U.S. Congress, *19th Amendment to the U.S. Constitution: Women's Right to Vote*, 19 de mayo, 1919. National Archives, fondo: General Records of the United States Government, colección: Ratified Amendments, 1795-1992, grupo: 11, disponible en: <https://www.archives.gov/historical-docs/19th-amendment>

⁷⁵ La revolución sexual es la cruzada práctica contra las restricciones tradicionales para dar paso a la libertad sexual. Los revolucionarios sexuales abogan por la naturalidad y la bondad de la sexualidad liberada, así como una búsqueda de libertad de expresión estética -el performance social- simbolizado en esta década con la estética y actitud despreocupada de la *flapper*. Un análisis más extenso de la revolución sexual se encuentra en Michel. M Uzomah., Falana, T. C., “Sex, feminism and sexual revolution”, en *Social Sciences, Humanities and Education Journal (SHE Journal)*, Vol. 1, No. 3, septiembre, 2020, disponible en: https://www.researchgate.net/publication/304857459_Sexual_Revolutions_An_Introduction, consultado el 12 de marzo de 2023.

⁷⁶ Asociación Nacional de Clubes de Mujeres de Color.

⁷⁷ Megan Brady, “Feminism and Flapperdom: Sexual Liberation, Ownership of Body and Sexuality, & Constructions of Femininity in the Roaring 20’s”, en *SUNY Oneonta Academic Research (SOAR): A Journal of Undergraduate Social Science*, No. 3., 2019, p. 50.

poseían una perspectiva más conservadora, incluso religiosa. Estos grupos buscaron mejorar a sus comunidades afectadas por una “pérdida de valores” ante el auge económico y el consumo de ocio. Uno de los grupos más destacables será el *Woman's Christian Temperance Union*⁷⁸, una asociación con enfoque caritativo y religioso que, entre otras demandas morales, apoyó las campañas antialcohólicas hasta su triunfo con la llamada Ley Seca de 1920. Una buena parte de la población femenina se refugió en estos espacios femeninos que, conforme avanza la década, se volverán más influyentes en la política y en los medios de comunicación.

1.2.2 Animando a “los de abajo”. Las clases populares en la animación

Adicionalmente a los centros de ocio y el cine; el radio realizó una entrada triunfal en el mercado durante esta década. Este potente medio de comunicación fue masificado a partir de 1920 al ser el portador de resultados de la contienda presidencial entre Warren G. Harding y Calvin Coolidge, hasta transformar su programación en nido de historias de amor, comedia, ciencia ficción y noticias. Sin embargo, como muchos adelantos tecnológicos, estos no estaban al alcance de todos, ni siquiera en las grandes ciudades.⁷⁹

La llamada clase media⁸⁰, conformada familias con un ingreso modesto y estable, disfrutó en su mayoría de estos bienes. Sin embargo, detrás del progreso se encontraba la situación laboral de los empleados que sostenían la industria. Es preciso matizar a este grupo, dado a que, junto a los artesanos, pequeños comerciantes, desempleados y personas en situación de pobreza, la *working class*⁸¹ o clase obrera también forma parte de los sectores populares, principal inspiración de muchos personajes y tramas animadas. En contraste con la derrama económica y la imagen positiva del marketing y gobierno, las condiciones

⁷⁸ Unión Cristiana de Mujeres por la Templanza.

⁷⁹ El precio promedio de un radio en 1925 era de \$83 dólares, equivalente a \$520 dólares actuales. Incluso con planes de pago, el precio era inaccesible para los sectores populares, siendo un lujo que pocos podían darse durante esta década. Steve, Craig, “How America Adopted Radio: Demographic Differences in Set Ownership Reported in the 1930-1950 U.S. Censuses”, en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Washington, Broadcast Education Association Vol. 48, No. 2, junio, 2004, pp. 186-187.

⁸⁰ E.P. Thompson define “clase” como una expresión sociocultural y fenómeno histórico que “unifica tanto la experiencia, como a la conciencia” la cual forma parte de una estructura social. La clase media americana moderna surge del auge económico de los 20s, así como de los avances tecnológicos producto de la industrialización y la cultura del consumo que dirige su mercadotecnia a este sector social. E.P. Thompson, *La formación de la clase obrera en Inglaterra*, T. I, Barcelona, Crítica, 2002, pp. XVIII-XIV.

⁸¹ La clase obrera tiene sus orígenes a finales del siglo XVIII, a la par del desarrollo de la industrialización. Diferenciándose de los artesanos, comerciantes y profesionistas, el término aplica generalmente a los trabajadores de la industria y las fábricas, aunque también permite identificar a todo tipo de trabajador; desde obreros con ingresos modestos (como los operadores en las plantas de Henry Ford) hasta los trabajadores informales que viven “al día”. Par un análisis más detallado sobre los orígenes y relevancia de la *working class*. *Idem*.

laborales no siempre eran las mejores, lo que provocó la organización de huelgas generalizadas y revueltas durante los primeros años de la década, inspiradas principalmente en la oleada de huelgas de 1919.⁸² A los trabajadores del acero, se les unieron otras asociaciones y sectores laborales como carpinteros, panaderos, recolectores de basura, así como fábricas de cigarros y textiles⁸³, paralizando así la economía por semanas o meses.

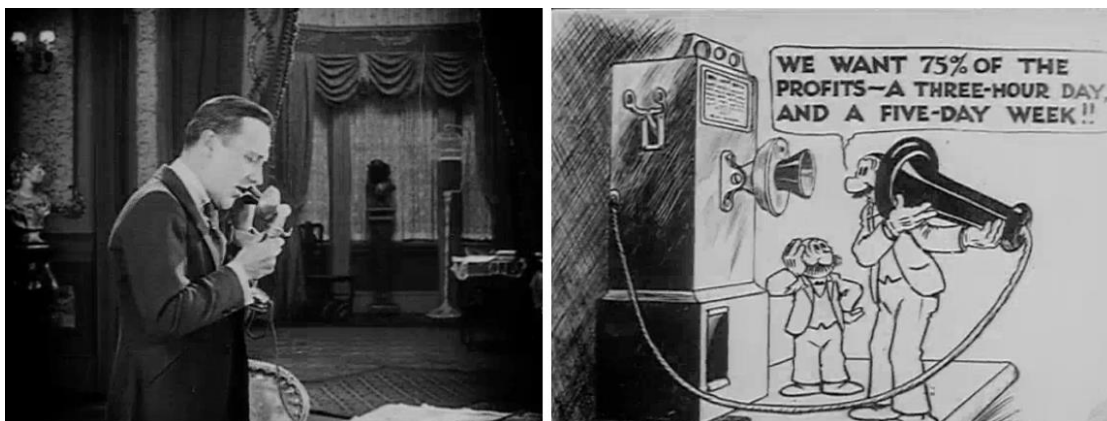


Fig. 9. Mutt y Jeff exigiendo el “75% de las ganancias de sus películas, una jornada laboral de tres horas y de solo cinco días”. *On strike*, Mutt and Jeff (series), dir. Charles Bowers, Bud Fisher Films Corporation, 1920.

Con una relativa cercanía temporal a los acontecimientos anteriores, el corto de Mutt y Jeff, *On strike* (1920), parodia por primera vez en la animación una huelga [Fig. 9]. En el filme, los personajes exigen a su creador una jornada laboral más corta y regalías, pero la negativa de Bud Fisher los lleva a abandonar a su jefe y emprender su propio estudio, el cual resulta ser un desastre. Tristes por el fracaso, Mutt y Jeff buscan a Fisher argumentando que trabajaran “a cambio de nada”. El corto finaliza con Jeff diciendo que el jefe está más que contento de su regreso, dando a entender la importancia que Mutt y Jeff tienen para sus ganancias. El corto Bowers muestra una clara perspectiva conservadora, inclinándose a la burla de los movimientos sindicales, en donde los protagonistas no logran nada con su huelga y sus exigencias laborales son, para este contexto, totalmente irreales y ridículas. Es pertinente mencionar que el discurso conservador de Mutt y Jeff responde a que estos personajes son más apegados a la crítica política que al surrealismo de personajes antropomórficos, dado a que Mutt y Jeff son adaptados directamente de las tiras cómicas del

⁸² Una de las más destacadas fue la huelga de Seattle, cuya organización reunió cerca de en distintos estados e inspirando a otros sindicatos a replicar las revueltas. “Strike Called. All Unions to go out”, en *Seattle Union Record*, 2 de febrero de 1919, p. 1. Washington State Library, caja 42460.

⁸³ Jeremy Brecher, “Nineteen Nineteen”, en *Strike!* California, PM Press, 2020, p. 125-126.

periódico *San Francisco Chronicle* donde continuamente hacían referencia a funcionarios publico de California o al mismo presidente Herbert Hoover.

Mientras *On Strike* muestra huelguistas pacíficos y, hasta cierto punto, derrotados; el gato Félix muestra una faceta mucho más apologética de estos movimientos, al representar una especie de líder sindical en *Felix Revolts* (1923). Harto de los maltratos por parte de los humanos, Felix reúne y organiza a todos los gatos de la ciudad en contra de sus opresores con un elocuente discurso. Comenzando por “hacerles la vida miserable”, irrumpe la tranquilidad nocturna con una sinfonía de maullidos. Al día siguiente, y similar a la unión entre organizaciones, Félix visita en son de paz al líder de las ratas, ofreciéndoles la ciudad. Naturalmente, los ratones hacen fiesta y el plan de Félix funciona: la presión de la plaga de ratas doblega a la ciudad, quien implora el regreso de los gatos. El alcalde, derrotado, cede ante la organización felina, otorgándoles la garantía por escrito (similar a un contrato) de un trato amable



Fig. 10. *Felix Revolts*, dir. Otto Mesmer (no acreditado), Pat Sullivan-Margaret J. Winkler, 1923.

a todos los gatos a cambio de sus servicios [Fig. 10] Con una mezcla de sindicalismo y el flautista de Hamelin, *Felix revolts* nos ofrece una perspectiva mucho más positiva de las huelgas, en un idílico mundo donde los inconformes logran su cometido al doblegar a las autoridades.

Se puede inferir que el retrato de situaciones sociales como son los movimientos obreros también incide en la simpatía que los personajes animados despiertan en una población mayoritariamente proletaria. Pero la injusticia social no será lo único provocador que estas caricaturas representen. Fenómenos como el conservadurismo y la religión exacerbada también fueron motivo de burla, volviendo a la animación un medio que evidencia lo oculto a través la comedia surrealista.

1.2.3 *Wanna be a member?* Supremacismo blanco vs animación subversiva

La facción racista, intolerante y de extrema derecha creció durante esta década; surgiendo partidos radicales y asociaciones cristianas, que lideraron las críticas al mundo del cine y el libertinaje de la juventud de los felices años 20. Por su parte, las sociedades secretas⁸⁴ se trasladaron a la esfera pública, ya sea por sus actividades comerciales -como será el caso de las mafias- o por sus tendencias religiosas y hostiles.

Una sociedad secreta en particular resurgió de sus cenizas decimonónicas, promoviendo una agenda conservadora, antisemita, xenofóbica, anticatólica y con un particular discurso de odio hacia los afroamericanos. El Ku Klux Klan (KKK)⁸⁵ vivió un segundo renacer a principios del siglo XX organizado por William J. Simmons (1880-1945) que, en 1915, se vio potenciado por la película muda de D.W. Griffith (1875-1948), *The birth of a Nation*, la cual solidificó y glorificó la imagen del primer Klan, mostrándola como una organización benévola, que, “había luchado y protegido al Sur contra la imposición de la tiranía y corrupción de los negros y los republicanos”⁸⁶, partido que, previo al intercambio de plataformas partidistas a principios del siglo XX, había luchado en pro de los movimientos abolicionistas y atacado el estilo de vida *dixie* o sureño.

Otro factor que impulsó la popularidad de este segundo Klan fue el linchamiento de Leo Frank, un criminal judío, en agosto de 1915, realizado por un grupo autodenominado “Los caballeros de María”.⁸⁷ Esta segunda etapa le dio al grupo las características identitarias que llegan hasta nuestros días: el uniforme blanco, la restricción de los miembros a blancos protestantes, la cruz en llamas, rituales y desfiles, todo ello con el fin de aterrorizar o intimidar. Cambiando los caballos por autos, los linchamientos como el de Leo Frank se repitieron a lo largo de la nación, con la diferencia de que las víctimas fueron afroamericanos sin ningún crimen registrado. Al mismo tiempo, se organizaron carnavales y desfiles donde

⁸⁴ Se entiende por sociedad secreta cualquier tipo de organización, secta o mafia que permanece al margen de la sociedad. Estos grupos poseen códigos y rituales específico entre sus miembros. Sus fines pueden ser sociopolíticos, económicos, espirituales o delictivos o bien, combinar alguno o todos los anteriores.

⁸⁵ Fundado por seis estudiantes partidarios del ejército confederado entre diciembre de 1865 y 1866 en Tennessee, esta fraternidad consistió en cabalgar por las noches mientras usaban mascarar o disfraces, causando terror en la población. “Extremist in America. Ku Klx Klan”, en *ADL. Anti-Defamation League*, 12 de febrero, 2011.

⁸⁶ Shawn Lay, “Ku Klux Klan in the Twentieth Century”, en *New Georgia Encyclopedia*, 7 de Julio de 2005.

⁸⁷ *Ídem*.

el Klan difundió la palabra de Dios y la misión supremacista del grupo, así como el cobro de cuotas por membresía, similar a las organizaciones de caridad [Fig. 11].



Fig. 11. Desfile del Ku Klux Klan en los condados de Virginia. 18 de marzo, 1922. Library of Congress, colección: National Photo Company, LOT 12294, vol. 3, p. 17. Imagen disponible en: <https://www.loc.gov/pictures/item/89707480/>

El revuelo que causó el Klan y sus ideas no tardó en llegar a la animación, y no precisamente en forma de propaganda que le favoreciera, dado que hay registro de animaciones “pro-klan”⁸⁸. En la cúspide de este renacimiento supremacista, la serie *Aesop's Fables* hace la primera alusión en *The Wayward Dog* (1921), advirtiéndolo a manera de moraleja los peligros de unirse a organizaciones dudosas. Las *fabulas* de Paul Terry sentaron un precedente en cuanto a la relación que tendría la animación con el grupo extremista. El mundo del cine y particularmente el de la animación estaba conformado por primeras o segundas generaciones de inmigrantes y judíos, por lo que muchos de ellos no coincidían con los valores que profesaba el grupo extremista.⁸⁹ Con un referente visual claro y fácil de distinguir dado por el mismo grupo, la capucha blanca terminando en punta y la violencia, el KKK fue inspiración para futuros villanos animados y referencias anti-Klan.

⁸⁸ Christopher P. Lehman, "Klanimation", en *Cartoon Research*, 3 de diciembre de 2016.

⁸⁹ *Idem.*

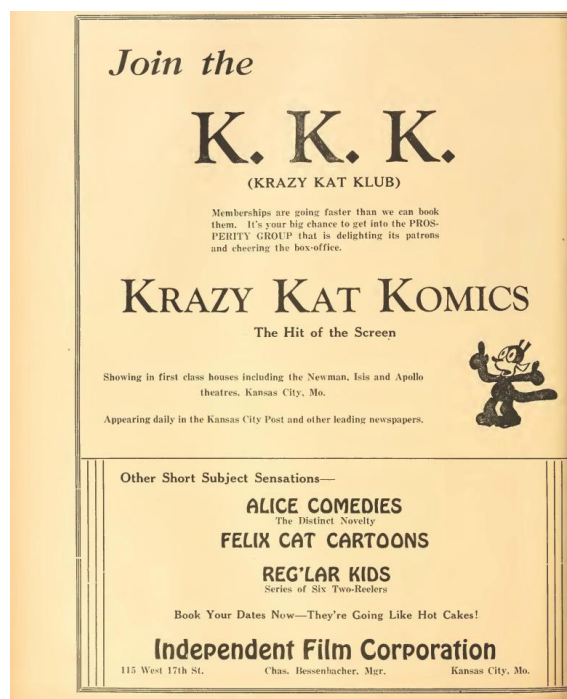


Fig. 12. Anuncio promocional para la distribución de filmes de *Krazy Kat*. Independent Film Corporation, c. 1925. Imagen disponible en: <https://www.cartoonbrew.com/cartoon-culture/join-the-kkk-thats-krazy-kat-klub-you-racist-75665.html>

Durante los primeros cinco años de la década, las referencias directas al Klan se intensificaron. Aprovechando las siglas KKK, la publicidad sobre dibujos animados también hizo de las suyas al atraer la atención jugando con el acrónimo, como fue el caso de los posters de *matinée*⁹⁰ y anuncios publicitarios de *Krazy Kat* [Fig.12]. En cuanto a los filmes, *Accidents Won't Happen* (1925) nos muestra un guiño al terror que provocaban en la población, sobre todo de color, cuando a Mutt le cae una sábana encima y una señora huye despavorida.

Este miedo no era una mera exageración cómica, pues en la realidad los *Klansmen*⁹¹ aterrorizaron a todo el país con ataques violentos a afrodescendientes, judíos y otras minorías. Si bien la mayoría de los afiliados se encontraba en el Sur, la influencia del Klan recorrió toda la nación con sus escandalosas apariciones en el corazón de las ciudades y actos de terrorismo en defensa de “la pureza de la raza blanca norteamericana”.⁹² Los dirigentes o

⁹⁰ Funciones matutinas de cine.

⁹¹ Miembros del Klan. Esta palabra es clave para buscar documentación primaria relacionados con los ataques y afiliados a esta sociedad secreta.

⁹² C. K. Morberger-Thom, *Enigmas de las sociedades secretas*. Trad. Ernesto Mascaró y José J. Llopis, Barcelona, Daimon, 1971, p. 153.

“Magos Imperiales” propagaban discursos de odio aplaudidos tanto por iletrados como por la clase alta, políticos y algunas celebridades.

En 1925, la cantidad de personas reclutadas de esta sociedad *ya no tan* secreta ascendía a los casi 8 millones, lo cual añade un aura de desconfianza general y un miedo sobre que tanto podría crecer el grupo en un futuro. *Alice's Mysterious Mystery* (1926) se cimenta en este sentimiento colectivo, al mostrar el secuestro de una comunidad de perros para convertirlos en salchichas. Además del rapto de una escuela, los secuestradores portan túnicas y capuchas blancas y emplean diversos engaños y trampas para atraer a más víctimas. Ya en la fábrica, el *klansmen* golpea y clasifica a los secuestrados en tres tipos celdas; mismo número de los departamentos en que se organiza el Klan, los cuales son inferiores al *Empire*: el *Realm*, *Dominion* y *Province* [Fig. 13]. La carnicería de los dos *magos* a cargo de la empresa se ve interrumpida cuando Alice y su amigo Julius averiguan las desapariciones, liberando a los prisioneros.

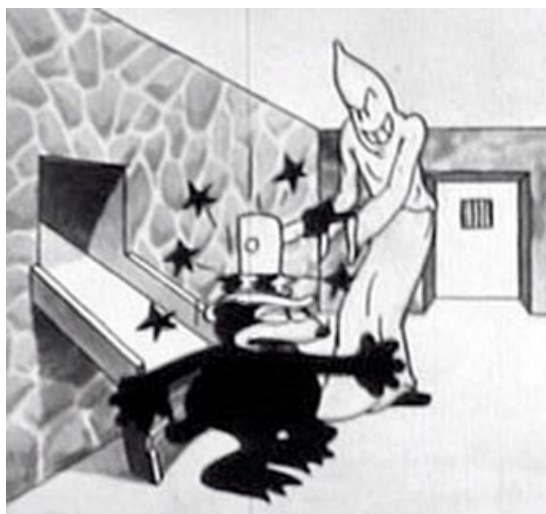


Fig. 13. Miembro del Klan en *Alice's Mysterious Mystery*, Alice Comedies (series), Walt Disney Studio - Winkler Pictures, 1926.

Este final feliz puede aludir al clima político en el que se encontraba el Klan después de 1925, ya que pese a estar en el punto máximo de miembros, su declive se aproximaba con el final de la década. La demanda por abuso sexual en contra de David. C. Stephenson, político y *Grand Dragon* del Klan de Indianápolis, meca del Klan, fue el principio del fin. Se sumaron a este escándalo las sospechas de lavado de dinero, las investigaciones de los delitos contra

minorías por parte del *Bureau of Investigation*⁹³ -futuro FBI-, y una imagen de hipocresía en la opinión pública. Los defensores de la “pureza norteamericana” terminaron la década con su influencia destrozada y pocos miembros. En este contexto, los ritos, ceremonias y estética del grupo se volvió gradualmente un elemento más cómico que terrorífico. En este sentido, la animación contribuyó culturalmente a la fuerte e inmediata reacción contra el Klan.

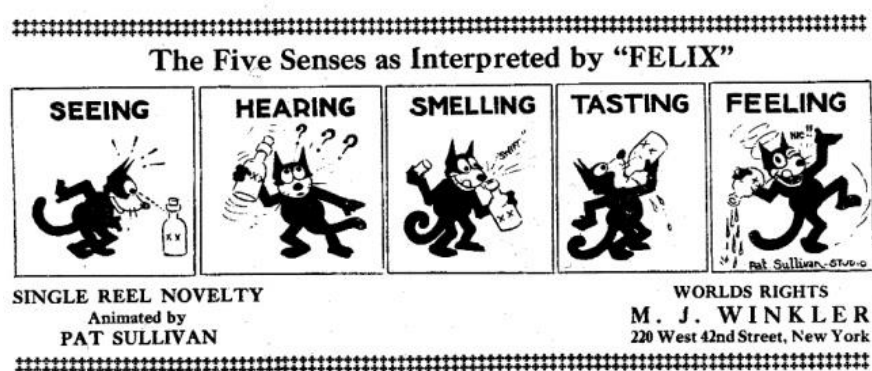


Fig. 14 Miembros de una sociedad secreta en *Bimbo's Initiation*, Fleischer Studios, 1930.

Con el Klan liquidado de la esfera pública, la animación continuó con la representación de otras sociedades secretas. En *Bimbo's Initiation* (1931), se muestra al protagonista presionado a unirse a una misteriosa secta [fig. 14]. Si bien no es precisamente el Klan, en *Bimbo's Initiation* permanecen elementos como las ceremonias, ritos y la persuasión. La representación del Klan en la animación fue abandonada entrada la década de los 30, enfocándose en otras sociedades secretas, particularmente del bajo mundo del crimen que, a través del contrabando, alimentaron una cultura *underground*, fomentando una industria clandestina y creando, indirectamente, un nuevo estereotipo.

⁹³ Los casos investigados por la Oficina de Investigaciones se pueden consultar en la colección digital del FBI, “The Ku Klux Klan (KKK)”, disponible en: <https://vault.fbi.gov/The%20Ku%20Klux%20Klan%20%28KKK%29> , consultado el 22 de febrero de 2023.

1.2.4 Leyes, matones y borrachos: la clandestinidad en la era de la Prohibición



The five senses as Interpreted by "Felix", Pat Sullivan Studios, c. 1922-1924. Imagen disponible en: <https://www.intanibase.com/gac/felix/index.aspx>

"What makes the moon shine?"⁹⁴ recita la tarea de un niño, en *Felix finds out* (1924). Pero ¿qué puede contarnos esta pregunta inocente? Con el deseo de ayudarlo, Félix recorre la ciudad para resolver el misterio. Sin respuesta de la misma luna, choca con un "árbol" que guía a nuestro héroe a una casa con cartel anunciando "pruebe nuestro moonshine". Tras tocar la pared y bailar un poco al vigilante, del árbol emerge un hombre, feliz de conseguir una botella. Félix prueba suerte repitiendo la contraseña, pues intuye que "eso" hace brillar a la luna. El resto es historia. Nuestro querido gato experimenta una noche alocada, llena de visiones en un estado semiconsciente. Y es que el *moonshine* no es otra cosa que alcohol casero, de dudosa calidad y en 1924, una bebida prohibida por la ley y satanizada por conservadores, principalmente mujeres y evangélicos.

Los males provocados por el alcohol han sido tema recurrente en el arte y en la política desde las primeras bebidas fermentadas, y en Estados Unidos de los años 20, un parteaguas sociopolítico que se trasladó a las leyes e impactó el imaginario popular [fig. 15]. Propuesta como una rectificación a la XVIII enmienda, la *Ley Volstead* – también llamada "Ley Seca" – penalizaba la producción, transporte y venta de alcohol en todo el territorio estadounidense: "Después de un año a partir de la ratificación de este artículo, se prohíbe por la presente la fabricación, venta o transporte de licores embriagantes dentro de, la importación de estos, o la exportación de los mismos desde los Estados Unidos y todo territorio sujeto a su jurisdicción o con fines de consumo de bebida queda prohibido."⁹⁵

⁹⁴ "¿Que hace a la luna brillar?"

⁹⁵ U.S. Congress, "18th Amendment to the U.S. Constitution", 28 de enero, 1919, en *The Statutes at Large of the United States of America, from April, 1917, to March, 1919 Concurrent Resolutions of the Two Houses of*

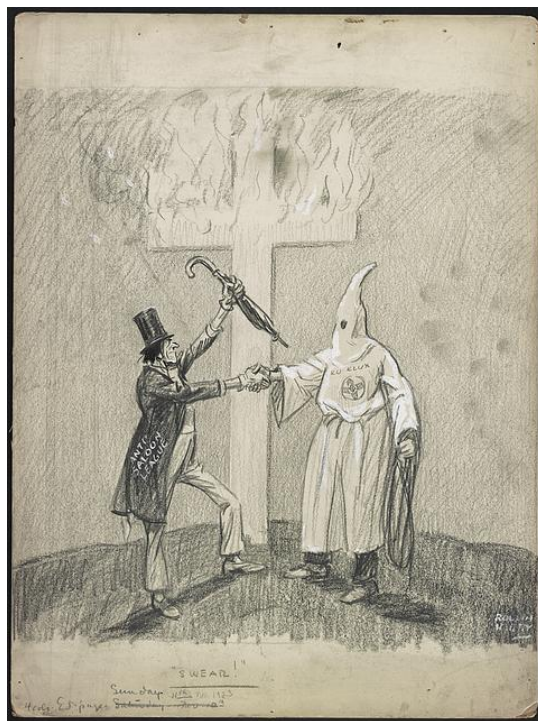


Fig. 15. En esta caricatura se muestra al Sr. Dry (mascota propagandística de los prohibicionistas) y un miembro del Ku Klux Klan haciendo un juramento. Ambos grupos encontraron su mayor apoyo en la población protestante fundamentalista blanca. *Swear!*, Kirby Rollin, 11 de noviembre, 1923. Library of Congress, colección Cartoon drawings, ID digital: ds 03482, disponible en: <https://www.loc.gov/resource/ds.03482/>

La noticia alborotó los medios desde 1917⁹⁶ hasta hacerse efectiva en todo el país el 17 de enero de 1920 con una inversión colosal en propaganda y policías⁹⁷, manteniéndose hasta el 5 de diciembre de 1933. Conviviendo con la cultura juvenil y el espíritu rebelde de la época, la prohibición puede parecer una contradicción, pero, en realidad, la reacción de los jóvenes “alocados” de los felices años 20 es una respuesta subversiva al tenso ambiente conservador. Así, la clandestinidad se convirtió en resistencia, trayendo consigo ingeniosas formas de evitar la ley y disfrutar un trago, usando todo tipo de elementos: desde un disfraz como lo relata el corto de Felix, hasta esconder alcohol en un bastón. Esta no sería la última ocasión en que el gato representaría a un alcohólico. Junto a su conocida faceta de padre

Congress, and Recent Treaties, Conventions, and Executive Proclamations Amendment to the Constitution. Vol. XL, 65th Congress, Washington, 1919, pt. 2 -42, pp.1941-1942. Law Library of Congress, colección: U.S. Statutes at Large, disponible en: www.loc.gov/item/lsl-v41/, consultado el 17 de junio de 2023.

⁹⁶ "Senate puts dry nation up to states", en *New York Tribune*. New York, 2 de Agosto, 1917, p. 1, columna 5. Library of Congress, Chronicling America: Historic American Newspapers.

⁹⁷ "Prohibition amendment has revolutionized local politics by closing saloons and ousting ward heelers roosting in them", en *The Chicago Eagle*. Chiago, 17 de enero, 1920, p. 1, 1ra columna. Library of Congress, Chronicling America: Historic American Newspapers.

irresponsable, cortos como *Why's and otherwise* (1927) lo retratan como un ávido adicto a la fiesta y al alcohol, ocasionándole problemas maritales.

En una segunda entrega de la misma temática, *Woos Whoopee* (1928), el gato ronda por Nueva York tras haber visitado el club nocturno “Whoopee”, sufriendo de camino a casa alucinaciones constantes, problemas con la ley al conducir ebrio y preocupar a su esposa quien lo espera furiosa [Fig. 16]. Teniendo en cuenta el ambiente de prohibición, lejos de satanizar el consumo de alcohol, estas animaciones son un reflejo del deseo de revocación de la Ley Seca, conectando así con los espectadores deseosos de un trago, y seguramente incitando a más de uno a buscar el *speakeasy*⁹⁸ más cercano al terminar la función.



Fig. 16 *Felix the Cat Woos Whoopee*, *Felix The Cat* (series), dir. Otto Mesmer, Pat Sullivan Studios-Copley Pictures Co., 1928.

Esta clandestinidad nos lleva directamente a dudar de la efectividad de la prohibición. El aumento del contrabando o “*rum running*” desde México y Canadá a Estados Unidos contrarrestó el desabasto, pero a la vez de que se volvió un negocio bastante rentable. Los bares y cafés se transformaron en puntos de encuentro para jóvenes y viejos que buscaban huir de las leyes abrasivas y de la cotidianidad. El “Krazy Kat Klub”, un café bohemio que recibe su nombre de la estrella animada Krazy Kat, fue durante casi 10 años un símbolo contracultural de jóvenes entusiastas del *hot jazz*, poetas, artistas y modelos, similar a los *café-chantat* parisinos. Durante la Prohibición y por su discreta ubicación en un callejón, el “Kat” se volvió un distribuidor clandestino de bebidas alcohólicas, cayendo en la categoría de *speakeasy*.

⁹⁸ Bar clandestino.

Los grupos delictivos no dejarían pasar la oportunidad de éxito al incorporarse como los principales distribuidores de alcohol y operadores de centros nocturnos y *speakeasy* en las grandes ciudades. Gracias al próspero negocio, la mafia italiana, irlandesa y judía alcanzaron la cúspide del poder político y nombres como Frankie Lake, Arnold Rothstein,



Fig. 17. Comparativo entre el *gangster* de los 20s en *Felix finds out* (1924) quien es reconocible por su gorra fedora y ceño fruncido; y el capo Rocky de *Golden Yeggs* (1950).

Meyer Lansky, “Lucky” Luciano, Johnny Torrio o Al Capone se volvieron parte de la memoria colectiva, alcanzando un estatus similar al de una celebridad.

En 1927, Frank Costello junto con otros colaboradores como Luciano y Torrio, rescataron la idea de formar un “sindicato”⁹⁹, el cual dependería más de la cooperación entre mafias, que de la competencia entre las mismas,¹⁰⁰ además de funcionar como “una forma de vigilar todas las actividades delictivas y mantener cierta apariencia de orden en la comunidad clandestina”.¹⁰¹ El pago de protección por parte de pequeños y medianos productores interesados en seguir vendiendo cerveza, así como la expansión a otros negocios (secuestros, apuestas y casinos, prostitución, drogas, etc.) contribuyó al éxito de estas organizaciones criminales así como a la creación de un estereotipo que hoy en día sigue persiguiendo a los italoamericanos.

Sumado al estigma del italiano violento, *macho* y patán, la figura del *gangster* renovó la representación estereotípica de los migrantes italianos, ahora asociados a la delincuencia gracias al *rum running* y la presencia mediática de las mafias. Dibujados con una mueca inconforme, mirada enfadada, labios gruesos y un sombrero tipo fedora o boina cubriendo parte de su rostro, el *gangster* animado de los años 20 fue evolucionando poco a poco en las siguientes décadas hasta llegar a dos tipos de

⁹⁹ También conocido como el “*Big Seven Group*”.

¹⁰⁰ Sean Dennis Cashman, *America in the twenties and thirties. The olympian age of Franklin Delano Roosevelt*, New York, New York University Press, 1989, p. 67.

¹⁰¹ Katie Serena, “Meet Frank Costello, the mob boss who inspired Don Corleone”, en *ATI. All Thats Interesting*, 12 de noviembre, 2019, disponible en <https://allthatsinteresting.com/frank-costello>, consultado el 29 de octubre de 2020.

representaciones de la mafia: 1) la figura del *Don* o *capo*, que junto a los elementos anteriores suele lucir un impecable traje *pinstripe* o americana; 2) el *soldato*¹⁰² o sicario quien sigue las órdenes del Don, usando un traje formal o bien, una indumentaria propia de la clase trabajadora [Fig. 17]. A nivel espacio, se les representó tanto en la clandestinidad siendo el *speakeasy* el lugar predilecto, seguido de barrios reales como la Little Italy, barberías y restaurantes italianos. Este estereotipo también fue moldeado, en parte, por una realidad donde los líderes del crimen organizado lucían impecables atuendos ante la opinión pública. Sin embargo, el mundo del cine terminó por cimentar en el imaginario popular el estereotipo del italiano mafioso a través de películas como *La ley del hampa* (1927), *Scarface* (1932) y *Los violentos años 20* (1939).

1.2.5 El paisaje americano. La experiencia del artista y el contraste rural ante el crecimiento urbano como narrativa.

La llegada del cine a Estados Unidos significó el inicio y consolidación de una nueva industria que encontró su futuro imperio en un vecindario de California: Hollywood. Poblándose rápidamente de diversos estudios, los más prósperos creaban compañías bajo su tutela, edificando poco a poco el tejido empresarial y jerarquía vertical de la industria cinematográfica de la *West Coast* (California). Por su parte, Nueva York se colocó en segunda posición en cuanto a la cantidad de estudios, pero contando con mayor cantidad de salas de cine, tanto de lujo como de corte popular. Iniciada la década de 1920, destacaron cinco estudios denominados *The Big Five Majors*: Paramount, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Fox, RKO y Warner Brothers.¹⁰³ La novedad y éxito que resultó ser la animación dio paso la futura creación de subdivisiones dentro de cada gran productora, así como el establecimiento de pequeños estudios independientes, dedicados exclusivamente a crear animaciones.

El desarrollo de la industria en la *West Coast* y Nueva York fue en gran medida, un factor geográfico que explica las tendencias tanto estilísticas como narrativas de cada estudio. Pero, de todos los posibles escenarios a retratar, encontraremos una presencia constante del campo y la ciudad, contrastando ambos espacios a través de los modos de vida y la exageración visual de sus habitantes. Si bien la animación estadounidense nació y se

¹⁰² Rango más bajo en la jerarquía de la *maffia*.

¹⁰³ Gian Piero Brunetta, *Historia Mundial del Cine. Estados Unidos*, T. I, Madrid, Akal, 2011, p. 343.

popularizó en la Gran Manzana; California también produjo gran parte de la filmografía que sobrevive hasta nuestros días, gracias a la gran cantidad de estudios establecidos en Hollywood. En ambos estados se produjeron animaciones exitosas, pero con características particulares, desde el tipo de tramas, hasta el diseño de personajes. Si los estudios del *West Coast* se inclinaban por una visión rural, los de Nueva York reflejaban un mundo multiétnico urbano.¹⁰⁴

Los estudios californianos eran los predilectos para recrear entornos naturales como el campo, un bosque o un pueblo. En cambio, los estudios neoyorkinos desarrollaban sus tramas en un entorno urbano, inspirados en barrios populares como Harlem, o bien, vecindarios étnicos de Manhattan.¹⁰⁵ De estos entornos se rescataron características tanto visuales como conductuales de sus habitantes para construir personajes ficticios y darles una personalidad. La experiencia de vida, recuerdos y cotidianidad de los propios artistas también entra en juego. Un breve análisis comparativo entre Disney (*West Coast*) y los hermanos Fleischer (Nueva York) puede mostrarnos que la vida personal de un artista se manifiesta en su obra, lo cual está intrínsecamente relacionado en qué tipo de personajes serán recurrentes en sus filmes.

Walt Disney (1901-1966), quien vivió la mayor parte de su juventud en Kansas City,¹⁰⁶ conoció el trabajo desde su infancia, enfrentando grandes jornadas como repartidor de periódicos por todo el pueblo, por lo que su empleo fue en gran medida, una manera de convivir diariamente con el entorno rural de Missouri. Gracias a la severa disciplina que su padre Elías ejerció sobre él¹⁰⁷, Walt desarrolló una actitud perfeccionista que lo acompañaría toda su vida.¹⁰⁸ Inspirado por las tiras cómicas del periódico, desarrolló su talento como

¹⁰⁴ Daniel Goldmark, *Funny Pictures: Animation and comedy in Studio-Era Hollywood*, California, University of California Press, 2011, p. 31.

¹⁰⁵ Little Italy, Chinatown, Five Points, etc.

¹⁰⁶ Población que abarca dos ciudades, situada en dos estados, Missouri y Kansas.

¹⁰⁷ Debido a la tensión provocada por sus padres a tan corta edad, Disney perdió contacto con ellos una vez alcanzado el éxito. Ha sido especulado por numerosos autores que el distanciamiento de Disney hacia su familia (a excepción de su hermano mayor, Roy) es reflejado en sus personajes, cuyos lazos paternos son casi inexistentes, o bien, existe una separación forzada de estos vínculos como es visto en *Dumbo* (1941) y *Bambi* (1942). J. Hoberman, “La vida secreta de Walt Disney” en *Escritos sobre cine norteamericano*, Buenos Aires, El cuenco de Plata, 2015, pp. 61-71.

¹⁰⁸ La personalidad perfeccionista y “*workaholic*” de Disney es a menudo resaltada en diversas biografías, reseñas y entrevistas de amigos y socios del artista. Ya sea admirada o criticada, la actitud calculadora y



Fig. 18. Póster promocional de *Springtime* (1929). Imagen disponible en: <https://pin.it/68fKqPf63>, consultado el 12 de febrero de 2023.

artista a temprana edad, escapando de las duras faenas a través de la creación de ilustraciones propias. El mundo del cine también atrajo al joven Walt, pero fueron las aventuras de *Koko el payaso*, las *fabulas* de Paul Terry y la amistad con el joven artista Ub Iwerks (1901-1971), lo que despertó en Disney el deseo de incursionar y experimentar la animación, volviéndose ello su actividad de tiempo completo.

Tras haber perdido los derechos de Oswald en marzo de 1928 ante Charles Mintz (1889-1939), nueva autoridad de Winkler Pictures Co.¹⁰⁹ Disney contrató con un nuevo personaje y futuro icono atemporal: Mickey Mouse. Junto con a su amigo incondicional Ub Iwerks, comenzó una nueva etapa independiente de cualquier productora estableciéndose

definitivamente en California. El estudio del ratón optó por personajes con una personalidad dulce, inocente, despreocupada o ingenua, al estilo de Tom Sawyer cuyo arquetipo convive con un entorno rural. Otra gran inspiración serán los cuentos de hadas o *fairy tales*, un género por sí mismo en la filmografía de Disney, donde la representación de la naturaleza es fundamental.

La reinterpretación de cuentos, leyendas, relatos históricos o fabulas abarcó la construcción de personajes igual de idílicos que su medio ambiente. Los relatos “funcionan a través de arquetipos y, en el mejor de los casos, producen aparentemente narraciones simples con ricas asociaciones simbólicas”.¹¹⁰ De esta manera, los personajes de Disney son en su mayoría, arquetipos o ideales conductuales positivas,¹¹¹ recurriendo al retrato de héroes

determinada de Disney fue clave para su éxito. Leonard Maltin, Jerry Beck, *Of Mouse and Magic. A History of American Animated Cartoons*, McGraw-Hill, 1980, p. 30.

¹⁰⁹ David A. Bossert, *op. cit.*, p. 20-21.

¹¹⁰ David Whitley, *The idea of nature in Disney animation: from Snow White to WALL-E*, 2da. ed., Burlington, Ashgate, 2008, p. 14.

¹¹¹ Si bien las películas de Disney poseen una fuerte carga moral, una gran variedad de cintas no estaban exentas de reproducir estereotipos, como es apreciable en cintas como *Fantasia* (1940).

y villanos en sus historias con un final feliz, elemento que con el paso del tiempo se ha vuelto un *cliché* del estudio.

El espacio representado tomó de referencia los paisajes campiranos estadounidenses, habitados en su mayoría por flora y fauna dócil y tierna. Cortos como *Springtime* (1929), son muestra de una alta sensibilidad y conciencia de la importancia de la naturaleza en las historias Disney. Si bien existen cortos de *Silly Symphonies* aludiendo a las grandes ciudades, esta serie destaca por la cantidad de cortometrajes ambientados en un entorno totalmente natural [Fig. 18], incluso al recrear ambientes urbanos como es el caso de *Woodland Café* (1937) donde el frívolo mundo del jazz y los *music halls* es representada con flores, hojas e insectos.



Fig. 19. La estrella de los Talkartoons, Bimbo, como camarero en un cabaret. *Dizzy Dishes*, Talkartoons (series), dir. Dave Fleisher, Fleischer Studios, 1930.

Opuesto al estilo de Disney, los hermanos Fleischer (y en general los estudios neoyorkinos) presentaron protagonistas más adultos, que si bien, pueden ser ingenuos, también llegan a ser oportunistas, cínicos o violentos. A su vez desempeñan diversos oficios propios del entorno urbano: obreros, meseros, cantantes, bomberos, policías, etc. [Fig. 19]

El caso de Fleischer Studios, principal competidor de Disney a inicios de

la década de los treinta merece una mención aparte de todos sus contemporáneos neoyorkinos. Sus creativos y fundadores no eran ajenos a la multiculturalidad urbana. Dave (1894-1979) y Max Fleischer (1883-1972), hijos de inmigrantes judíos, vivieron su niñez en Nueva York, radicando durante un tiempo en el barrio judío de Brownsville y después en Manhattan. Esta movilidad permitió a ambos hermanos experimentar desde temprana edad la convivencia con los diferentes grupos que poblaban cada bloque de la isla. A su vez, fueron testigos de la marcada desigualdad social, la delincuencia y la mafia, así como otras experiencias más gratas como el teatro popular y posteriormente, en su adultez, la cultura del

Harlem.¹¹² Derivado de ello, sus personajes suelen ser mucho menos “inocentes”, acercándose más a la representación de los vicios y virtudes de la ciudad, que incluye vagos, gigolos, flappers y *coolcats*, aspecto característico de la animación neoyorkina durante los años 20 y 30s.

1.3 Extranjeros en la tierra de la libertad. Migración, prejuicios y representación de otras culturas.

Anteriormente, se ha introducido la representación cultural que existe de la población que compone los Estados Unidos, desde la realidad obrera, la dicotomía ciudad-campo y desde la etnicidad como fue el caso de los italianos, asociados constantemente a la mafia gracias a la Ley Seca. Rescatando este último caso, es puntual ahora referirnos a la representación animada de otras culturas, cuyos símbolos y alegorías trascenderán los años 20 al mezclar generalizaciones que datan de siglos anteriores con nuevos estereotipos de su propio contexto.

Con una presencia constante y un uso tanto cómico como político, la representación de la multiethnicidad estadounidense no es un tema menor, sobre todo en un país cuyos cimientos identitarios e históricos proceden de la migración. La llegada de los primeros colonos europeos asentados en Virginia desde 1607, fue lograda bajo el deseo de una libertad espiritual, económica y política, contribuyendo a la percepción conceptual de Estados Unidos como “país de la libertad”. Sin embargo, la libertad conlleva una inminente carga adicional al equipaje y la nostalgia: el peso de su propia cultura y el cómo esta podría adaptarse al nuevo entorno.

Tras la llegada en 1620 de los famélicos peregrinos del Mayflower, las diferencias no tardarían en manifestarse, en primer lugar, por la supervivencia; seguido del miedo espiritual a todo aquello fuera de la norma puritana. El primer choque cultural será la convivencia con los nativos americanos, cuya ayuda tras un crudo invierno, culminó en el idílico festejo de “acción de gracias” o *Thanksgiving*.¹¹³ Pese a la visión optimista que plasmaba este encuentro

¹¹² Richard Fleischer, *Out of the Inkwell. Max Fleischer and the animation revolution*, Kentucky, The University Press of Kentucky, 2005, p.2-3.

¹¹³ María Estela Báez-Villaseñor, *Bajo asedio del maligno. La persecución de la brujería en Salem, Massachusetts a finales del siglo XVII*. México, Universidad Autónoma Metropolitana-Ediciones del Lirio, 2022, pp. 54-56.

amistoso, el miedo a lo desconocido y la llegada de nuevos habitantes, incitaron en los primeros migrantes y su descendencia a mirar al extranjero como un desafío de adaptación cultural. La segunda mitad del siglo XIX presenció la llegada de mayor población internacional gracias a los efectos del imperialismo, las guerras locales y la persecución política en el lugar de origen de los recién llegados. Entre los grupos étnicos de mayor afluencia antes de 1880 estuvieron los irlandeses, alemanes e ingleses y chinos, superados a inicios del siglo XX por los judíos.¹¹⁴

Los nuevos residentes llegaron no solo con el deseo de una nueva vida, también les perseguían prejuicios del viejo continente que, para su mala fortuna, se replicaron y adaptaron en la población local, mayoritariamente blanca y autoproclamada americana. El miedo, odio y un sentimiento de supremacía racial se transformaron en xenofobia, la cual encontró en el humor un vehículo ideal para propagar ideas generalizadas y a menudo negativas, es decir, estereotipos. Estos estigmas tomaron una forma gráfica a través de la caricatura. Los juegos de palabras, refranes y chistes acompañaban la exageración física de los extranjeros, así como la representación burlona de sus “extrañas” tradiciones y creencias conformaron imágenes que hoy en día, siguen repercutiendo en el imaginario popular.

Asociándoles con fenómenos negativos como la delincuencia, la suciedad o el desempleo, la imagen caricaturizada del *alien*¹¹⁵ fue acogida por medios de comunicación masiva como la prensa, la propaganda gubernamental y la publicidad. En este contexto, encontramos la publicación de diversos tratados científicos¹¹⁶, artículos periodísticos¹¹⁷, pinturas y carteles propagandísticos remarcando en todo momento la idea de superioridad del hombre blanco y la inferioridad de otras razas, así como poca tolerancia a religiones que no fuesen vertientes del cristianismo.

Por su parte, la industria cinematográfica se benefició del imaginario que la migración había inspirado y que era fácilmente identificable. En el caso de la animación, la búsqueda

¹¹⁴ Rachel Rubin, Jeffrey Melnick. *Immigration and American popular culture: an introduction*. Nueva York, New York University Press, 2007, p. 20.

¹¹⁵ Del latín *alius*, que se traduce como “otro”, *alien* pasa a significar “extranjero” o “foráneo”. La palabra se encuentra en libros, caricaturas y leyes. Con el éxito comercial de la ciencia ficción, el termino se transformó en sinónimo de “ser de otro planeta”.

¹¹⁶ Un ejemplo de estos tratados es *The Passing of the Great Race*, publicación de 1916 escrita por Madison Grant (1865-1937).

¹¹⁷ Destaca la labor de Kenneth Roberts (1885-1957), escritor en el *Saturday Evening Post*, sugiriendo enérgicamente que urgía una revisión de las leyes migratorias para permitir que menos judíos (a quienes se refirió como “parasitos humanos”) entraran al Estados Unidos. Sean Dennis Cashman, *Op. cit.*, p. 46.

de lograr el éxito comercial y capturar la atención del público, inclinó a los animadores a reutilizar los estereotipos de la caricatura de siglo XIX para crear nuevos escenarios, tramas y personajes secundarios. Además, algunos artistas detrás de las cintas eran hijos de migrantes, por lo que su vida cotidiana y las vivencias de su infancia influyeron directamente en la representación de estereotipos raciales.

Si bien las representaciones étnicas animadas no se reducen a los migrantes antes mencionados, es puntual señalar que la animación de los años 20 recurrió constantemente a cuatro grandes grupos: asiáticos (principalmente chinos y japoneses), europeos (italianos, franceses e irlandeses), judíos y medio oriente. Por lo general, estos personajes funcionan como alivio cómico o villanos, que difícilmente logran la victoria. Además de la representación visual de la vestimenta o rasgos físicos, la voz o acento exagerado son un segundo factor a tomar en cuenta para la identificación de estos estereotipos, sobre todo en personajes antropomórficos como gatos, lobos, osos o cualquier otro animal.

1.3.1 Entre generalizaciones y exotismo: China y Japón.

Durante la primera década del siglo XX, la migración hacia Estados Unidos tuvo un crecimiento significativo, descendiendo paulatinamente en los años 20¹¹⁸ gracias al aumento de la xenofobia y racismo, siendo los chinos el grupo más perjudicado por estas ideas y posiblemente el más discriminado después de la población afroamericana.

La presencia masiva de chinos en Estados Unidos comenzó a mediados del siglo XIX, impulsada por la fiebre del oro en California y posteriormente por la construcción de vías férreas. Este grupo se insertó laboralmente en el comercio informal y el establecimiento de negocios como restaurantes, lavanderías y fumaderos de opio.¹¹⁹ Iniciado el siglo XX, los movimientos revolucionarios y anti-imperialistas en China como la rebelión de los *Boxer* (c. 1898-1901) y el fin de la Dinastía Qing en 1911 provocaron un aumento significativo de migrantes en busca de oportunidades económicas y estabilidad política. Contrario a sus expectativas, los migrantes se encontraron con una población hostil que celebraba el hostigamiento e incluso su asesinato:

[Los chinos] han sido víctimas de mucha mezquindad y crueldad por parte de individuos. Abusar y engañar a un chino; robarle; patearlo y esposarlo; incluso

¹¹⁸ Angela Moyano y María Estela Báez-Villaseñor, *EUA: una nación de naciones*, México, Instituto Mora, 1993, p. 139.

¹¹⁹ *En inglés; opium den.*

matarlo, han sido cosas hechas no sólo con impunidad por hombres mezquinos y malvados, sino incluso se vanaglorian [...] No existe una fácil asimilación de los chinos a nuestros hábitos y modos de pensamiento y acción. [...] Y nuestra conducta hacia ellos ha intensificado inevitablemente estos sentimientos: los ha hecho retroceder a sus naturalezas y hábitos. Por eso traen y conservan aquí todas sus formas hogareñas de vivir y vestir, sus antiguas asociaciones y religión. Sus calles y barrios en pueblos y ciudades son reproducciones de China.¹²⁰



Fig 20. Caricatura anti china previa al Acta de Exclusión de 1882. En la mano, se lee “monopolio” y debajo de ella se representan algunos de los negocios asociados a los chinos: fabricación de cigarros, ropa interior y camisas, cajas, zapatos y lavanderías. *The Coming Man* [El hombre que viene], George Frederic Keller, en *The San Francisco Wasp*, 20 May, 1881. Imagen disponible en: <https://thomasnastcartoons.com/2014/04/03/the-coming-man-20-may-1881/>

En el imaginario estadounidense, la llegada de chinos y su inserción en el campo laboral¹²¹ así como la resistencia cultural de su modo de vida; fue interpretada como una forma de “apropiarse” del país, cuya comunidad estaba usurpando trabajos a los ciudadanos estadounidenses [Fig. 20]. El trato despectivo y violento escaló rápidamente,¹²² acompañado

¹²⁰ Samuel Bowles, *Our new West. Records of travel between the Mississippi River and the Pacific Ocean ...*, New York, Hartford publishing co., 1869. Library of Congress, colección: American Memory, ID digital: amrvvg32., pp. 402-404.

¹²¹ Los chinos se emplearon como recolectores en las plantaciones de té u otros cultivos, como mineros, comerciantes, mano de obra en la construcción de vías férreas, trabajadores en la industria textil y del tabaco, restaurantes y lavanderías. Marta Esteban y Andrea Gómez, “Primera ola de inmigración china a Estados Unidos” en *Diásporas de asia oriental*, diciembre 19, 2016.

¹²² Margarita Rodríguez, “Cómo fue la primera gran ley para prohibir la inmigración a EE.UU. 130 años antes de la llegada de Donald Trump al poder” en *BBC Mundo*, 26 febrero 2017.

de discursos donde se les estigmatizó de abusadores, oportunistas, drogadictos, alcohólicos o propagadores de enfermedades

Las leyes tampoco tuvieron piedad de los chinos al ser aprobada en 1882 el *Acta de Exclusión China*, la cual revocaba los derechos laborales de los chinos radicados en territorio estadounidense y prohibía el ingreso a nuevos inmigrantes por diez años.¹²³ Estas disposiciones fueron renovadas en las décadas siguientes hasta llegar a 1917, año en que se aprobó una ley que limitaba el ingreso de migrantes asiáticos con excepción de japoneses y filipinos.¹²⁴ Hacia 1924 la hostilidad gubernamental aumentó con el acta *Johnson-Reed*, que mostraba mayor rigidez hacia la migración en general y reforzaba la rectificación de 1917 con el fin de preservar la “homogeneidad americana”.¹²⁵

Junto con la legislación llegó la propaganda que glorificaba el documento de exclusión sin olvidar incluir una exagerada y deshumanizada ilustración de los chinos, así como el lema “*Chinese must go!*”¹²⁶. Las representaciones estereotípicas de los chinos incluyeron exageraciones físicas como los ojos rasgados, la piel amarilla, la coleta china, los sombreros campesinos y los dientes sobresalientes, así como conductas inclinadas al consumo de opio y símbolos asociados como los dragones y los templos budistas.



Fig. 21. *False Vases*, Felix the Cat (series), dir. Otto Messmer (no acreditado), Copley Pictures Corporation-Pat Sullivan Studios, 1929. Disponible en: <https://youtu.be/pQAdYv23SmY?si=o8mj5y187pQME5-B>

¹²³ U.S. Congress. *The Statutes at Large of the United States of America, from December, 1881, to March, 1883, and Recent Treaties, Postal Conventions, and Executive Proclamations. Vol. XXII.* Vol. 22, 47th Congress, 1883, chap.126, pp. 58-61. Library of Congress, colección: U.S. Statutes at Large, disponible en: www.loc.gov/item/lsl-v22/, consultado el 16 de julio de 2023.

¹²⁴ United States Department of State, “The Immigration Act of 1924 (The Johnson-Reed Act)”, en *Office of the Historian*. 17 de noviembre, 2013. Disponible en: <https://history.state.gov/milestones/1921-1936/immigration-act>, consultado el 19 de julio de 2023.

¹²⁵ *Idem*

¹²⁶ Angela Moyano y María Estela Báez-Villaseñor, *EUA: una nación de naciones, México*, Instituto Mora, 1993, p. 139.

Adaptados a la animación, se conservaron todos los elementos anteriores, con el fin de obtener una carcajada del público. En *Felix False Vases* (1929), el protagonista busca reponer una vasija que ha roto por accidente. A través del clásico gag de excavar hasta llegar al otro lado del mundo, Felix llega a China, molestando a todos, incluyendo al emperador. Los chinos fungirán como antagonistas persiguiendo al gato quien usará sus coletas de múltiples formas, desde instrumentos musicales hasta una cometa [Fig. 21]. Otros filmes se enfocarán propiamente en representar los barrios chinos estadounidense, como es el caso de *Chinatown, my Chinatown* (1926). Ambas cintas dan una imagen estereotípica que omite las enfermedades, pero algunos filmes no perdonan hacer referencia al consumo de sustancias opioides.



Fig. 22. *The chinaman*, Out of the Inkwell (series), dir. Max Fleischer, Inkwell Studios, 1920.

En *The chinaman* (1920), un filme que mezcla animación y *liveaction*, Max Fleischer conoce a un artista que le ofrece realizarle un retrato. Tras observar sus trabajos, Max accede y deja de lado uno de los dibujos, el cual retrata a un chino. Este dibujo presenta inicialmente algunas de las características antes mencionadas: ojos rasgados y los dientes exagerados. Conforme el corto avanza, Koko (personaje animado de Fleisher) cobra vida, e inicia una pelea con la caricatura del chino. Tras ser golpeado numerosas veces, el chino cae inconsciente, y se nos muestra una breve escena sobre “sus pensamientos” mientras esta aturdido.

Con un semblante relajado, el chino descansa feliz y fuma opio, haciendo alusión a una expresión de siglo XIX acuñada en las casas de opio para referirse a un sueño imposible;

el *pipe dream*.¹²⁷ Elementos como la coleta china (*pinyin*) y el traje *tang*¹²⁸ se detallan en el cuadro. El fondo también posee una pequeña reminiscencia a las pagodas y templo [Fig. 22]. El corto finaliza con la victoria de Koko y una travesura a Max Fleischer, pues modifica el dibujo del caricaturista al pintarle una nariz estereotípica judía a su retrato.¹²⁹



Fig. 23. Damas japonesas en *Japanicky*. Se denota el monte Fuji, el cerezo o *sakura*, así como la indumentaria femenina tradicional mientras se realiza la ceremonia del té. *Japanicky*, dir. Otto Messmer, Bijou Films-Pat Sullivan Studio, 1928.

Los japoneses por su parte compartían con los chinos ser representados con ojos rasgados, piel amarilla y dientes prominentes, pero la vestimenta y elementos culturales como las *geishas*, los *sumos* y los *samurai* añadieron un retrato distintivo de cualquier otro estereotipo asiático. *Japanicky*, un corto de 1928, ilustra los estereotipos femeninos y masculinos que encontraremos en la animación de la década, inspirados en elementos reales del folklore japonés. Cabe destacar que, al ser un filme

sonoro, la música imita el tradicional sonido del *koto*, y aunque es inteligible, las voces de los personajes japoneses intentan denotar un acento oriental. Este último detalle será una constante en filmes posteriores con representaciones de Japón.

Después de presenciar una pelea de *jiu-jitsu*, Félix se entusiasma de aprender los movimientos, practicando con cualquiera que se encuentre. Una cabra furiosa no soportará el entrenamiento de Félix y lo lanzará volando hasta Japón. Para ambientar *Japanicky*, se emplearon elementos como la bandera imperial, pagodas y arboles de cerezo. En cuanto a la representación de los japoneses, los personajes femeninos son sorprendentemente dibujados con un mayor cuidado y sin mayores exageraciones físicas salvo los ojos rasgados. Pese a simplificar la representación humana, se mantienen elementos básicos de indumentaria tradicional femenina como es el *kimono* y el *nihongami*¹³⁰ [Fig. 23].

¹²⁷ Otra traducción equivalente es “hacer castillos en el aire” o “hacerse ilusiones”. En el ámbito de consumo de opio, *pipe dream* se refiere a las alucinaciones o pensamientos que surgen mientras se fuma.

¹²⁸ El traje *tang* o *tangzhuang* consta de una camisa o chaqueta de cuello alto y botones ornamentados por ambos lados, usualmente en un color contrastante al del resto del traje.

¹²⁹ Max Fleischer era judío. Excelente jugada*

¹³⁰ Peinado femenino tradicional japonés. Existen diversas variaciones, pero en su mayoría consisten en tres secciones abultadas de cabello complementadas con una peineta o adorno llamado *kanzashi*.

Los hombres no tienen la misma suerte. Como se mencionó anteriormente, se les retrata con dientes prominentes y los ojos rasgados al igual que los chinos; pero su distintivo está en la vestimenta y el peinado. Mientras que los chinos son representados con una coleta y el traje *tang*, los japoneses lucen un *haori*¹³¹ y *hakama*.¹³² y en ocasiones, el *chonmage*¹³³ [Fig. 24]. Al observar las exóticas costumbres de los japoneses, Félix se da a la tarea de cambiar un poco el panorama al



Fig. 24. Japones portando una *hakama* y luciendo el peinado *chonmage*. *Japanicky*, dir. Otto Messmer, Bijou Films-Pat Sullivan Studio, 1928.

comenzar a vender sillas que sustituyan el *seiza*.¹³⁴ Este choque cultural culminará cuando el emperador sucumba ante la oferta de Felix, cambiando el *seiza* y el *chaban*¹³⁵ por una silla y una mesa occidental.

A diferencia de los chinos, a quienes se les atribuyeron males como las adicciones y enfermedades, los estereotipos japoneses de los años 20 carecen en su mayoría de dichos estigmas. En cambio, se centran en el *dogma* de la disciplina y orden que rige la sociedad japonesa, presentes en tradiciones como la ceremonia del té, el teatro *kabuki*, el *hanami*,¹³⁶ entre otras actividades. Esta representación con tintes de exotismo se repetirá en toda la década de los 20 y parte de los 30, si bien no tendremos exageraciones abismales hasta el periodo de la Segunda Guerra Mundial. Conforme avancen las décadas y las tensiones entre Japón y Estados Unidos aumenten, los diseños iniciales de los años 20 servirán como una base para la futura propaganda animada anti-japonesa, la cual se abordará en el último capítulo de esta investigación.

¹³¹ Suéter de mangas largas y anchas. Suele ser ornamentado con patrones, o bien, con grabados estilo *ukiyo-e*.

¹³² Pantalones largos y anchos, usados principalmente por hombres.

¹³³ Peinado tradicional de la clase *samurái* y *sumos*. Consiste en afeitar una parte superior del cráneo, mientras que el cabello restante se abulta en una coleta pequeña. Este peinado cayó en desuso tras su prohibición en la era Meiji.

¹³⁴ Posición tradicional para sentarse en el piso. Consiste en sentarse arrodillado con la espalda recta mientras se unen ambas manos sobre las piernas. El *seiza* también es utilizado como pose solemne durante la ceremonia del té o en actividades contemplativas como el *hanami*.

¹³⁵ Mesa o tablero utilizado en la ceremonia del té.

¹³⁶ El arte de contemplar las flores o el florecer de los cerezos.

En comparación con el caso chino, la convivencia un tanto más neutral entre la cultura japonesa y la estadounidense propicio una gran popularidad de las cintas estadounidenses en el país del sol naciente. Con la incipiente globalización, a partir de 1925, la comercialización de Félix a un nivel global provocó su popularización en Japón, seguida de Mickey y Betty Boop. La aceptación de estos personajes derivó en la creación de mercancía “pirata” dada la falta de distribuidores oficiales. Desde un punto de vista sociológico, la presencia de piratería en torno a una serie también es indicativo de su aceptación en otras latitudes. Además, la influencia de Félix y otros personajes estadounidenses es palpable en el desarrollo de la animación japonesa, así como de conceptos como es la futura estética de la ternura, lo *kawaii*.¹³⁷ Al experimentar con el estilo *rubber hose*, tomaron de referencia los diseños antropomórficos de Félix, adaptándolos a personajes su propio folklore mitológico.

1.3.2 Los judíos, un “enemigo errante”.

“Y dijo Caín a Jehová: grande es mi castigo para ser soportado. He aquí me hechas hoy de la tierra, y de tu presencia me esconderé, y seré errante y extranjero en la tierra; y sucederá que cualquiera que me hallare, me matará”
Génesis, 4:13-14.¹³⁸

Iniciar con una referencia bíblica puede sonar exagerado, pero el caso de los estereotipos contra los judíos es especial, ya que estamos ante uno de los más antiguos de la historia humana. Trascendiendo la nacionalidad y enfocándose en su carácter religioso, los judíos han acumulado en más de dos milenios de existencia numerosos símbolos y distorsiones visuales. La mención del Génesis es necesaria para comprender una de las representaciones simbólicas que ha acompañado a los migrantes judíos en todas las épocas, el cual surge a través de una leyenda: el Judío Errante. De manera sintetizada, el Judío Errante es un ser condenado a vagar por la tierra trayendo desgracias a donde llega. Originada en el siglo

¹³⁷ Traducido literalmente como “lindo” o “tierno”, la estética *kawaii* alude a formas redondas y suaves, insinuando que el objeto o personaje es seguro, atractivo y agradable. Los personajes *kawaii* suelen tener un cuerpo redondo, ojos y cabeza grande, extremidades pequeñas, colores agradables y texturas suaves. Para ahondar en como lo “*kawaii*” funciona como herramienta emocional. Ricardo Victoria Uribe, “*Kawaii! La ternura como herramienta para el diseño emocional y sustentable*”, en *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, Estado de México, Universidad Autónoma del Estado de México, vol. 17, núm. 31, 2022, p. 5.

¹³⁸ *Santa Biblia*, trad. Reina Valera 1960, California, Vida, 2021, p. 4.

XIII¹³⁹, la leyenda nace inspirada en la diáspora judía tras la destrucción del templo de Jerusalén combinada con interpretación cristiana de pasajes bíblicos y la vida de Cristo, quien es traicionado o maltratado por supuestos judíos.

La identidad del Judío Errante no es clara, pues algunas versiones señalan que es Caín, quien fue desterrado y marcado por Dios tras asesinar a su hermano. Otras versiones señalan a Judas Iscariote y al guardia de Poncio Pilatos, Cartaphilus “Joseph”, quien empujó a Jesús por la espalda antes de su juicio. Sea Caín, Judas Joseph, todos tienen una temática en común: la traición y el castigo divino de vagar por el mundo eternamente.

Con esta justificación bíblica, el judío errante es una representación de la culpa y una de las bases más antiguas del antisemitismo que dibuja al judío como un ente sin nación y de costumbres “extrañas”, volviéndolo el eterno antagonista y “portador” de los males de la sociedad, como la mala suerte, la barbarie, enfermedades, la tacañería y el fraude. Las supersticiones europeas también se sumaron a la leyenda del Judío Errante, contribuyendo de manera significativa a moldear la futura imagen caricaturesca del judío, el cual funcionó como un chivo expiatorio para todos los males. Algunas creencias los relacionan con el “mal de ojo”, capacidad de maldecir y contagiar enfermedades mediante “hechizos” escritos en hebreo,¹⁴⁰ y la capacidad de embaucar sin escrúpulos a cualquier persona.

La representación gráfica de la leyenda se complementó con estas supersticiones y prejuicios, además de justificarse a partir de elementos históricos como su expulsión de Inglaterra en 1290, cuando Eduardo I optó por un financiamiento económico diferente a sus antecesores, quienes se habían endeudado con prestamistas judíos, actividad en la que

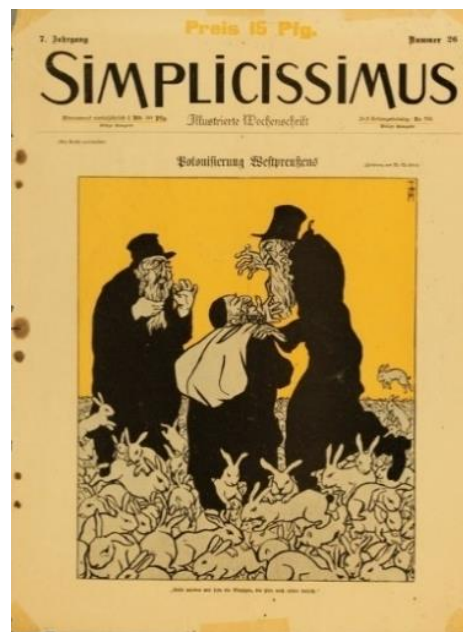


Fig.25. Portada de la revista satírica *Simplicissimus*, año 7, No. 26, 23 de septiembre de 1902. La imagen juega con los temores de la población ante la inmigración masiva de judíos de Europa del Este a Prusia a principios del siglo XX. United States Holocaust Memorial Museum, colección: The Katz Ehrentha. Imagen disponible en: <https://collections.ushmm.org/search/catalog/irn544529>, consultado el 22 de febrero de 2023.

¹³⁹ Moncure Daniel Conway, *The wandering Jew*, New York, Trow's Printing and Bookbinding Company, 1881, p. 3.

¹⁴⁰ *Ibidem*, pp. 89-90.

destacaron en toda Europa.¹⁴¹ Con nuevas diásporas constantes y ganándose la reputación de ser prestamistas peligrosos, el estereotipo del judío ingenioso, oportunista y rico se generalizó en imágenes antisemitas, caricaturas y propaganda que alertaban de su llegada y las fatídicas consecuencias de su presencia [Fig. 25].

En la animación, la exageración de rasgos físicos heredados de la caricatura y de viejas representaciones se combinó con el estereotipo del judío “usurero” y rico. Rasgos como la nariz alargada, barba larga y los caireles, así como el cabello pelirrojo y rizado se acompaña de alguno o varios de los siguientes objetos: ropa negra y sombrero de copa (asociado a la clase alta), la *kipá*¹⁴², el *talit*¹⁴³ o la estrella de David, ejecutando el oficio de mercader o simplemente un villano rico sin escrúpulos. *Swing you sinners* (1930) evoca a estos milenarios objetos. En el filme, el ladrón Bimbo se encuentra con variados fantasmas tras esconderse en un cementerio, siendo uno de ellos un mercader judío. En él, se aprecian algunos de los elementos antes mencionados, distinguiéndose la barba, la nariz pronunciada y el talit en cuanto al diseño; por su parte, el lenguaje corporal indica el carácter oportunista del mercader. [Fig. 26]



Fig. 26. Judío en *Swing You Sinners!* Talkartoons (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1930.

¹⁴¹ Luque Nadal, Lucía, “Análisis lingüístico-cultural del imaginario de los judíos a través los refranes”, en *Hikma. Revista de Traducción*, Córdoba, UCO Press-Universidad de Córdoba, Vol. 11, octubre, 2012, p. 105, 108.

¹⁴² Gorra ritual usada por hombres judíos.

¹⁴³ Manto de oración judío que se coloca en la cabeza para iniciar la oración.

Hasta el momento, se han abordado estereotipos que surgen de la cultura popular de los “salvajes” años 20, destacándose particularmente algunos provenientes de la presencia extranjera. Pero falta una representación aún más popular, longeva y, por lo tanto, más compleja. La búsqueda por los orígenes de los estereotipos sobre la comunidad de color, tanto del interior de Estados Unidos -afroamericanos-, como hacia el exterior -África y otras comunidades afrodescendientes- lleva a esta investigación a retomar dos aspectos: la herencia teatral en la animación y no menos importante, la historia de la cultura afroamericana, incluyendo la amarga etapa del esclavismo hasta llegar al Harlem. Ambos elementos aportaran símbolos y figuras a reinterpretar en el lenguaje animado, mismo que para la década siguiente, llevara al extremo.

1.4 ¿*Freaks*, *Minstrels* o *Harlem cats*? La herencia teatral en los estereotipos animados

Bien conocido es el pasado circense de Charlie Chaplin, los comienzos de Buster Keaton en el teatro popular, o el papel de Harry Houdini como ilusionista del pueblo. Similar a estas estrellas de los reflectores y las carpas, la animación y sus personajes poseen una herencia performativa profunda con el mundo del espectáculo decimonónico conocido como *vaudeville*¹⁴⁴, desde su diseño, tramas e incluso a nivel musical. Por ello, es puntual una revisión de este espectáculo que fue parte de la historia de vida de una gran cantidad de animadores, directores y guionistas y no tardo en reflejarse en su arte.

La cultura afroamericana por su parte es un elemento de referencia constante en todo tipo de entretenimiento estadounidense. Sin buscarlo, impregnó la vida sociocultural de toda una nación, siendo transformada, representada y reinterpretada constantemente en todo tipo de medios. Su presencia es vital para comprender el origen de algunos de los estereotipos más recurrentes en la animación, ya sea aquellos propios del imaginario del siglo XIX, o bien, las nuevas distorsiones que llegan con el cambio de siglo, inspiradas en una revolución cultural iniciada un pequeño barrio de Manhattan: Harlem.

¹⁴⁴ Genero del teatro de variades que consiste en un acto cómico que mezcla baile, música y prosa. Luciano Ramo, *Historia de las variedades*, trad. Baltasar Samper, México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana (UTEHA), 1961, p. 7.

1.4.1 La herencia teatral: *vaudeville*, *freaks* y el circo.

La relación que la animación posee con las llamadas variedades¹⁴⁵ y entretenimientos populares va más allá de la inspiración visual. Las variedades son, en esencia un conjunto de espectáculos o performances teatrales que abarcan desde el *burlesque*¹⁴⁶ (que incluye elementos del *drag* y travestismo hacia finales del siglo XIX), el arte circense, el ilusionismo, teatro de sombras y la proyección tanto de fotografías como cintas, etc. Las variedades se popularizan en Francia con la aparición en 1770 de los *café-chantant* o café de músicos¹⁴⁷, seguido de los cabarés, la revista o *music hall*, y los *follies*. Este tipo de espectáculos también están presentes en espacios itinerantes como son los circos, ferias y carnavales.

La proyección de imágenes en este tipo de entretenimientos es un primer indicio de la cercanía que la animación tiene con su herencia teatral, pues no es sino en los recintos donde se presentan las variedades donde el cinematógrafo encuentra su éxito. Sin embargo, las variedades de tipo itinerante serán fundamentales en la difusión del cine y, por ende, de la animación. Con la introducción del teatro óptico y posteriormente la proyección de películas en circos, ferias y carnavales, la animación llegaba de pueblo en pueblo como una atracción imperdible de chicos y grandes, junto con un espectáculo teatral: el *vaudeville*.

Este entretenimiento alcanzó su auge a finales del siglo XIX y principios del XX. Pronto los magnates y productores llevaron el *vaudeville* a un performance más elaborado y lujoso: la revista.¹⁴⁸ Con un público devoto, se ganó un espacio propio en publicaciones

¹⁴⁵ Entretenimientos teatrales que incluyen su programa diversos espectáculos o *performances* como el *burlesque*, *vaudeville*, *freak shows*, arte circense, ballet, *minstrels*, *vedettes*, ilusionismo, proyecciones de cinematógrafo, etc. Este tipo de espectáculos también están presentes en espacios itinerantes como son los circos, ferias y carnavales.

¹⁴⁶ Mezcla de las palabras ‘burla’ y ‘grotesco’, es un tipo de parodia que data del siglo XVII, donde la exageración y la sátira tocan de manera cómica temas delicados, figuras de autoridad o situaciones serias de una época determinada. Es también referida como una versión vulgar de la ópera cómica y se encuentra en variedades como el *vaudeville*. “Burlesque” en *Online Etymology Dictionary*. Disponible en: <https://www.etymonline.com/word/burlesque>, consultado el 20 de abril de 2023.

¹⁴⁷ Local donde el propietario ofrece a los clientes, por la tarde o la noche, un entretenimiento musical y canciones. También son conocidos como *café-concert*. Luciano Ramo, *Óp. cit.*, pp. 1-2.

¹⁴⁸ Entretenimiento teatral lujoso que combina diferentes tipos de variedades. El autor Luciano Ramo diferencia a la revista de otros tipos de teatro por las cualidades del establecimiento; en estos se permite fumar, además de que es posible entrar y salir sin esperar los intermedios. Sin embargo, mantiene un carácter más formal que un cabaret o un circo. Consiste en dos partes: 1) canciones, dúos cómicos, números de orquesta y 2) ilusionistas, acróbatas, malabaristas, *vaudeville* y la presentación estelar de algún artista o *vedette* (número central del programa). *Ibidem*, pp. 6-7.

especializadas como *Billboard*¹⁴⁹ y un intento de monopolizar el espectáculo en 1903 con la Vaudeville Managers Association. Pero su existencia no se limitó a la vida nocturna de las ciudades. Espacios como los circos, las carpas itinerantes y los carnavales populares acogieron esta variedad como parte de sus atracciones, llegando de esta forma a población de todas las clases sociales. El *vaudeville* se conforma de diversos subgéneros; ilusionistas, magos y oráculos; rutinas de comedia; acrobacias y malabares, *showgirls*¹⁵⁰, *freak shows* y los *medicine shows*, ambos espectáculos de corte popular e itinerante. Estos dos últimos tienen una particular historia con la animación, pero es importante definir que son exactamente.

Los *medicine shows* consisten en la venta de medicamentos, productos milagro o sanación de enfermedades. Se presentaban en ferias, carnavales o circos, empleando la misma carreta o transporte a modo de escenario. El vendedor era un actor en todo el sentido de la palabra, ya que a menudo los remedios usualmente eran estafas. Su presencia en la animación denota el carácter de estafa, o bien, juega con la idea de los milagros, como es el caso de *M.D.*¹⁵¹ (1932), donde Betty convence a la población de comprar “Jippo”, su tónico milagroso que resulta ser agua común y corriente. El corto está acompañado de una secuencia donde podemos observar los efectos adversos de su producto, finalizando con un plano de la última víctima del tónico -un bebé- quien cambia gráficamente su cara tierna a la bestia de *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* (1931).

Por otra parte, las tramas que giran en torno al avance tecnológico -un tema común en la ciencia ficción- nos muestran una versión industrializada del *medicine show*, donde el personaje conoce, prueba o incluso vende un producto que da solución a un problema moderno. *Crazy Inventions* (1933), nos muestra una idílica feria de novedades; y los propios gags de la icónica marca “Acme” venden una solución casi milagrosa a los protagonistas de Looney Tunes o Merry Melodies. Todas las cintas anteriores buscan presentar un producto,

¹⁴⁹ Publicada por primera vez el 1ro de noviembre de 1894 como una revista de anuncios, *Billboard* se renovó en 1900 al publicar noticias y enfocarse principalmente en el mundo del teatro, el cine, las ferias y carnavales, el *vaudeville* y la música. Para los años 30s *Billboard* se especializa a cubrir la industria musical al no poder competir con la revista *Variety*. Gary Trust, “The First Billboard: All That Was ‘New, Bright and Interesting on the Boards’”, en *Billboard*, 11 de enero de 2022. Disponible en: <https://www.billboard.com/pro/first-billboard-issue-november-1-1894/>, consultado el 23 de abril de 2023.

¹⁵⁰ Actrices, comediantes, bailarinas o acróbatas del teatro de variedades. Poseen una belleza y carisma exuberante, siendo a menudo su performance el estelar del programa.

¹⁵¹ Iniciales de “Medicine Doctor”.

mostrar sus bondades (exageradamente) y, sobre la marcha, hacer referencia a un problema o situación real del presente al que se enfrentan los personajes y, similar a la dinámica de los *medicine shows*, estos productos no siempre son efectivos.

El *freak show* es un caso más complicado. Lejos de la superación de enfermedades o problemas como ocurre en los *medicine shows*, su principal atracción y discurso es el cuerpo sin remedio, lo diferente y lo sobresaliente. Con orígenes en los zoológicos humanos, el *freak show* consiste en la presentación de animales y personas con alteraciones genéticas; personas o animales de culturas consideradas exóticas; animales entrenados; o personas con atributos o habilidades que les hacen diferentes (tatuajes, belleza, fuerza, equilibrio, etc.). Este *cocktail* visual nos lleva a una serie de conceptos y experiencias sensoriales que acompañan el espectáculo, siendo “monstruo”¹⁵² uno de los conceptos fundamentales tanto en publicidad como en la percepción colectiva. La “monstruosidad” de los *freaks* se volvió combustible para el morbo y subsecuentemente evocaba sensaciones de incomodidad, asco, horror y, en algunos casos, un sentimiento combinado de pena y empatía desde la subordinación del otro respecto a lo que es social y estéticamente acordado como normal.

El mundo del cine no tardó en explotar este atractivo de los *freak shows*, retomando el tema de los monstruos y las sensaciones que evocaban. Las producciones estadounidenses recurrieron al monstruo como elemento fundamental de su cine de horror. Los monstruos funcionaron no solo como personajes desagradables. También se empleó como una forma de explorar el propio concepto de humanidad¹⁵³, vida y muerte. La animación no fue la excepción. A la par de la comedia *slapstick* y las tramas románticas, el terror animado fue bien recibido por el público, sobre todo por la inclusión de referencias al cine *live action*.

Los monstruos, esqueletos, fantasmas y criaturas demoniacas se volvieron antagonistas presentes en toda producción exitosa; Félix combate los monstruos emergidos de su imaginación al emborracharse en *Woos Whoopee* (1930). Bimbo y Mickey son

¹⁵² El monstruo nace de un imaginario colectivo a partir de una diferencia casi siempre corporal y evidente. A causa de ello, buena parte de la sociedad ve las transformaciones corporales como algo inquietante. Marta Allue, “Inválidos, feos y freaks”, en *Revista de Antropología Social*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, No. 21, 2012, p. 274.

¹⁵³ Tal es el caso del icónico *King Kong* (1933), cuyo trágico final invita a la reflexión. Aún más humanizado es el gorila Joe en *Mighty Joe Young* (1949), donde a diferencia de Kong, el carácter dócil de Joe y la presencia amable de su dueña expone mucho más la crueldad humana y la frivolidad del mundo del entretenimiento.

perseguidos en *Swing you Sinners!* (1932) y *The Haunted House* (1929) respectivamente por terroríficas visiones que ejecutan una marcha fúnebre o una danza macabra. *Goddess of Spring* (1934) nos muestra a Perséfone buscando su libertad de un Satanás en papel de Hades. *Betty Boop's Penthouse* (1933) transmite la angustia que los protagonistas sienten al no poder ayudar a su vecina quien, distraída en su jardín, apenas nota la presencia del “Frankenstein” que han creado en sus laboratorios. Las Merry Melodies por parte de Warner ofrecen constantemente referencias directas a novelas y películas de horror como es el caso de *Have You Got Any Castles?* (1938), donde personajes literarios como Frankenstein, el Dr. Jekyll o Drácula asaltan las pantallas.

La exhibición al estilo *freak show* también es un gag común en la animación. *Judge for a day* (1935), retoma a personajes molestos de la vida cotidiana urbana, en su mayoría hombres: el tipo que no le importa exhalar el humo de su cigarro frente a otros; quien muy confiado te golpea tu espalda sin avisar; el conductor que no le importa mojar a otros con los charcos, etc. Cada uno de estos molestos personajes (que existen en la realidad del espectador y son fácilmente identificables) se ven humillados públicamente con castigos referentes a su falta, en un espacio similar a los *freak shows*.

Apoyándose del surrealismo, la animación también rescató la “anormalidad” visual de los *freak shows* en sus personajes, pero llevándola a un nivel estético. Los personajes animados son todo menos algo normal. Su *plasmaticidad*¹⁵⁴ es un primer indicio de anormalidad, pues la irregularidad de sus extremidades, así como las habilidades que presumen (vuelo, fuerza, resistencia a golpes, capacidad de estirarse y retraerse, etc.) son exaltadas o explotadas durante toda la cinta. Y así como los *freak shows* no solo consistían en presentar a los “*freaks*” sino también mostrar las habilidades que tienen a pesar de su condición, la animación dotaba de talentos humanos a sus estrellas. Danza, comedia y canto fueron los principales atractivos que nuestros actores animados presumieron, además de su variabilidad estética.

Finalmente, un aspecto no menor es la presencia de animales en el *freak show*. Muchos personajes animados son, en esencia, animales antropomórficos, lo cual coincide con la definición decimonónica de *freak* (lo antinatural). Los animales animados no son

¹⁵⁴ Uso de las posibilidades polimorfos de un objeto. Serguei Eisenstein, *Op.cit.*, p. 57.

ferales, pero tampoco humanos en su totalidad.¹⁵⁵ Las tramas en las que se veían envueltos consistían en un *performance* donde su naturaleza feral era minimizada o incluso erradicada al ser humanizados. Si bien elementos del *freak show* sobrevivieron en la animación con los casos antes expuestos, y los animales no eran ajenos a estos espacios, la mayor influencia respecto al uso de animales en la animación se encuentra en uno de los entretenimientos más antiguos de planeta: el circo.

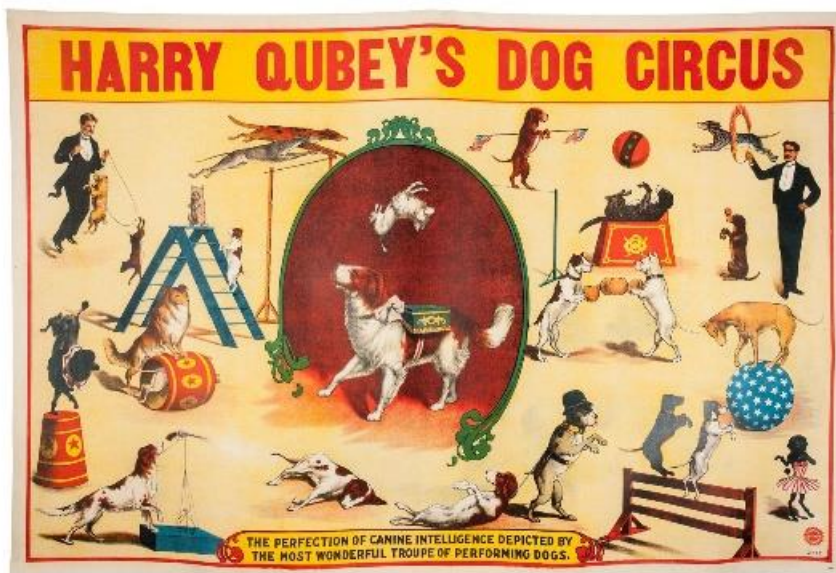


Fig. 27. Harry Qubey's Dog Circus. c. principios del siglo XX, litografía a color, Riverside Printing Co.

Con una función dual¹⁵⁶, la inclusión de variedades de todo tipo hace del circo un sitio que puede provocar en el asistente -sin importar su edad- un sinfín de emociones y sensaciones: asombro, alegría, exotismo o incluso miedo. Al asimilar a los *freak shows* dentro de sus atracciones, la presentación de animales únicos también se traslada al circo. Pero mientras que los carteles del *freak show* enfatizaban las alteraciones genéticas, los circos exaltaron la inteligencia de sus animales entrenados [Fig. 27].

Si bien estos actos circenses evocaban la comedia, también involucraron un factor muy importante: la ternura. ¿Qué tendría que ver la ternura con la animación? La respuesta está en la empatía que un buen diseño puede evocar. Los *freaks* animados causan empatía en

¹⁵⁵ Un ejemplo de esto es la diferencia marcada entre Goofy (un perro antropomórfico) y Pluto (un perro mascota).

¹⁵⁶ Podemos pensar en el circo como un espacio y como entretenimiento. Para fines prácticos de esta investigación he omitido una discusión teórica al respecto, pero retomaré los dos aspectos según auxilie en la explicación de su vinculación con la animación.

vez de rechazo gracias a su diseño simple, pero agradable y fácilmente reconocible. Los animadores de los años 20 en adelante exaltaron dos rasgos que evocan esa sensación: cuerpos pequeños y ojos grandes. Sin importar que tan surrealista se transformara la trama y/o la forma del personaje, la ternura presente en el diseño provocó la empatía del público, más aún si estos eran animales.

Los shows con protagonistas humanos como *Mutt & Jeff* (1916-1926), *Tom & Jerry* (1931-1931) o la breve aparición de Bosko y Buddy en *Looney Tunes* no lograron trascender en comparación con las animaciones con animales y, en caso de tener un compañero antropomórfico, el animal terminaba por ganarse al público y a la crítica. A excepción de los espectáculos con personajes femeninos, la existencia de protagonistas humanos fue efímera, así que los estudios tuvieron que adaptarse.

Finalmente, el circo como espacio de referencia y como paisaje fue trasladado a la animación tanto por su popularidad como por su carácter reconocible, al mismo tiempo que acercaba al público a un mundo fantástico y casi irreal. La animación reclamó este entretenimiento para sus personajes, igual de irreales, lo cual explica por qué casi todas las series animadas poseen uno o más episodios relacionados con espectáculos de carpa, carnavales, etc. *Clichés* como el miedo irracional de los elefantes a los ratones, el domador temerario, las estafas en los juegos de habilidades, la presencia de *freaks*, etc., son empleados exhaustivamente.

Al reinterpretar una experiencia real, la animación busca transmitir en el público la sensación de reconocimiento tanto del lugar (circo) como de actitudes situaciones humanas que se dan dentro de estos espacios. Los personajes animados buscan integrarse o son parte del circo, siendo vendedores, acróbatas o bien, involucrándose románticamente con algún integrante como es visto en *Félix at the Fair* (1922), donde la bailarina de la carpa huye con



Fig. 28. Félix escapando con Pushkin. *Felix at the Fair*, dir. Pat Sullivan, Otto Mesmer, M.J. Winkler, 1922.

el protagonista del control de su *showman*¹⁵⁷, quien funge como villano aprovechado o avaro [fig. 28].

Es prudente detenernos en la representación de los *showmans* y los villanos en general, ya que es un elemento recurrente en la animación. El arquetipo del villano nos remite a individuos corrompidos, de naturaleza siniestra o misteriosa que buscan su beneficio y no suelen tener culpa por sus acciones. En el ámbito del cine y la literatura, “son personajes malvados que se oponen al protagonista, pueden ser un antagonista y tiene una connotación de maldad”.¹⁵⁸ Sin un rostro exacto, el mal puede tomar cualquier forma: una persona, un animal o un híbrido de ambos. En el caso de occidente durante el siglo XIX, y particularmente en el teatro *vaudeville*, el villano retomó una vestimenta particular: traje *frac* o vestimenta de etiqueta, capa, sombrero de copa y un cuidadoso peinado complementado por un bigote; prácticamente la indumentaria de un caballero burgués¹⁵⁹ de siglo XIX



Fig. 29. Promocional neoyorkino de trajes en la revista *American Fashions*, mayo de 1899. Imagen disponible en: <https://www.gentlemansgazette.com/evolution-of-menswear-suits/>, consultado el 16 de febrero de 2023.

[Fig. 29]. El villano suele tener una posición de poder (o pretensión de ello), por lo que el atuendo burgués le da esa denotación de clase. Junto con manierismos delicados y elegantes (propios de un caballero), el villano adoptó una imagen que, con el paso del tiempo, también se asociaba a personas de mediana edad o mayores al héroe a quien atormenta.

En los actos *vaudeville*, por su naturaleza cómica, se exageraban tanto la elegancia como los manierismos, insinuando homosexualidad o bien, una personalidad lasciva en cuanto un personaje femenino aparece en escena. El villano decimonónico se traspasó al cine mudo, y, por ende, también a la animación, volviéndose un cliché recurrente. Ya sea un

¹⁵⁷ Presentador o animador de espectáculos. El termino también alude al dueño de un espectáculo de variedades o circo. Un *showman* es identificable por su vestimenta de gala o formal.

¹⁵⁸ Zoraida Jiménez Gascón, “La construcción del villano como personaje cinematográfico”, en *FRAME. Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, Sevilla, Biblioteca de la Facultad de Comunicación- Universidad de Sevilla, No. 6, febrero, 2010, p. 286. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3142360>, consultado el 9 de enero de 2023.

¹⁵⁹ También referido en inglés como “gentleman”.

showman, un animal vistiendo como un caballero, o un hombre mayor en la calle: el traje frac, el bigote y sombrero de copa se vuelven elementos identitarios del villano animado, sobre todo en tramas con personajes femeninos. Si bien la apariencia burguesa fue una inspiración para la creación de antagonistas animados, eventualmente el villano de frac y sombrero de copa se volvió un *cliché* y los animadores no tardarían en usar otro tipo de representaciones.

Pero los villanos no fueron la única aportación del *vaudeville* a la animación. Hacia finales del siglo XIX, y con orígenes totalmente estadounidenses, existió un acto *vaudeville* cuyas representaciones tardaron muchos más años en ser extirpados de la animación. El canto, baile y comedia propia del *vaudeville* fue aderezado con un elemento visual: estereotipos de afroamericanos. ¿El resultado?: Un show *mistrel*.

1.4.2 “*Minstrel cocktail*”. El siglo XIX y la base de los estereotipos afroamericanos.

En 1907, James S. Blackton (1875-1941) no solo creó la primera animación de la historia estadounidense, sino también decidió hacerlo representando situaciones cotidianas que el público de su tiempo pudiera reconocer y reírse al respecto.



Fig 30. Estereotipo *Coon* (izquierda) y judío (derecha) en *Lightning Sketches*, J. Stuart Blackton, 1907.

Este corto logró asombrar al público con sus dibujos en movimiento, que retratan hombres, mujeres y animales y la transformación mágica de la palabra “*coon*” en el retrato de un hombre de labios exagerados, grandes orejas y una notable cara negra que contrasta con el elegante traje y cuello blanco del personaje [Fig. 30]. En tan solo unos breves segundos, Blackton no solo ha cautivado a su público, sino también ha preservado en su dibujo un actor *minstrel*, parte de uno de los espectáculos populares más polémicos de Estados Unidos.

El *minstrel* es un tipo de teatro popular que surge en el sur de Estados Unidos, aproximadamente en la década de 1820 y 1830,¹⁶⁰ presente en plantaciones, cabarés y posteriormente en carpas itinerantes y teatros. Su principal característica es que los personajes son interpretados por actores blancos con la cara pintada de negro¹⁶¹ haciendo alusión a los grupos afroamericanos y exagerando sus características físicas (piel negra, labios gruesos, etc.). El programa *minstrel* implica rutinas de baile, comedia *slapstick* e improvisaciones, acompañado de música cajún o folk (posteriormente blues y jazz) interpretada en vivo. Este tipo de teatro no tardó en cautivar los escenarios, frecuentados por un público mayoritariamente caucásico lo que le bastó para sobrevivir sin problemas la Guerra Civil (1861-1865), manteniendo una popularidad constante hasta finales del siglo XIX.

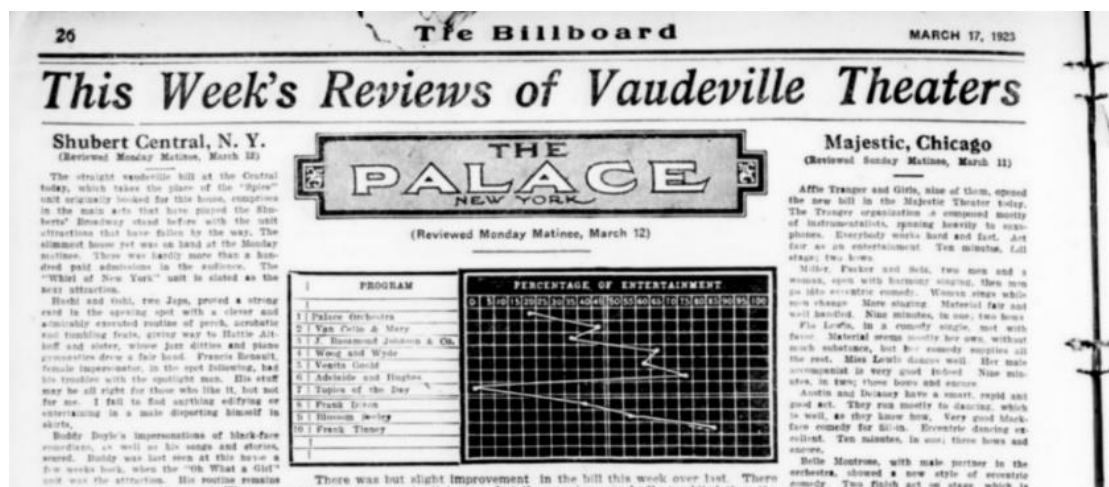


Fig. 31. Sección de Vaudeville del periódico *The Billboard*. En esta reseña, la tabla clasifica el programa del teatro Palace, asignando un porcentaje "de entretenimiento" a cada acto. Frank Tiensy, actor de *minstrel* arrasa a las *showgirls* en popularidad con un 85%, siendo no solo el acto más entretenido, sino el más esperado por el público. *The Billboard*, Ohio, The Billboard Publishing Co., vol. 35, No. 11, 17 de marzo, 1923.

Conforme la *Belle Époque* desaparecía con la llegada de los felices años veinte, el mundo del espectáculo de variedades, sobre todo de tipo itinerante, empezó a decaer y con ella los estereotipos del teatro cómico del siglo XIX. Sin embargo, sus estereotipos se adaptarían al nuevo siglo y, en el caso de las representaciones de afroamericanos en medios de entretenimiento y comunicación, el lenguaje visual, referencias literarias y repertorio

¹⁶⁰ Robert Nowatzki, *Representing african americans in transatlantic abolitionism and blackface minstrelsy*, Louisiana, Louisiana State University Press, 2010, p. 1.

¹⁶¹ También referido como "Blackface".

musical del *vaudeville* y particularmente el de los shows *minstrel*, estas fueron rescatadas en los shows de variedades modernos, las tiras cómicas, el cine y la animación. Con este rescate por parte del nuevo mundo del entretenimiento, la popularidad de los *minstrels* en los años 20 fue equiparable a las *showgirls*, y en momentos, llegó a superarlas, volviéndose el acto estelar del programa [Fig. 31]. Si bien su presencia fue notable en el cine de la década¹⁶²; en la animación su presencia fue aún más constante hasta la mitad del siglo XX. La razón: sus personajes afroamericanos y la comedia asociada a ellos.

En los show *minstrel* hubo tres tipos de personajes masculinos, inspirados inicialmente en la realidad esclavista del siglo XIX y que poseían rasgos muy específicos en cuanto a carácter y vestimenta. *Jim Crow*, quien representa un esclavo perezoso, es un joven que viste ropa harapienta o a medio zurcir. *Mr. Tambo*, un alegre músico, es representado como un hombre de mayor edad que Jim, sumamente hábil con el banjo o algún instrumento musical, por lo que también es asociado al ambiente circense como un tipo de *showman*. Finalmente, se encuentra *Zip Coon*¹⁶³, un hombre afroamericano libre con actitud arrogante y orgulloso de su posición [fig. 32]. Estos tres estereotipos fueron readaptándose con el paso del tiempo, añadiendo elementos propios de cada década; como es el caso de Mr. Tambo, quien para finales del siglo XIX ya no solo tocaba el banjo o percusiones, sino también la trompeta, gracias a la popularidad de este instrumento en la música afroamericana.



Fig. 32. Jim Crow, Mr. Tambo y Zip Coon. Imagen disponible en: <https://chnm.gmu.edu/courses/omalley/magic11/news/minstrel2.html>, consultado el 3 de marzo de 2023.

¹⁶² *El cantante de Jazz* [1927], primera película sonora (*liveaction*) de Estados Unidos, contiene en esencia, un show *minstrel* en el segmento donde Al Johnson interpreta la canción Mammy ante un teatro haciendo *blackface*.

¹⁶³ En ocasiones es abreviado solo como *Coon*.

Con menos presencia en el *minstrel* pero sí en los carteles publicitarios y la caricatura, la imagen de la mujer afroamericana fue distorsionada principalmente en tres representaciones: la dulce figura materna; Mammy¹⁶⁴, una mujer adulta con sobrepeso, vestida como las esclavas domésticas de las plantaciones de algodón¹⁶⁵; la mujer negra “escandalosa” o “enojada”, Sapphire¹⁶⁶; y finalmente la sensual, rebelde y oportunista Jezebel¹⁶⁷, una imagen sexualizada de la mujer de color que la muestra como una mujer joven y atractiva. Otros estereotipos comunes fueron el del esclavo analfabeta (aspecto que se refleja en los diálogos), con un exagerado acento sureño.

Pero sean hombres o mujeres, la exageración física es aplicada a ambos casos: labios rojos y gruesos, orejas y pies exagerados, a menudo asemejándoles más a un mono que a un humano. En cuanto al lenguaje, la jerga popular del siglo XIX aporta palabras e insultos referentes al color de piel: *nigga*, *nigger*, *darky*, *inky*, son los términos más populares que se trasladaron a los filmes animados; ya sea por juegos de palabras en sus títulos o por los mismos diálogos de los personajes. Por otra parte, las conductas asociadas a los estereotipos de afroamericanos también surgen en la época decimonónica y se reproducen en los *show minstrel*, siendo algunas de las más recurrentes la pereza y/o semblante letárgico; poca inteligencia; analfabetismo (se denota por el lenguaje empleado, al cambiar letras o exagerar la pronunciación de las palabras); debilidad por las apuestas (ludopatía); inclinación al robo y la delincuencia; predisposición a drogas o vicios; talento innato para la música y el baile; consumo exagerado de sandía, pollo frito y *pancakes* (alimentos asociados a los esclavos y las plantaciones); inmoralidad, violencia y salvajismo.

La musicalización de los cortos animados también juega un papel importante a la hora de incluir los estereotipos, aspecto que hereda de los *shows minstrel*: los personajes son distinguidos por la música al igual que los momentos irreverentes, por lo que se emplean

¹⁶⁴ Referida también como *mammie* o *mami*.

¹⁶⁵ De carácter maternal y temperamento fuerte, la figura de Mammy parece nacer para sugerir “la existencia de una esclava feliz”. Frank Pricilla, “Black women artist tackle the dangerous stereotypes that have never defined them”, en *Huffpost*, 2016.

¹⁶⁶ El estereotipo de Sapphire no posee ninguna cualidad de lo que en esa época se consideraba femenina, pues se le representa como una mujer violenta y desarreglada, implicando una comparación racista entre mujeres negras y blancas, donde las últimas eran retratadas como poseedoras de la belleza, armonía o incluso inteligencia.

¹⁶⁷ Siendo concebida como un símbolo sexual, la imagen de Jezebel fue empleada para justificar la violencia sexual hacia las mujeres negras. Frank Pricilla, *Idem*.

inicialmente las canciones del siglo XIX¹⁶⁸, principalmente las de origen sureño como son las *work songs* de los campos de algodón, y melodías populares estilo *dixieland* o *ragtime* como “Turkey in the Straw”, suenan de fondo en cuanto aparece, por ejemplo, un personaje similar a Jim Crow o alguna alusión al Sur estadounidense. Algunas animaciones que muestran esta situación son *My Old Kentucky Home*, donde al final aparecen representados dos afroamericanos, con el usual estereotipo de la sandía, y *Old Black Joe*, donde se presentan *gags* alusivos a la esclavitud. Las obras literarias decimonónicas también fueron fuente para estos estereotipos, siendo *La cabaña del tío Tom* la obra con mayor cantidad de referencias animadas, ya sean cintas con estrellas comerciales como *Felix The Cat: Uncle Tom's Crabbin* (1928) u obras no tan conocidas como *Uncle Tom & Little Eva* (c.1930).

1.4.3 Los *Harlem cats*. Aportes iniciales de la cultura *Jive* en la animación.

En la década de los 20, estos estereotipos decimonónicos pasaron por una renovación que les permitió sobrevivir unas décadas más, adhiriéndose a la emergente cultura del jazz; reinterpretando artistas, barrios y personajes populares pertenecientes a un pequeño rincón de Manhattan: El Harlem. Reunidos en cafés, clubs nocturnos y callejones, una nueva generación de artistas e intelectuales comenzó a reinventar la cultura afroamericana del siglo XX, impactando en todo de tipo de arte. Este movimiento denominado “Renacimiento de Harlem” enfocaba la creatividad y pensamiento en alusión a un pasado en común: sus raíces africanas.¹⁶⁹ Los clubes nocturnos funcionaron como el punto de reunión predilecto, donde artistas y futuras estrellas en el mundo de la música y el cine se presentaron, así como comediantes y actos *vaudeville*. El Harlem y su riqueza cultural no se quedó en el pequeño barrio. La música fue en gran medida, responsable de la adopción de la cultura negra en gran parte del territorio estadounidense.

El *jazz*, *blues* y *swing* sedujo a los espectadores sin importar su color de piel. Los blancos, pese al tenso ambiente de racismo y segregación, no ocultaron su fascinación por los shows del *Cotton Club*, escabulléndose entre la muchedumbre. La experiencia era muy emocionante. Importantes empresarios y cazatalentos asechaban los clubs buscando a la

¹⁶⁸ Estas canciones tenían como ventaja adicional ser de dominio público, por lo tanto, no costaban nada incluirlas en cualquier producto filmico.

¹⁶⁹ Alan Brinkley, “The new Era”, p. 825”.

próxima estrella de la creciente industrial musical de los 20s, década que acogió el jazz y blues como su sello, haciéndolos inmortales. La asimilación casi inmediata de los ritmos afroamericanos se expresa en la animación por medio de la música que la acompaña. El jazz y el swing, dos géneros musicales herencia de los ritmos africanos, musicalizan persecuciones, acrobacias o escenas románticas, de principio a fin, siendo las animaciones que incluyen estos géneros musicales mejor recibidas, ampliando también su público hacia este sector de la población. Hacia el fin de la década y principios de los años 30, la colaboración entre artistas afroamericanos y animadores será mucho más constante al participar en filmes animados prestando su voz, movimientos o incluso actuando junto a las estrellas ficticias.

Pero la música no era la única contribución del Harlem a la animación. Los juegos de palabras, la estética y sus propios habitantes, fundamentalmente pertenecientes a las clases bajas de Nueva York, aportaron personalidad a muchas de las estrellas animadas del momento. Esta cultura “de la calle” tomó el nombre de *jive*. El *jive*, definido por Cab Calloway como “el lenguaje del Harlem”¹⁷⁰, la palabra era sinónimo de los usos y costumbres del barrio, desde el estilo hasta las actitudes. Los habitantes de Harlem eran llamados *cat* por la jerga popular, como una manera amistosa de referirse a otros en el barrio, mientras que el *cool cat* era una señal de respeto. En la animación, la presencia del Harlem será inicialmente al adoptar su lenguaje. *Cat* por ejemplo, fue utilizado como truco publicitario, coincidiendo con la popularidad que los personajes felinos tenían con el público, como es el caso de Félix o Tom, quien es publicitado en ocasiones como un *cool cat* o un *jazz cat* (gato jazz) en revistas, carteles y productos. Este contacto inicial con la cultura afroamericana y los dibujos animados se desarrollará de manera más profunda en la década siguiente, aspecto que se abordará con mayor detenimiento en el siguiente capítulo.

A la par del auge de la cultura *jive*¹⁷¹, los movimientos en pro de los derechos civiles comenzaron a tener una presencia más fuerte, destacándose *la National Association for the Advancement of Colored People*¹⁷² (NAACP), es una de las asociaciones afroamericana más

¹⁷⁰ Cab Calloway, *Cab Calloway's Hepster's Dictionary: Language of Jive*, 1939. Rescatado de Andrew Clark, *Riffs and Choruses: A New Jazz Anthology*, New York, Continuum, 2001, p. 353.

¹⁷¹ Término referente a la cultura y la jerga coloquial del Harlem.

¹⁷² Asociación Nacional para el Progreso de las Personas de Color

longeas e influyentes hasta nuestros días. Derivada de la *The National Negro Conference*, la NAACP, se fundó en 1910 por el intelectual W.E.B. Du Bois, siendo una de sus principales preocupaciones la impunidad de los linchamientos y la violencia contra afroamericanos. Las campañas de la organización consistieron principalmente en los ámbitos de educación, votación, vivienda, empleo, justicia y segregación. A su vez, el grupo promovió la difusión y valoración de la cultura africana y afroamericana, aspecto que coincidió en la década de 1920 con el antes mencionado desarrollo cultural del Harlem.

Es pertinente mencionar que la NAACP tuvo una relación turbulenta con el mundo del cine desde su creación. Esta asociación demandó constantemente la representación ofensiva y racista en los medios, siendo la marcha en contra la proyección de *Birth of The Nation* (1915), una de las manifestaciones públicas más notorias del grupo. La NAACP solicitó a la National Board of Censorship¹⁷³ que prohibiera la película y, cuando el esfuerzo fracasó, la organización siguió pidiendo que se eliminaran las escenas más escandalosas e inexactas. Pese a sus esfuerzos, la película continuó siendo exhibida sin interrupciones hasta la llegada de la década de los 30. Un caso similar ocurrirá un par de décadas después con las animaciones que emplean recursos del *minstrel*. Si bien la documentación disponible hasta el momento no refleja mayor reacción en cuanto a los cortos al momento de su estreno. Sin embargo, la NAACP será un actor fundamental en la década de los cincuenta, cuando los movimientos de derechos civiles alcancen su clímax.

* * *

Los estereotipos que hemos revisado hasta ahora se reproducen en mayor o menor medida en los personajes animados dependiendo del creativo detrás de la cinta. Acabados los años 20, la brecha generacional cobra mayor importancia, haciéndose presente en la animación por medio de las temáticas y personajes representados. Sumado a lo anterior, un factor de tipo económico motivó a la animación a dar un nuevo paso tanto en sus temáticas como en sus personajes. La cruda realidad que representó la crisis del 29 empujará a la animación americana a un nuevo paradigma estético y narrativo, donde el humor físico y el surrealismo no serán suficientes para mantener al público cautivo.

¹⁷³ Junta Nacional de Censura

Capítulo 2. *Ups and Downs*. Crisis, censura y transición durante los años 30.

En sus primeros pasos, la animación fue rescatada gracias a una base narrativa y visual profundamente conectada con el surrealismo, teniendo como mayor exponente a Félix el gato, quien había demostrado las pocas limitaciones que puede tener un personaje animado para resolver sus problemas o contar una historia. Sin embargo, a diferencia de los “alegres años” veinte, durante década de los 30 la población enfrentó un contexto desolador. El presente capítulo explora las dificultades económicas y sociales que la crisis trajo consigo, así como los cambios morales que afrontó la industria cinematográfica y su respuesta a la censura, que en el caso de la animación, derivó en la creación de un nuevo tipo de comedia que llevó al extremo la representación de estereotipos y el desarrollo de nuevas representaciones de personajes femeninos.

Si bien la comedia *slapstick* y el surrealismo fueron una forma de escapismo durante los primeros meses de la crisis, pronto los ánimos de los asistentes, así como sus intereses y formas de consumo cambiaron radicalmente al comenzar la nueva década. La crisis no pasó desapercibida por la cultura popular que, embestida por un aura de desolación, abrazó la nostalgia y enfatizó la precariedad económica y social con temas como “*Brother, can you spare a dime*”.¹⁷⁴ Sin embargo, la tristeza no será la única manera de abordar la crisis en los medios de entretenimiento.

A través del desarrollo de la comedia, horror y drama, el cine comercial de los años 30 enfrentó a la Gran Depresión con tramas exageradas, monstruos, finales felices y convivencia entre clases, sirviendo de confort a una población agobiada. ¿Cómo es esto posible? ¿Acaso la “alegría” estaba permitida en un momento tan crítico? Más que nunca, necesaria; pero no en los mismos términos de la década anterior. La crisis también trajo consigo una necesidad de recuperar la esperanza y la creación de nuevos estándares morales a través de la reinterpretación de valores.¹⁷⁵ El *status quo*, los valores y la moralidad se

¹⁷⁴ Compuesta por Jay Gorney y Yip Harburg en 1932 para el musical *Americana*, la canción relata las dificultades que vive un inmigrante en busca del sueño americano durante la Gran Depresión. Sin empleo fijo y sin rumbo, el protagonista pide limosna.

¹⁷⁵ Los valores son propiedades o cualidades aceptadas y depositadas en un individuo u objeto sobre lo correcto o lo incorrecto. Risieri Frondizi defiende que los valores no existen por sí mismos, ya que necesitan un depositario en cual descansar: belleza en un cuadro o el amor en una familia. Estas cualidades no son estáticas ya que se reinterpretan según el contexto sociocultural e histórico para dar paso a la moral. La moralidad es un concepto más colectivo y normativo, que como señala Foucault, implica una serie de estándares o pautas sociales sobre lo aceptable o lo reproable propagado a través de instituciones (la familia,

encontraron en disputa entre tres agentes: la opinión pública, el gobierno y líderes religiosos. Con esta disponibilidad de discursos y perspectivas, la industria cinematográfica contaba con nuevo material para próximas narrativas, las cuales exigían ser más complejas que un simple romance o una comedia física.

Al igual que el cine *liveaction*, las representaciones en la animación darían un giro, tanto por la búsqueda del éxito monetario, como por la resistencia a nuevos retos que su contexto le impone, pero con diferencias abismales; su propia naturaleza dinámica y flexible casi sin límites (el dibujo) le permitió distorsionar con mayor soltura el objeto de su interés, seguido por un uso constante de la sátira y un cambio generacional inminente en los artistas detrás de cada serie animada exitosa. La animación de la década de los 30 se adaptó para reflejar al frenético contexto ofreciendo nuevas estrellas ficticias, renovando símbolos del pasado (incluyendo estereotipos), retratando así la crudeza de una situación con un giro cómico.

2.1 Un tónico para la depresión: dibujos animados, crisis y propaganda durante el gobierno de Franklin D. Roosevelt.

Ups and Downs, filme estrenado el 14 de octubre de 1932, presenta en menos de 8 minutos no solo la imperante melancolía e incertidumbre respecto a la crisis. A través de sus personajes refleja de una manera gráfica los cambios y consecuencias que tiene la caída de Wallstreet sin perder un tono alegre. Dave Fleischer inserta en su mundo de fantasía referencias al ambivalente mundo financiero desde el principio; el título del corto alude a la inestabilidad de los precios que “suben y bajan” en las estadísticas económicas de la época, aspecto que continuó durante toda la década hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial.¹⁷⁶

La secuencia inicial nos muestra a una triste Betty Boop, quien canta melancólicamente mientras abandona su hogar, vendiendo propiedad a un precio inicial de \$10.000 [fig. 33]. Si se matizan las implicaciones de este detalle, es preciso señalar que en la década anterior el ingreso anual familiar de un 40% de la población urbana oscilaba entre

el Estado, la iglesia, los medios de comunicación) que fungen como autoridades inapelables. Risieri Frondizi, *¿Qué son los valores? Introducción a la axiología*, México, Fondo de Cultura Económica, 1958, pp. 15-19.

¹⁷⁶ L. Merle Hostetler, *75 Yrs. of American Finance: A Graphic Presentation, 1861 to 1935*. (Gráfica estadística). Ohio, marzo de 1926. Si bien el título de la línea del tiempo de Hostetler menciona abarcar hasta el año 1935, el autor añadió posteriormente datos hasta 1938.

los \$2000 a \$5000 dólares¹⁷⁷, pero al comenzar los 30 menos familias contaban con la fortuna de tener un jefe de familia asalariado cuyo ingreso anual (en caso de no perder el empleo) era de \$1640 dólares anuales¹⁷⁸ y en muchos otros casos, si el empleo escaseaba apenas alcanzaba los \$500¹⁷⁹, los cuales eran celosamente administrados ante un alza de precios constante. Por lo tanto, \$10,000 en un contexto de inflación y subsecuente devaluación, era una cifra inalcanzable para una familia promedio.



Fig. 33 *Ups and Downs*, Betty Boop (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1932.

Volviendo al corto, la casa de Betty va disminuyendo de precio hasta volverse un texto: “¿qué das a cambio?”. Este guiño cómico puede parecer una exageración, pero no distaba de la realidad. En 1932, 56.16% de la población total que habitaba en la ciudades, 25% se encontraba desempleada, representando aproximadamente 17 millones 238,705 personas sin ingresos fijos, enfrentándose ahora a la pobreza.¹⁸⁰ Más adelante, el filme nos muestra que la protagonista no ha sido la única víctima de la crisis. Un plano general del paisaje revela más propiedades en la misma situación hasta, irónicamente, mostrar a todo el planeta con un cartel de venta sobre Estados Unidos. La tierra es subastada por la Luna entre los demás planetas, quienes, desconfiados, ofrecen cada vez menos por ella.

¹⁷⁷ Es preciso señalar que la mayoría de las personas que lograban alcanzar dichos ingresos se ubicaban principalmente en las ciudades. Committee on the Cost of Medical Care, *Medical Care for the American People: the Final Report of the Committee On the Cost of Medical Care, Adopted October 31, 1932*. Washington, Department of Health, Education, and Welfare, Community Health Service, 1970 (reimpresión del original del 31 octubre de 1932), p. 16. Ohio State University, disponible en: <https://catalog.hathitrust.org/Record/102137782>

¹⁷⁸ Daniel Starch, *The income of the American family*. Nueva York, c. 1930, p. 7. University of Wisconsin, disponible en: <https://catalog.hathitrust.org/Record/006796859>, consultado el 22 de abril de 2024

¹⁷⁹ National Resources Committee, *Consumer incomes in the United States: their distribution in 1935-1936*. Washington, U.S. Government Publishing Office, 1938, p. 3. University of Michigan, disponible en: <https://catalog.hathitrust.org/Record/001312883>, consultado el 22 de de abril de 2024.

¹⁸⁰ Las cifras presentadas han sido un cálculo propio a partir del compendio estadístico del Departamento de Censos. “Series 73-81. Population, by Type of Residence, Sex, and Race: 1880 to 1970”. Bureau of the Census, *US. Bureau of the Census Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1970, Bicentennial Edition. Part I*, T. I, Washington, D.C., 1975, p. 12.

Al igual que la “Luna” en *Ups and Downs*, el gobierno luchó por impulsar a los inversionistas a comprar acciones nuevamente, pero la incertidumbre que desató el jueves negro del 29 provocó una aversión generalizada a la inversión en Wall Street. Sin el suficiente dinero en movimiento, los años 30 se volvieron un espiral descendente, pues “la economía era inestable y se había destruido la confianza en la prosperidad”¹⁸¹ que había caracterizado al último lustro de los años 20. Similar a la realidad fuera de la pantalla, la desconfianza ante la inversión es retratada en filme por un Saturno impaciente, cuya figura estereotípica del judío¹⁸² ofrece la cifra más baja y se queda con la tierra, “manipulando” literalmente la gravedad, haciendo que las casas literalmente suban y bajen, perturbando la cotidianidad de los ciudadanos. El hecho de que un estereotipo judío aparezca no es ninguna casualidad, pues además de ser una alegoría común de los ricos, su actuar rememora la fragilidad que tiene la bolsa ante los banqueros más acaudalados y, por lo tanto, refleja una sensación de impotencia por parte de la población que sufre de primera mano las consecuencias de la caída de la bolsa.

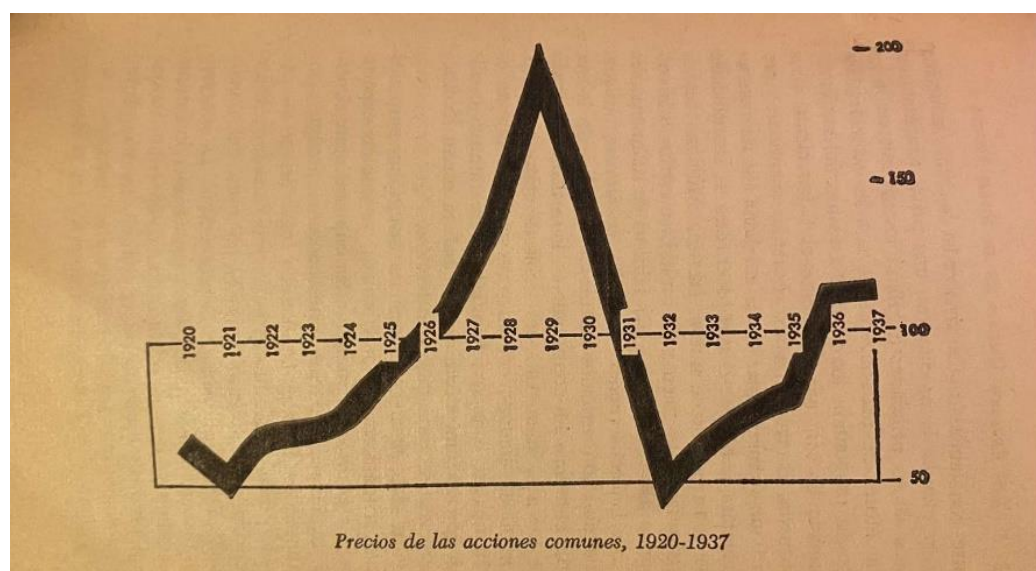


Fig. 34. Precios de las acciones comunes, 1920-1937. Grafica rescatada de Frank Freidel, *Los Estados Unidos en el siglo veinte*. T. I, México, Novaro México, 1962, p. 541.

El mismo año de estreno de *Ups and Downs* hubo un descenso brutal de las acciones [Fig. 34] tras un crecimiento propiciado por grandes compañías como J. P. Morgan & Co. para

¹⁸¹ Frank Freidel, *Los Estados Unidos en el siglo veinte*. T. I, México, Novaro México, 1962, p. 543.

¹⁸² Considerado por los griegos y árabes como un planeta de naturaleza maligna, así como una alegoría a tiempos difíciles, Saturno, el séptimo planeta es también asociado a los judíos por dos razones: la práctica del *sabbath* (séptimo día en el calendario hebreo) y los estigmas asociados a los judíos como son la mala suerte, las estafas y engaño que se han referido en el primer capítulo.

frenar (en vano) la crisis financiera. Esta maniobra solo acrecentó el pánico de pequeños inversionistas y repercutió negativamente en los precios inmobiliarios (tema principal de esta animación), la canasta básica y productos agrícolas. El corto animado concluye con una Betty en total incertidumbre en medio de un paisaje desordenado a causa de la “subida y bajada” de las casas, dejando un final abierto, no muy alejado de la incertidumbre que se experimentaba el pueblo estadounidense en 1932.

Además de la crisis inmobiliaria en las grandes ciudades, Estados Unidos atravesaba por un movimiento migratorio interno significativo. La industria agrícola sufrió un colapso, pues los precios de los alimentos descendieron de manera alarmante al contar con sobreproducción de productos y una nula demanda, haciendo de las cosechas una pérdida irreparable para pequeños y medianos agricultores, así como propagando la miseria para los dueños de negocios relacionados con este giro económico. Iniciando la década, cerca de 50 millones de habitantes dependían de esta industria en todo el país¹⁸³, por lo que el problema agrario fue, en esencia, una de las consecuencias más destructivas de la crisis.

Sin nada más que perder, campesinos, granjeros que perdieron sus propiedades y pequeños comerciantes abandonaron la ruralidad en busca de una mejor vida, buscando insertarse laboralmente en la industria, en el sector de servicios o en el comercio informal. Los miembros de minorías étnicas sufrieron mucho más la crisis, pues las oportunidades de empleo en las grandes urbes eran mucho menores para quienes pertenecieron a estas comunidades debido al imperante racismo y la xenofobia, experimentando de manera más grave la hambruna, la falta de vivienda y la inseguridad que los ciudadanos blancos.¹⁸⁴

La llegada masiva de granjeros pobres y campesinos solo acrecentó el desempleo y crecimiento de la clase obrera no cualificada, largas filas de personas en los comedores comunitarios, así como un incremento de personas en situación de calle o *homeless*, aumentando las tasas de delincuencia en ciudades como Nueva York.¹⁸⁵ Este éxodo masivo impactó casi inmediatamente en la cultura popular, de manera que las representaciones del

¹⁸³ Franklin D. Roosevelt, *Looking Forward*, Londres, Windmill Press, 1933, p. 128. Disponible en: https://gutenberg.ca/ebooks/rooseveltd-lookingforward/rooseveltd-lookingforward-00-h-dir/rooseveltd-lookingforward-00-h.html#Page_125, consultado el 28 de agosto de 2024.

¹⁸⁴ Alan Brinkley, *American History. A survey*, Columbia University, McGraw Hill College, 1999, p. 851.

¹⁸⁵ Antonia Sagredo Santos, “Crisis agraria y éxodo rural en Estados Unidos en los años 20 y 30”, en *REDEN. Revista Española de Estudios Norteamericanos*, No. 21-22, 2001, p. 80.

ciudadano del campo enfrentándose a la ciudad, la delincuencia y las clases populares se incrementaron a lo largo de la década tanto en el radio y el cine.

2.1.1 Confianza en camino: animación y propaganda política del New Deal

El malestar social se reflejó en las votaciones de 1933 donde el mandatario republicano Herbert Hoover, no logró reelegirse para la presidencia, a pesar de sus esfuerzos por mitigar la crisis, cediéndole la victoria a Franklin D. Roosevelt. Una vez ganadas las elecciones, comenzaba el verdadero reto para el demócrata. La estrategia de Roosevelt para rescatar al país se concentró en el *New Deal*, una estrategia gubernamental de recuperación económica y social, que concentró sus esfuerzos en las diferentes industrias del país. En el ámbito agrario, se estableció la *Ley de Ajuste Agrícola*¹⁸⁶ donde se reflejan los intereses de organizaciones de granjeros para detener la sobreproducción que había acrecentado la crisis, estableciendo límites de producción a través de la *Agricultural Adjustment Administration*, quien también se ocuparía de pagar subsidios a cada granjero que dejara sin plantar sus tierras cada cierta temporada.

Además del ajuste de precios en el campo, la *Ley Nacional de Recuperación Industrial* (NIRA)¹⁸⁷ se colocó como una de las reformas más ambiciosas que busco combatir el desempleo. El NIRA dio paso a la creación de instituciones como la *Works Progress Administration* (WPA), creada en 1935 para reinsertar a los desempleados en actividades culturales, o bien, en la construcción o renovación de instalaciones públicas (escuelas, deportivos, oficinas de gobierno, puentes y caminos, entre otros) y el “*blanket code*” que supuso una regulación al trabajo en fábricas reduciendo las jornadas laborales, estableciendo un salario mínimo (30-40 centavos la hora), libertad de los trabajadores para formar sindicatos y la abolición del trabajo infantil.¹⁸⁸

Pero las nuevas políticas de cambio no eran el único objetivo del *New Deal*. Roosevelt concluyó que el éxito de su proyecto requería un elemento de carácter humano: elevar los

¹⁸⁶ U.S. Congress. “Agricultural Adjustment Act of 1933”, en *U.S. Code 1940 Edition*, Suplemento 5, Título 7: Agriculture, Capítulo 26, §§ 608c-659, 1940. Library of Congress, clasificación: KF62, título de serie: 7, Agriculture. Disponible en: www.loc.gov/item/uscode1940-009007026/, consultado el 13 de mayo de 2024.

¹⁸⁷ U.S. Congress, *An Act to encourage national industrial recovery, to foster fair competition, and to provide for the construction of certain useful public works, and for other purposes*, 16 de junio, 1933”. National archives, record group: General Records of the United States Government 1778-2006, No. 11, series: Enrolled Acts and Resolutions of Congress 1789 – 2013, disponible en: <https://catalog.archives.gov/id/5730902>, consultado el 13 de mayo de 2024

¹⁸⁸ Alan Brinkley, *Op. Cit.*, pp. 878-879.

ánimos y la moral que la crisis había destruido, a través de la restauración de la confianza de sus ciudadanos. La agenda de Roosevelt no solo prestaba atención a la creación de leyes, sino también busco transmitir confianza y optimismo en sus gobernados desde un inicio, como se puede observar en su discurso inaugural tras la victoria del 4 de marzo de 1933:

La felicidad no reside en la mera posesión de dinero, sino en la alegría del logro, en la emoción del esfuerzo creativo. La alegría y el estímulo moral del trabajo ya no deben olvidarse en la loca búsqueda de ganancias efímeras. Estos días oscuros valdrán todo lo que nos costaron si nos enseñan que nuestro verdadero destino no es ser ministrados, sino para ministrarnos a nosotros mismos y a nuestros semejantes.¹⁸⁹

La propaganda política aumentó considerablemente, sirviéndose de todo tipo de medios de comunicación, incluyendo la animación que, para los años 30, ya se había posicionado como un medio efectivo, sencillo y expresivo que llegaba a través de su lenguaje, a una audiencia variada en edades y posición social. Si el objetivo era transmitir un mensaje reconfortante, que mejor herramienta para lograrlo que a través de un filme, cuyos personajes ya populares, apaciguaban al público de la dura realidad en escasos minutos. La colaboración del gobierno con el mundo del cine no se hizo esperar, surgiendo proyectos de propaganda por parte de grandes cineastas, donde destaca el director Frank Capra.

En el caso de la animación, la colaboración de corte moral se encuentra mucho más presente en la filmografía de Walt Disney y sus personajes, iniciando una relación de cooperación entre la empresa y el gobierno estadounidense que perdura hasta nuestros días.¹⁹⁰ Es así como nacen cortos como *Confidence*, estrenado en julio de 1933 y protagonizado por una alegre caricatura de Roosevelt y el entonces popular conejo Oswald [Fig. 35]. La primera mitad del corto nos sitúa en una granja de gallinas liderada por Oswald, que tras ser asechada por una sombría parka representado la “depresión”, hace que sus gallinas decaigan en ánimos, mostrándose moribundas.

Ante esta situación, Oswald busca ayuda. La secuencia intercala fotogramas que muestran las aglomeraciones en los bancos, las peleas en Wall Street y la pobreza, mientras

¹⁸⁹Franklin D. Roosevelt, *op.cit.*, p. 264.

¹⁹⁰ La propaganda de Roosevelt es un antecedente para considerar en la historia de la animación estadounidense, teniendo en cuenta la relevancia que este medio tuvo más adelante en la Segunda Guerra Mundial. Disney por su parte, figura para otros países como uno de los principales iconos de la cultura estadounidense. La propaganda del periodo entreguerras se abordará en el último y tercer capítulo de este texto.

que Oswald grita desesperado por un doctor. Al llegar a una farmacia, el dueño aconseja a Oswald señalando un cartel propagandístico de Roosevelt: “Ahí está tu doctor.” En el resto del filme Oswald viaja hasta la Casa Blanca para hablar directamente con el presidente y preguntarle la “cura” de la depresión. El presidente responde alegremente cantando, “confianza, chico”, señalándole un barril lleno del valioso tónico de “confianza”. Oswald toma un poco del líquido con una jeringa, para volver a su pueblo, inyectando a todos con “confianza”. Granjeros, trabajadores y sus propias gallinas se llenan de entusiasmo.

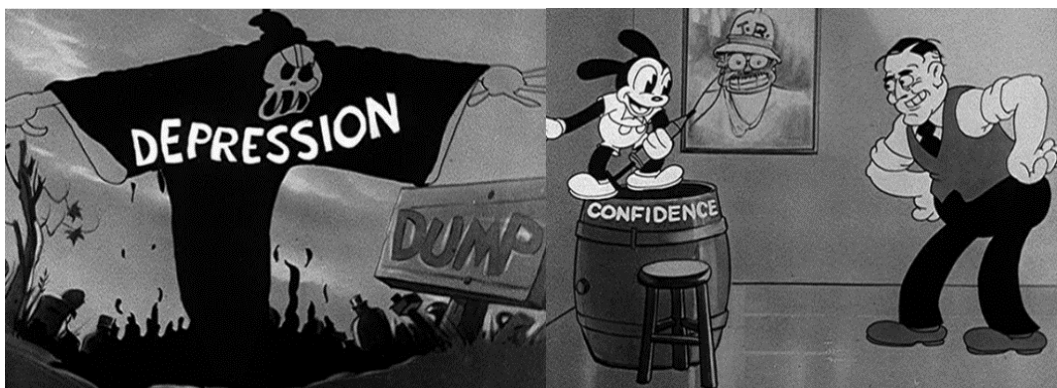


Fig. 35. *Confidence*, Oswald the Lucky Rabbit (series), Walter Lantz Studio, 1933.

Si bien los banqueros no dejan de ser representados como cerdos -animal asociado a la burguesía en la propaganda y caricatura clásica de izquierda- el corto si enfatiza la necesidad de volver a confiar en las instituciones bancarias, ya que tras la gira de “confianza” del protagonista, el pueblo lleva nuevamente su dinero a los bancos, un pequeño guiño a la *Glass-Steagall Act*,¹⁹¹ una ley aprobada un mes antes de este corto, que garantizaba la regulación de la especulación irresponsable, a la vez que protegía los depósitos de cualquier ciudadano a partir de los \$2500 dólares, ya que en caso de que el banco quebrara, los usuarios podrían recuperar su dinero.¹⁹²

Por otra parte, de manera casi accidental, pero en conjunción con la agenda optimista de Roosevelt, se encuentra el alcance de la series de *Silly Symphonies* (1929-1939), un conjunto de cortos de Disney, donde aspectos como fabulas y cuentos de hadas pretenden no

¹⁹¹ U.S. Congress, Glass, Carter Steagall & Henry Bascom, “An Act to Provide for the Safer and More Effective Use of the Assets of Banks, to Regulate Interbank Control, to Prevent the Undue Diversion of Funds into Speculative Operations, and For Other Purposes”, en *Public Law*, 73d Congress, secc. 73-66D, 16 de junio de 1933, pp. 1-37. Federal Reserve Bank of St. Louis, disponible en: <https://fraser.stlouisfed.org/title/991>, consultado el 14 de junio de 2024.

¹⁹² Alan Brinkley, *Op... Cit.*, p. 881.

solo mostrar un mundo de fantasía, sino que muestran en su mayoría, una lección ética.¹⁹³ *Three Little Pigs* (1933), una de las cintas más exitosas del estudio, fue reinterpretada como parte de esa “confianza” el gobierno buscaba evocar en la población. La historia de los cerditos fue comparada con el contexto del momento y su canción principal, “*Who is afraid of the Big Bad Wolf?*”, se convirtió en un himno contra la depresión, transformando al derrotado Lobo Feroz en la crisis, y a los tres cerditos, en el pueblo resistiendo a través del trabajo y el optimismo. Esta resignificación alude tanto a las palabras de aliento de Roosevelt en su discurso inaugural¹⁹⁴ así como los esfuerzos de la WPA por combatir el desempleo.

Sin embargo, pese a los esfuerzos de Roosevelt y su comité de propaganda para animar al pueblo, la pérdida de valores era un hecho sumamente complejo que el gobierno por sí mismo no era capaz de solucionar. La crisis acrecentó la crítica hacia la frivolidad de los alegres 20, que para las voces más conservadoras no era más que una fachada de todo lo que estaba mal en la misma sociedad, siendo el mundo del entretenimiento uno de los blancos más atacados. El reclamo obligó a los medios de comunicación -incluyendo el cine y la animación- a reinventarse, o incluso doblegarse, ante nuevos líderes morales, cuyo nuevo alcance trascendía el altar y las plegarias.

2.2 Hollywood al descubierto. La cruzada contra la inmoralidad.

Mientras la agenda política buscaba el optimismo a toda costa, el mundo del cine se vio inicialmente beneficiado por el terror de la crisis. Incluso habiendo perdido todo, las personas -sobre todo en las grandes ciudades- no abandonaron el hábito de acudir al cine para despejarse. De los 57 millones de asistentes semanales de 1927, la cifra de aumento a cerca de 90 millones en 1930.¹⁹⁵ Y si bien las entradas de 23 centavos lograron que Hollywood sobrelleva la crisis económica con cerca de 23 mil cines operando para 1931¹⁹⁶, los

¹⁹³ Similar a la moral (un conjunto de estándares o pautas sociales de convivencia colectiva), la ética es un sistema estructurado de principios que gobiernan la conducta apropiada para un grupo. Deborah Rieselman, “What are values?”, en *Cincinnati Horizons* [revista digital], Cincinnati, University of Cincinnati, Agosto, 2005, disponible en: <https://magazine.uc.edu/issues/0805.html>, consultado el 13 de octubre de 2024.

¹⁹⁴ “A lo único que debemos temer es al miedo mismo”. Franklin D. Roosevelt, “Inaugural Address”, March 4, 1933, en Samuel Rosenman, *The Public Papers of Franklin D. Roosevelt, Volume Two: The Year of Crisis, 1933*, New York, Random House, 1938, pp. 11–16.

¹⁹⁵ The Film Daily, *The 1963 Film Daily Year book of Motion Pictures*, New York, Chas A. Alicoate, 1963, p. 109.

¹⁹⁶ *Ibidem.*, p. 111.

escándalos de las grandes estrellas pronto comenzaron a manchar la reputación de la “fábrica de sueños”.

La industria cinematográfica ya había sido blanco de críticas durante la década de los 20, gracias a noticias como la de “Fatty” Arbuckle, quien fue enjuiciado por el abuso sexual y homicidio de Virginia Rappe en 1921¹⁹⁷; el asesinato del director William Desmond Taylor en 1922, o bien, la muerte de Wallace Reid en 1923, debido al abuso de drogas.¹⁹⁸ Los casos anteriores fueron, por mencionar algunos ejemplos, un detonante para la creación de la Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA) en 1922, conocida popularmente como la “Oficina Hays” en referencia a su presidente Will Hays¹⁹⁹, quien redactó la primera versión del *Motion Picture Production Code*, coloquialmente conocido como *Dont’s and be careful*²⁰⁰, publicado en 1927.

“Los no” incluían temas como la blasfemia, la higiene sexual o la ridiculización del clero. Y “los tenga cuidado” contemplaban aspectos como mostrar simpatía por criminales, operaciones quirúrgicas gráficas o besos demasiado lujuriosos o excesivos.²⁰¹ El objetivo principal del MPPDA, era “tranquilizar a los críticos de que se podía confiar en que la industria autocontrolara su producto”²⁰², haciendo que las primeras regulaciones impuestas por esta organización fueran una mera formalidad para llevar a cabo acuerdos que facilitaran tanto la producción como estreno de las películas, tener un poco más de control en la opinión pública y prevenir boicots.

Por otra parte, censores en cada estado comenzaron a “cortar películas para satisfacer los gustos locales”²⁰³, bajo la presión de grupos conservadores o religiosos quiénes juzgaban que era o no moralmente aceptable. Con la llegada de la nueva década, la polémica aumento, pues se sumaban a Hollywood nuevos talentos y personajes transgresores como Mae West,

¹⁹⁷ David McGowan, “Stars and Scandal in the 1930s”, en *Animated personalities: cartoon characters and stardom in American theatrical shorts*, Austin, University of Texas Press, 2019, p. 61.

¹⁹⁸ Anne Helen Petersen, *Scandals of classic Hollywood: sex, deviance, and drama from the golden age of American cinema*, New York, Plume-Penguin Group, 2014, p. 31.

¹⁹⁹ David McGowan, *Op. cit.*, p. 61.

²⁰⁰ Traducido, es equivalente a “Los no/lo prohibido” y “Tenga cuidado/se cuidadoso”.

²⁰¹ Inés Reseco Bresó, *Sexualidad, cine y censura: un estudio sobre la aplicación del Código Hays en la filmografía de Hitchcock*, tesis de grado en Comunicación Audiovisual, Gandia, Universitat Politècnica De València (sic.), 2019, p. 9.

²⁰² David McGowan, *Op. cit.*, p. 61-62.

²⁰³ Charlotte Toledo, “She Would Not Be Silenced: Mae West's Struggle Against Censorship.”, en *The Downtown Review*, Vol. 3, No. 2, diciembre, 2016, p. 2.

acusada de “producir *shows* inmorales y ser una molestia pública”²⁰⁴; cintas cada vez más provocadoras²⁰⁵ y alejadas de la comedia *slapstick* o romance y filmes internacionales con narrativa y estética totalmente diferente a los estándares de Hollywood como es el expresionismo alemán.

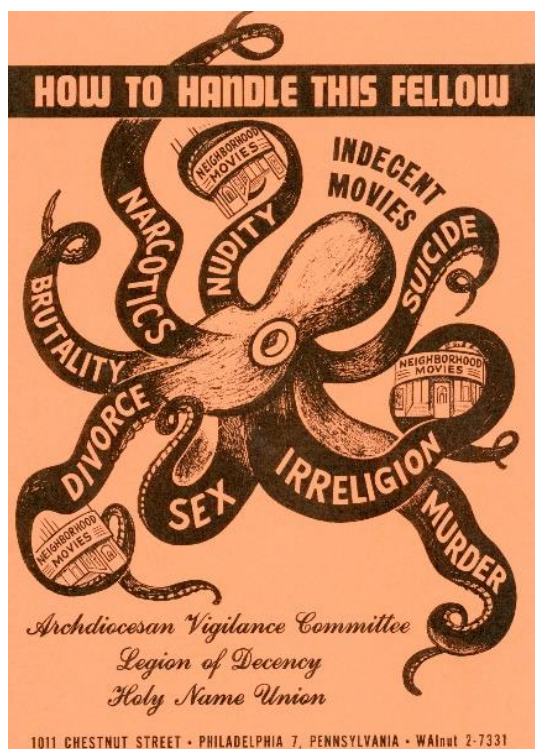


Fig. 36. *How to Handle this Fellow*, National League of Decency, c. 1930. Cartel propagandístico para obtener apoyo para los boicots cinematográficos de la década de 1930. El uso del pulpo era un motivo común en la propaganda para ilustrar la corrupción, pero en este caso se ilustran los males y temáticas de las “películas indecentes”: narcóticos, desnudos, suicidio, irreligión, sexo, asesinato, divorcio y brutalidad. Imagen disponible en: <https://chrc-phil.org/cartooning-catholics-exhibit/cartoons-by-catholics/legion-of-decency/>, consultado el 26 de junio de 2024.

2.2.1 De la censura casera a la renovación del código cinematográfico.

Si antes existieron ánimos de regular la industria con la existencia de los *Dont's and be careful*, este pre-código había sido eludido, incluso ridiculizado, a lo largo de los años 20 e inicio de los 30. Pero los escándalos mediáticos, el amarillismo, las leyendas urbanas respecto al cine y, sobre todo, la presión de la opinión pública, organizaciones religiosas y sectores

²⁰⁴ Mae West terminó siendo encarcelada en 1927 por obscenidad gracias a su papel en la obra *Sex*. Charlotte Toledo, *Op. cit.*, p. 2.

²⁰⁵ Las cintas que más sufrieron esta primera ola de censura fueron las del género de horror, ejemplo de ello es el film de James Whale, *Frankenstein* (1931), que fue prohibido en Kansas con el argumento de que la película exhibía "crueldad y tendía a degradar la moral". La junta de censura estatal se opuso específicamente a treinta y dos escenas que, si se eliminan de la película, habría reducido el tiempo de ejecución a la mitad. Thomas Patrick Doherty, *Pre-code Hollywood: sex, immorality, and insurrection in American cinema, 1930–1934*, New York, Columbia University Press, 1999, p. 297.

conservadores pronto harían que la regulación fuera una realidad [fig. 36]. La eficacia de censura de la MPPDA fue cuestionada principalmente por la iglesia ya que era notorio que nadie respetaba las reglas estipuladas por los censores, quienes casualmente eran también representantes de las productoras, lo que llevó a la redacción de un nuevo *Production Code* en febrero de 1930.²⁰⁶

Escrito por el padre Daniel Lord (1888-1955), un sacerdote jesuita, y Martin Quigley (1890-1964), periodista católico²⁰⁷, el *Production Code* de 1930 manifestaba la creciente preocupación por educar a los jóvenes y mujeres para alejarlos de los vicios y el pecado, buscaba el respeto por las etnias indígenas y los pueblos extranjeros, erradicando la apología a la violencia, sexualidad y la mentalidad criminal²⁰⁸, aspecto que tanto los cortos animados como películas *liveaction* habían incluido dentro de sus temas.

Si bien las modificaciones de Daniel Lord al *Production Code* fueron ignoradas como era costumbre por las productoras, la sugerencia de mayor regulación y censura no pasó desapercibida, motivando a ciudadanos religiosos y sectores conservadores de la población a organizarse mucho mejor para lograr la censura de los medios de entretenimiento y la revisión de productos comerciales, todo con el fin de cuidar de la moralidad de la población, principalmente joven, quien se mostraba rebelde a los ojos de sus padres, influida en parte por entretenimientos populares como lo es el cine. En 1933, los movimientos pro-censura (impulsados principalmente por los valores católicos) se integraron en la *National Legion of Decency* (Legión Nacional de la Decencia), quienes se dieron a la tarea de inspeccionar los cines y advertir a la población de la amenaza a las buenas costumbres que representaba esta industria.²⁰⁹

La Legión -que incluyó a los censores frustrados cuya opinión no era tomada en cuenta- planeó cuidadosamente tomar el control del MPPDA, lo cual fue posible gracias a tres eventos: 1) el contexto de renovación política propuesta por Roosevelt y su *New Deal*,

²⁰⁶ La versión final se realiza el 31 de marzo de 1930.

²⁰⁷ Además de su labor como periodista, fue fundador y principal colaborador de *la Motion Picture Herald*, una publicación que monopolizó en 1930 la información referente a la industria del cine al adquirir y fusionar la mayoría de las revistas especializadas como *The Film Index* (1906), *Motography* (1909), *Exhibitors Herald* (1915) y el *Moving Picture World* (1927).

²⁰⁸ *Ibidem*, p. 6.

²⁰⁹ Manuel Graña, “La “Legión de la decencia” en los Estados Unidos”, en *Caballeros Católicos de Cuba*, Habana, Suplemento de Diario de la Marina, año I, N° 3, 24 de junio de 1934, pp. 4, 8, disponible en: <https://www.filosofia.org/hem/193/9340624d.htm>, consultado el 13 de junio de 2023.

que insinuó la probabilidad de aplicar censura federal a las películas; 2) la influencia de la Legión en la opinión pública; 3) el éxito de las publicaciones de corte intelectual como fueron las investigaciones del *Motion Picture Research Council*²¹⁰, un grupo de intelectuales que vinculaba el comportamiento inadecuado de los jóvenes con las malas películas²¹¹. Por lo tanto, los estudios se encontraron librando una guerra en tres frentes contra la iglesia, el Estado. y ciencias sociales.²¹² La cúspide del triunfo de “la moral sobre lo profano” se vio reflejado en el nombramiento de Joseph Breen:

Desesperados por negociar un tratado de paz, se acordó reorganizar el mecanismo interno de aplicación para garantizar que el Código, siempre un tigre de papel, adquiriera dientes. El antiguo Comité de Relaciones del Estudio y la Junta de Apelación de Productores fueron abolidos y reemplazados por la Administración del Código de Producción (PCA). Para dirigir la nueva agencia, el presidente de la MPPDA, Will H. Hays, nombró a Joseph I. Breen, un experiodista e influyente laico católico romano como jefe de la PCA desde 1934 hasta 1954, convirtiéndose en una de las figuras más influyentes de la cultura estadounidense.²¹³

2.2.2 *Final cut.* El código de Hays de 1934.

A cargo de Breen, el código fue modificado una vez más, tomando como base el de Daniel Lord de 1930, agregando algunas cuantas notas, una introducción y un resumen, conformando un documento de carácter obligatorio que aseguró que no sería tomado a la ligera como en el pasado. Así, el renovado *Motion Picture Production Code* o *Hays Code* del 13 de junio de 1934²¹⁴ fue el documento definitivo impuesto con mayor fuerza que sus predecesores, marcando un antes y un después de las producciones cinematográficas e

²¹⁰ También conocido como National Committee for the Study of Social Values in Motion Pictures.

²¹¹ Destacan las siguientes publicaciones: *Our movie made children* (1933), una recopilación de investigaciones enfocadas en probar la influencia que las películas pueden tener en niños y jóvenes dirigido al público en general, y dado su éxito, continuó siendo editado hasta los años 70; *Condemning non-theatrical exhibition and MPRC for its support of it* (1934); y *Motion Pictures: Will You Help Remove This Wall?* (1935), un panfleto ampliamente distribuido en la población.

²¹² Thomas Patrick Doherty, *Op. cit.*, p. 8.

²¹³ *Ibidem*, p. 9.

²¹⁴ Terry Ramsaye, "What the Production Code Really Says", en *Motion Picture Herald*, Quigley Publishing Co., Vol. 110, No. 7, 11 de agosto 1934, pp. 10-13. Margaret Herrick Library, Periodical Core Collection, disponible en: <https://digitalcollections.oscars.org/digital/collection/p15759coll11/id/11866/rec/1>

incluso en el teatro.²¹⁵ Hasta su abandono en 1968, ninguna producción podía ser proyectada oficialmente sin el “sí” de Breen y su comité.

Por su parte la Legión, que ahora gozaba de una gran credibilidad, continuó examinando exhaustivamente cada obra cinematográfica, generando temidas listas negras²¹⁶, recortando los metrajes originales quitando las partes “poco aceptables”, denunciando cines donde se proyectaran películas prohibidas y acosando a los asistentes de dichas funciones: desde los temáticos y elegantes *Movie Palace*, hasta los más clandestinos, ubicados en las zonas populares, a menudo improvisados.



Fig. 37. Whitey Schafer (1909-1951), un afamado fotógrafo *pinup* quien murió en circunstancias sospechosas en 1951, realizó esta fotografía en protesta a la censura en Hollywood derivada del Hays Code (1934). En la imagen se retratan deliberadamente diez temáticas que el código prohíbe: 1. Ley derrotada, 2. Entrepierna, 3. Lencería de encaje, 4. Hombre muerto, 5. Narcóticos, 6. Alcoholismo, 7. Pecho expuesto, 8. Apuestas, 9. Arma apuntando, 10. Tommy Gun (subfusil

²¹⁵ Los libretos de obras de teatro en Broadway, así como presentaciones de Vaudeville también fueron sometidos a la revisión de los censores. Vincent Hart, All Motion Pictures Must Be Submitted for Production Code Including Vaudeville Shorts. 20 de enero, 1934. MPPDA Digital Archive, MPPDA Record ID: 1030, disponible en: https://finders.primo.exlibrisgroup.com/permalink/61FUL_INST/6lrc5h/alma997361423701771, consultado el 13 de junio de 2023.

²¹⁶ Sergio Armando Cáceres Mateus, “El Cine moral y la censura, un medio empleado por la Acción Católica Colombiana 1934 – 1942”, en *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, Bucaramanga, Instituto Colombiano para el estudio de la Religiones ICER- Grupo de Estudio de Hecho Religioso “Sagrado y Profano”, N° 16, 2011, p. 201-202.

Thompson asociado a la mafia). *Thou Shalt Not* [No harás...], Whitey Schafer, 1940. Fotografía publicada en la revista *Yank. The Army Weekly*, vol. 4, No. 3, 6 de julio, 1945, p. 13.

El sistema hermético de clasificación fue sumamente temido, tanto por los directores, las propias productoras, actores, y principalmente actrices, aspecto que fue tema de protesta tanto por empresarios, directores y artistas [Fig. 37]. Pese al desacuerdo generalizado, la modificación sistematizada a cada película tanto en producción como del pasado fue inevitable, ya que una condena de la Legión y el MPPDA significaba un fracaso comercial y, en el caso de los actores y actrices, acoso continuo, desprestigio y el fin de su carrera.

En 1936, la Santa Sede, liderada por el Papá Pío XI, emite la carta encíclica *Vigilanti Cura: De Cinematographicis Spectaculis*²¹⁷, dirigida a todos los miembros del clero católico estadounidense. En este documento, el Papa insiste en los peligros que supone el cine para la moral, valores e incluso instituciones, al ser influyente principalmente en la juventud:

Un pueblo que, en tiempo de reposo, se entrega a diversiones que violan la decencia, el honor o la moral, a recreaciones que, sobre todo para los jóvenes, constituyen ocasiones de pecado, corre grave peligro de perder su grandeza e incluso su poder nacional.²¹⁸ [...] Todo el mundo sabe el daño que le hacen al alma las malas películas. Son ocasiones de pecado; seducen a los jóvenes por los caminos del mal glorificando las pasiones; muestran la vida bajo una falsa luz; nublan los ideales; destruyen el amor puro, el respeto al matrimonio, el cariño por la familia. También son capaces de crear prejuicios entre individuos y malentendidos entre naciones, entre clases sociales, entre razas enteras.²¹⁹

A su vez, la Santa Sede reconoce la existencia de la Legión, y enfatiza la necesidad de la existencia de más organizaciones de tipo católico que aprueben o censuren el contenido cinematográfico bajo sus términos y valores religiosos, además de felicitar los esfuerzos de la Legión y los obispos estadounidenses:

Es un gran consuelo para Nosotros observar el notable éxito de la cruzada. Debido a su vigilancia ya la presión ejercida por la opinión pública, la película ha mostrado una mejora desde el punto de vista moral: el crimen y el vicio se retratan con menos

²¹⁷ *Pistula Encyclica. Vigilanti Cura: De Cinematographicis Spectaculis* [Encíclica. Vigilanti Cura: sobre la cinematografía], 29 de junio de 1936. Fondo Acta Apostolicae Sedis [28] 1936, vol. XXVIII, Series. II, r. III, No. 8, pp. 249-263.

²¹⁸ *Ibidem*, p. 255-256.

²¹⁹ *Idem*.

frecuencia; el pecado ya no es tan abiertamente aprobado y aclamado; los falsos ideales de la vida ya no se presentan de una manera tan flagrante a las mentes impresionables de los jóvenes. [...] Los obispos de los Estados Unidos están decididos, en todo momento y a toda costa, a salvaguardar la recreación del pueblo cualquiera que sea la forma que adopte esa recreación.²²⁰

De esta manera, la Legión no solo poseía un estrid.cto código de censura a su favor, sino que ahora también contaba con el apoyo divino de la máxima autoridad católica. La *Vigilanti Cura* además de impulsar y justificar aún más las protestas, así como la aplicación estricta del *Hays Code*, cimentó la autoridad social e incluso legal y política de la Legión de la Decencia, volviéndose un ejemplo a seguir de grupos conservadores en otros países. Con orgullo, la Legión presumía en giras y congresos internacionales sus hazañas, pues tan solo en su primer año de función, el código había logrado “vestir” a las indecentes *vedettes*, separar a los amantes extasiados y satanizar cualquier fantasía que se atreviera a contrariar las leyes de Dios y las buenas costumbres

Si bien la animación gozó de una relativa libertad durante la primera mitad de los años 30, con la llegada del renovado código estaba a la merced de los censores al igual que en el cine *liveaction*. Algunos estudios pudieron acoplar los términos del código sin tanto problema como es el caso de Disney, pero los más experimentales se enfrentaban a un dilema: doblegarse o morir.

2.3 Vagos, oportunistas y casanovas: la comedia *screwball* como respuesta a la censura.

La animación comenzó nuevamente a verse en apuros y necesitaba urgentemente la perspectiva visionaria que se apreciaba a finales de los años veinte, no solo a nivel técnico para aprovechar lo que había quedado de la era experimental, sino para mantener su libertad creativa, pues ahora contaba con un enemigo extra: la censura de los medios por medio del *Hays Code*. Artistas, productores e inversores del mundo del cine que fueron testigos del nacimiento y éxito de Félix y Mickey, estimaron que aún había toda una fortuna en los dibujos animados por explotar.

²²⁰ *Ibidem*, p. 252-253.

Una vez estabilizada la situación financiera de las grandes productoras en 1930, éstas retomaron la producción de dibujos animados. Cada departamento dio como resultado un universo increíblemente vasto de personajes; algunos fueron enlatados o desechados, otros obtuvieron un éxito fugaz y después fueron olvidados, y unos cuantos fueron más afortunados y lograron permear en la cultura popular estadounidense hasta nuestros días.

A nivel técnico, Fleischer Studios fue una de las productoras que más contribuyeron al desarrollo tecnológico de este arte. Si el gato Félix había salvado a la animación de su extinción en los 20s, Max y Dave Fleischer continuaron esa labor en los albores de la Gran Depresión con innovaciones que esporádicamente les son acreditadas. El rotoscopio, el uso de la tridimensionalidad (al que llamó “*stereoptical process*”²²¹) y las técnicas de sonido sincronizado fueron mejoradas por este estudio durante los primeros años de la década. El conocimiento que los Fleischer obtuvieron de sus experimentos y trucos de producción se encuentran recopilados el libro *Standard Production Reference*²²², un manual que fue usado como referencia durante los años 30s. Los animadores apodaron cariñosamente al documento como “La Biblia”, pues tanto las técnicas de sincronización como métodos de producción eran tan detallados y avanzados que fueron adoptados por distintos estudios para sus propios cortos animados. Si bien las pocas copias disponibles eran exclusivas de *staff* y animadores de Fleischer Studios, éstas se filtraron de manera clandestina a otros estudios pasando de mano en mano hasta su deterioro²²³, lo cual supuso que muchos avances técnicos no les fueran acreditados debidamente.²²⁴

²²¹ Desarrollado por Max Fleischer y Johnny Burkes durante los primeros años de la década de los 30s, consistió en combinar maquetas miniaturas tridimensionales reales con caricaturas, dando profundidad a la animación. El *stereoptical process* sería retomado por Walt Disney (quien seguía muy de cerca las innovaciones de Max desde los años 20) para su cámara multiplano. Disney obtuvo mucho crédito por crear esta técnica. Richard Fleischer, *Out of the Inkwell. Max Fleischer and the animation revolution*, Kentucky, The University Press of Kentucky, 2005, p.84.

²²² Compilado por los animadores Izzy Sparber y Seymour Kneitel. La versión del documento que se ha consultado señala que fue posiblemente el manual que estuvo en posesión de Max Fleischer, señalado por una anotación en lápiz (“Max Copy”) en su portada, por lo cual puede que el documento consultado no haya sido la versión final de dicho manual. Fleischer Studios, *Standard Production Reference*, Florida, 1940. Colección de J.J. Sedelmaier, disponible en: <http://seymourkneitel.blogspot.com/p/standard-production-reference.html>, consultado el 17 de agosto de 2024.

²²³ Mark Langer, “Institutional Power and the Fleischer Studios: The Standard Production Reference”, en *Cinema Journal*, University of Texas Press, Vol. 30, No.2, Invierno, 1991, p. 3.

²²⁴ Si bien lo técnico no es nuestro objeto de estudio, un hecho que puede explicar la poca difusión de este material es la institucionalización que ya tenían Walt Disney y Warner Brothers para el tiempo en que “La Biblia” fue publicado, lo cual tiene que ver con una industria que ya tenía sus favoritos y Fleischer Studios, hacia 1940, ya no tenía la presencia que tuvo en los 30s.

2.3.1 Características y usos de la comedia *screwball*

La población que buscó consuelo ante la crisis y sus temibles consecuencias socioeconómicas lo encontró de una manera particular. Su público, compuesto no solo por el sector infantil, demandó cada vez más ver representada su realidad, y a su vez transformarla en algo esperanzador, sin abandonar la idea del “sueño americano”, idea que, durante la era del jazz, “era el sueño de infinitas riquezas, y que con la Gran Depresión pasó a ser un sueño de democracia social”²²⁵, cambio bastante plausible gracias a la propaganda del optimismo *Roosveltiano*, que estará presente en una gran cantidad de filmes, donde la persistencia de los protagonistas es la virtud que sobresale por el status económico. El nuevo “sueño americano” se reflejó en los filmes al insertar una mayor crítica social a través de romances entre clases, el triunfo del ciudadano común y corriente sobre su contexto a través del trabajo y esperanza, colocando a este sujeto artificial en tramas donde se desafían las injusticias, traspasan los límites de su clase social, o bien, exaltan las banalidades del mundo moderno pero de un modo exagerado y ridículo que evidencia la hipocresía moral de la sociedad estadounidense a través de una nueva forma de comedia, el *screwball*.

Mezclando comedia física (*slapstick*), romántica y situacional, el *screwball* es definido por Doris Milberg como un drama donde suceden “incidentes ligeros y divertidos que involucran a personas erráticas, excéntricas y poco convencionales, así como tramas con conflictos que siempre tiene solución antes que aparezca los títulos de fin en la pantalla”.²²⁶ Partiendo de esta definición, los protagonistas de las comedias *screwball* son principalmente familias adineradas y pomposas conviviendo con la clase baja o media; donde las mujeres son enamoradas que buscan escapar con su interés romántico, personas excéntricas, o bien, pretenciosas o testarudas. Por su parte, los hombres del *screwball* pueden ser, dependiendo la clase social que representen, amanerados, pulcros en exceso, con buenos modales, conservadores o políticamente correctos (aspectos identificados con la clase alta), o totalmente lo opuesto, oportunistas ocurrentes, y canallas (más asociado a las clases bajas).

²²⁵ Analía Llorente, “¿Cómo y cuándo surgieron las expresiones "sueño americano" y "América primero"?”, en *BBC News*, 29 enero 2019, disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46965869> , consultado el 23 de julio de 2024.

²²⁶ Doris Milberg, *The art of the screwball comedy: madcap entertainment from the 1930s to today*, North Carolina, McFarland & Co, 2013, p. 6.

Lejos de ser retratados negativamente, la mayoría de los protagonistas de los *screwball* son alegres, ingenuos, amistosos o de “buen corazón”, contrario a los antagonistas, siendo fácilmente identificar entre “buenos” y “villanos”.

En el mundo del cine actuado destaca el polifacético director Frank Capra con su película *It Happened One Night* (1934), siendo esta cinta la más representativa del *screwball*.²²⁷ Otras cintas similares son *The Thin Man* (1934), *My Man Godfrey* (1936), *Easy Living* (1936) y *Cafe Society* (1939). En la animación, la comedia *screwball* significó la llegada de una nueva generación de artistas y productores. De todos los sobrevivientes a la caída del 29, tres estudios fueron los principales referentes respecto a técnica, comedia y popularidad durante los años 30s: Fleischer Studios, cuya financiación fue itinerante; Walt Disney Animation Studios, quien ya tenía experiencia con Mickey²²⁸ y las primeras *Silly Symphonies*, y no menos importante, Leon Schlesinger Productions²²⁹, también conocido entre sus miembros como *Termite Terrace*²³⁰, quien estaba a cargo de los cortos de Warner Brothers. De estos tres, Fleischer Studios (con una perspectiva más surrealista) y los creativos detrás de la *Termite Terrace*, explotaron al máximo los elementos del *screwball*, uniéndola con el surrealismo de la década anterior, lo cual dio como resultado, personajes más versátiles que, además de no obedecer las leyes de la física, también parecieron deshacerse a ratos de los límites morales o políticamente correctos del momento. Si la comedia *screwball* establece personajes erráticos, la animación llevó a un nivel exagerado dicha característica. No obstante, ¿Cómo es posible que estos cortos pasaran la censura si llegaron a representar todo lo que está mal?

Es plausible deducir que los censores y las organizaciones conservadoras observaron reflejada, hasta cierto punto, su visión fatalista sobre la sociedad en un medio que se prestaba a la libre interpretación, pues presentaba a las ciudades como centros de vicio y a las clases populares -jóvenes particularmente- como miembros de la sociedad susceptibles a la

²²⁷ Robert Barger, “It Happened One Night & The Roots of the Rom-Com”, en *Cultured Vultures*, 9 de junio, 2021, disponible en: <https://culturedvultures.com/it-happened-one-night-roots-of-the-rom-com/>, consultado el 23 de Agosto de 2024.

²²⁸ Mickey, su mascota principal, nace de una amarga experiencia en Universal Studios al haber perdido el control de su personaje Oswald the Lucky Rabbit. David A. Bossert, *op. cit.*, p. 15-23.

²²⁹ Posteriormente renombrado como Warner Bros. Cartoons en 1944.

²³⁰ Tex Avery nombra al estudio *Termite Terrace* (Terraza Termita) al edificio donde, por razones de espacio, se reinstala Leon Schlesinger Productions, el cual tenía una plaga de estos insectos. Para evitar confusiones, me referiré como *Termite Terrace* al hacer referencia a este departamento de Warner Brothers.

tentación, por lo que habrían de permitir ciertas representaciones siempre y cuando no se ofendiera a Dios ni al gobierno.²³¹ El mundo del entretenimiento sabía perfectamente que debía aprovechar esta contradicción, porque independientemente de la censura, el mundo del cine sigue siendo un negocio. La disputa entre “lo correcto” y el beneficio económico da como resultado un vaivén entre empresarios y líderes morales.

La animación y el cine había demostrado su valía en la taquilla y en las jugosas ganancias que permitieron sobrevivir a Hollywood tras 1929. Por ello cuando las negociaciones entre autoridades y empresarios no fueron suficientes para sacar a flote una película, los productores apostaron por la innovación, depositando su confianza en nuevos talentos y dándoles la libertad de crear lo que ellos creyeran conveniente y que pudiera atraer más público sin despertar las sospechas de la oficina de censura.

Es en este punto donde la ficción y la comedia *screwball* entraron en escena no solo para salvar el negocio de los magnates de la cámara, sino también como medio de resistencia a las instituciones y sus pautas sociales, al jugar con los límites morales del momento y las contradicciones que estos conllevan. La representación de lo reprochable en la animación *screwball* -incluso en tiempos de censura- apelan a un actuar humano presente en toda sociedad: la doble moral. Entendida como la afirmación de ser explícitamente moral, cuando en realidad “no se actúa de acuerdo con los valores de los que se proclama defensor”²³², no faltó en el discurso del propio *Hays Code* que, a pesar de dedicar una sección entera contra las insinuaciones sexuales o la criminalidad, también mencionaba que la inmoralidad sexual “a veces es necesaria para la trama”, pero tales impurezas “no deben presentarse como correctas y permisibles”.²³³ En el caso de la violencia, no habría mayor problema si el delincuente recibía su castigo²³⁴ y si esta no era sumamente gráfica o mostrara el asesinato visceralmente. Tanto los censores como los productores sabían perfectamente que el morbo,

²³¹ *Motion Picture Herald*, Quigley Publishing Co., Vol. 110, No. 7, 11 de agosto 1934, p. 11.

²³² En palabras de Iñaki Domínguez, Los moralistas suelen acogerse a la convención y defienden los valores que la sociedad venera en un momento concreto de la historia. Sin embargo, la doble moral es una moral de escaparate utilizada de cara a la galería para quedar bien con otros. Estas personas, grupos o instituciones serían, en última instancia, meros hipócritas, palabra de origen griego que refiere al actor, a aquel que simula y disimula ante otros para obtener recompensas sociales o la sensación de superioridad moral ante otros. Iñaki Domínguez, “Los mecanismos de la doble moral”, en *Ethic*, 17 de junio de 2024, disponible en: <https://ethic.es/2024/06/los-mecanismos-de-la-doble-moral/>

²³³ *Motion Picture Herald*, Quigley Publishing Co., Vol. 110, No. 7, 11 de agosto 1934, p. 11.

²³⁴ “How Hollywood Censors Its Animated Characters”, en *Look Magazine*, Iowa, Cowles Media, 17 de enero, 1939, p. 20.

ese deseo de observar lo prohibido en pantalla, vendía. La contradicción en el código fue el campo de acción perfecto para la ficción y el humor animado.

A pesar de que muchos de los personajes presentados en el *screwball* pecan de ser una exageración o un estereotipo, estas cintas tienden a unificar a las personas de una manera importante: permiten al espectador reír y logran ser para muchos un escape de sus problemas, al menos por un tiempo.²³⁵ Pero si hay una característica que le hace destacar de otro tipo de comedias es que, dentro de su irreverencia, ésta se burla de la estructura social o contexto en que es creada, escudándose en el hecho de que son situaciones creadas un mundo ficticio y experimentadas por personajes caóticos, pero identificables.

También empujan a la burla inocente (o tal vez no tan inocente) de las “instituciones -morales- sagradas: el matrimonio y familia”²³⁶, bases y valores fundamentales de la sociedad estadounidense. En este contexto, la sátira se vuelve una antítesis de la hipocresía, pues no adula, ni niega la existencia de comportamientos reprobables o positivos, simplemente los expone y en ese papel revelador se encuentra su virtud. Con la popularización de los cortos más “políticamente correctos” de Walt Disney -alineados al optimismo artificial del *New Deal*- la animación también empezó a forjar durante esta década la reputación de ser un entretenimiento infantil²³⁷ y, por lo tanto, un entretenimiento inofensivo. Pero esta generalización se vuelve la fachada de un caballo de Troya.

2.3.2 Ficción y sátira en el *screwball* animado.

Durante los años 30, la supuesta inocencia, el estado “ficticio” y la excusa de “locura” de los personajes animados permite la representación de tópicos prohibidos, sobre todo si sus protagonistas no son humanos. De esta forma, incluso el personaje más incómodo puede volverse “aceptable”, aligerando cualquier referencia a un tópico sensible.

Los protagonistas animados enfrentaron durante la primera mitad de la década preocupaciones realistas o situaciones adultas, como son el desempleo, pobreza, inseguridad, sexualidad o muerte,²³⁸ así como aspectos de la vida cotidiana asociados a la criminalidad, la

²³⁵ Doris Milberg, *Op. Cit.*, p. 6.

²³⁶ *Idem.*

²³⁷ De acuerdo con Vincent Alexander, en este momento los dibujos animados estaban dirigidos principalmente al público adulto, así como películas *liveaction*. Vincent Alexander, “How The Hays Code Censored Cartoons And How Animators Responded”, en Cartoon Brew, 16 de febrero de 2023, disponible en: <https://www.cartoonbrew.com/cartoon-study/cartoons-and-the-hays-code-study-225994.html> , consultado el 13 de octubre de 2024.

²³⁸ Daniel Goldmark, *Funny Pictures...*, p. 32.

vulgaridad o la clandestinidad. Sin embargo, estos no sufren el mismo estigma que un actor real ya que en su estado ficticio, no representan una amenaza directa.



Fig. 38. En el corto, Bimbo realiza un performance *jive*, terminando su baile con esta gestura coloquial que puede tener dos significados: excitación masculina ante la presencia femenina o la presencia de alguien bastante atractivo. *Mysterious Mose*, Talkartoons (series), Fleischer Studios, 1930.

La inclusión de rasgos moralmente negativos como ser mujeriegos, vagos o impulsivos, así como el incremento de uso de estereotipos, se volvió esencial para generar un estado de reconocimiento inmediato en la audiencia, mientras que el humor *screwball* tuvo un rol más importante: provocar simpatía sin importar que tan cuestionable fuese el personaje o la situación, al mismo tiempo que expone irónicamente a la cultura dominante. Es así como encontramos una producción masiva de cortos donde se representa el submundo de las grandes ciudades a través de *gags*²³⁹ en doble sentido, gesturas o expresiones consideradas obscenas como son los bailes *jig*, *shimmy* o danza *jive* [fig. 38], o bien representaciones más directas de los comportamientos reprobables o antivalores (injusticia, deslealtad, vulgaridad, entre otros), pero socialmente existentes y practicados en la realidad, gracias a la doble moral.

El corto *Any Little girl* (1930) -al cual dedicaré particular atención en la última sección de este capítulo- no justifica la infidelidad del hombre mujeriego, sino más bien exalta el cinismo en su comportamiento a través de un gato seductor que muestra a la audiencia como le es fácil jugar con el corazón de las mujeres. *Barnacle Bill* (1930) nos asoma a la vida cotidiana del barrio neoyorkino, donde la “promiscuidad” de Betty Boop es tema de conversación en todo su barrio tras la llegada de su novio “Bill”, una práctica común dada la cercanía de cada departamento o habitación en las vecindades, por lo que los

²³⁹ Chistes visuales sin dialogo.

escándalos de cualquier habitante de un barrio pronto eran bien conocidos por la comunidad [Fig. 39]. La representación de personajes urbanos molestos recibiendo un castigo exagerado también figura como parte del *reconocimiento* y catarsis que la comedia *screwball* busca evocar, como sucede en *Judge for a day* (1935), donde Betty Boop, somete a juicio a los hombres de su entorno.



Fig. 39. Vecinas hablando a espaldas de la pareja propagando rumores, en *Barnacle Bill Talkartoons* (series), Fleischer Studios, 1930.

No menos importante es la constante alusión al crimen y el miedo, acompañado de una violencia mucho más explícita que en los años 20. *Swing you sinners* (1932), implementa la idea del terror similar a obras como *Drácula* o *Frankenstein* (ambas de 1931), donde las criaturas monstruosas o lo paranormal se manejaban, a manera de marketing, como un hecho más terrorífico que los estragos de la Gran Depresión.²⁴⁰ Pero el uso del horror a lo desconocido en la animación no siempre iba en ese sentido. También fue implementado para dar advertencias: el no actuar impulsivamente por nuestra situación, o bien, tener cuidado con las malas compañías o querer llevar una vida en el bajo mundo como es presentado en *Minnie The Mooncher* (1932), donde una incomprensida Betty Boop huye de su hogar, solo para horrorizarse a través de alegorías y momentos simbólicos de los peligros que asechan a los jóvenes en la ciudad.

Los personajes del corto aluden sin tapujos la criminalidad, la pobreza o los vicios, tema principal de la canción que da nombre al corto²⁴¹ El antagonista, el fantasma de un

²⁴⁰ Thomas Patrick Doherty, *Op. cit.*, p. 297.

²⁴¹ Esta canción nos relata la trágica historia de Minnie, una chica atractiva, pero de buen corazón que cae en el mundo de las drogas al conocer a un adicto llamado Smokey. Una versión subtitulada (acompañada de la animación) se encuentra en: <https://www.youtube.com/watch?v=XNjDNuTbKI0>.

*hepcat*²⁴² quien interpreta la canción al ritmo de un lento y sofisticado baile *jive*²⁴³, advierte a la protagonista, de una manera surrealista el panorama desolador que gran parte de la población urbana experimenta durante la década (sobre todo aquellos que residen o conocen los barrios del Harlem o el Bronx), dando la oportunidad a nuestra protagonista de “enderezar su camino” al decidir volver a casa [Fig. 40].

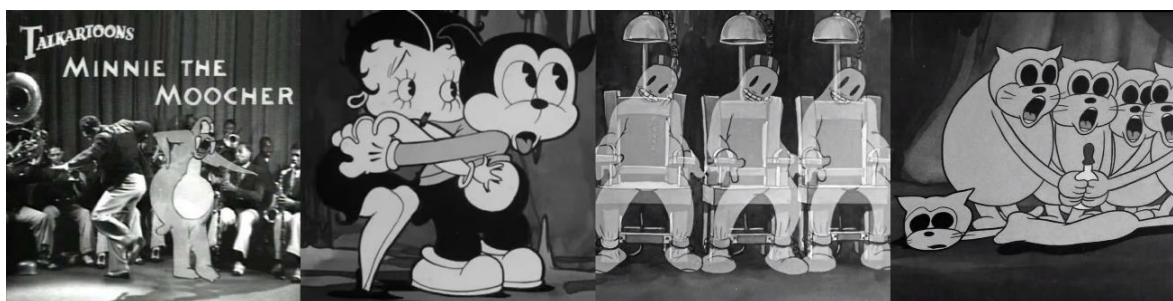


Fig. 40 *Minnie the Moocher*, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1932.

Si bien las animaciones antes mencionadas pertenecen a la época *pre-code*²⁴⁴, los cortos de Fleischer Studios funguen como un referente obligado para los próximos *screwball* animados, que serán mucho más desafiantes que las creaciones de Max Fleischer. Desafortunadamente para los Fleischer, el estudio se vio severamente afectado tanto a nivel creativo como económicamente en 1934, quedando a merced de su inversionista principal, Paramount., quien le exigió copiar el estilo moralista de Disney, alejándole de la comedia *screwball*.

Con el *Hays Code* revisando detenidamente su filmografía previa a 1934, la estrella principal de Fleischer Studios, Betty Boop, cambió su *little black dress* por faldas largas que ocultaban sus sensualidad, haciendo caso a la sección sexta sobre indumentaria²⁴⁵. Su novio canino Bimbo -uno de los personajes más antiguos de Fleischer- abandonó el romance con Betty ya que su relación infringía los principios generales del código sobre la Ley Natural

²⁴² Hombre joven, usualmente afroamericano, que viste a la moda, es versado en la cultura del jazz. Posee un gran carisma, tiene soluciones ingeniosas a sus problemas y maneja a la perfección el jive, la jerga del Harlem. Otra manera de llamar a los *hepcats* era *cool cat*.

²⁴³ Cab Calloway, quien da voz al enigmático fantasma de la cinta, también presta sus movimientos de baile *jive* a través de la técnica de rotoscopio, que en este corto muestra un gran avance técnico derivado de la experimentación de Max Fleischer.

²⁴⁴ Traducido como “previo al código”, es un concepto para referirse a toda producción cinematográfica creada antes del 13 de junio de 1934, día de aplicación del *Hays Code*.

²⁴⁵ Sección 6. Vestimenta, 3: Se prohíbe la exposición indecente o indebida. “Text of the Production Code”, en *Motion Picture Herald*, ..., p. 11. Margaret Herrick Library, Periodical Core Collection, disponible en: <https://digitalcollections.oscars.org/digital/collection/p15759coll11/id/11866/rec/1>

por incitar la bestialidad²⁴⁶, siendo sustituido por un hombre fornido llamado *Fearless Fred*. El golpe final de los censores hacía el estudio fue hacer que Betty abandonara su personalidad coqueta y juvenil. Para 1935, el personaje se asemejaba más a una ama de casa recatada que a una atractiva *vedette*, al remplazar sus aventuras surrealistas por tramas domésticas más simples.

2.3.3 Una comedia renovada. El *screwball* de Warner Brothers

En 1933, un departamento de animación emergente originario de California ya se perfilaba como el heredero espiritual de la experimentación de Fleischer y como el próximo competidor comercial de Disney: Leon Schlesinger Productions, también conocido como la *Termite Terrace*, financiado por Warner Brothers. Con un enfoque totalmente contrario a los valores tradicionales que Disney y sus filmes representaron, Warner Brothers apostó por un equipo de jóvenes artistas con un ingenio excéntrico, en un principio conformado por Friz Freleng (1906-1995), Frederick “Tex” Avery (1908-1980), Robert “Bob” Clampett (1913-1984) y Chuck Jones (1912-2002). Este grupo de veinteañeros contratado por un Leon Schlesinger de casi 50 años fue el relevo generacional que tanto había buscado el estudio de Burbank.

El equipo logró renovar dos proyectos estancados de Warner Bros: *Merrie Melodies*, que durante la primera mitad de la década había gozado de un éxito moderado gracias al trabajo de Bob Clampett desde 1931; y *Looney Tunes*, serie hermana de la anterior donde hacen su debut la mayor parte de los personajes más icónicos de Warner. Con la llegada de los nuevos animadores, ambas series pasan a ser una parodia de las *Silly Symphonies*, volviéndose una alternativa visual y narrativa que sienta las bases para las futuras producciones animadas opuestas al modelo políticamente correcto de Walt Disney.

Tras el fracaso de Bosko y Buddy, dos personajes humanos que no lograron empatizar con el público, las dos series de Warner dan un giro total en 1935 con la aparición de Beans the Cat como nueva estrella. Sin embargo, desde su debut en *I Haven't Got a Hat* (1935), un personaje secundario le robó a Beans toda la atención del público. Este personaje era Porky, quien terminó remplazando a Beans en 1936 para volverse la primera estrella de *Looney Tunes* trayendo consigo el éxito comercial que tanto había esperado Warner Brothers. Sin

²⁴⁶ Principios generales, 3: La ley, natural o humana, no será ridiculizada, ni se creará simpatía por su transgresión. *Idem*.

embargo, abandonar a los personajes humanos por animales no sería la única clave del éxito de las caricaturas de Warner.

Similar a los Fleischer antes de 1934, la *Termite Terrace* presenta personajes adultos, con preocupaciones más realistas. Sin embargo, estos son diferentes en cuanto a la forma de actuar o reaccionar a esas preocupaciones. Si los personajes de Fleischer Studios no comprendían limitaciones físicas o lógicas, los protagonistas de *Looney Tunes* y *Merrie Melodies* añaden al surrealismo un toque de locura o extravagancia gracias al uso de la comedia *screwball*, destacándose su uso excesivo del humor físico o *slapstick*, haciendo de la violencia un elemento central de las tramas y una característica que hará que las caricaturas de Warner Brothers destaquen (incluso opaquen en popularidad) a su competencia ante una sociedad que tolera más la violencia, que la sexualidad o la crítica a la Iglesia.²⁴⁷

Mientras que Walt Disney abandonaba paulatinamente la irreverencia, Warner por el contrario, se aferró a ella por medio de sus personajes literalmente *screwball*²⁴⁸ (chiflados) que resultaron ser una anomalía de las animaciones de la época.²⁴⁹ Con expresiones y movimiento desmedido, la propuesta animada de Warner establece que cualquiera (sea el estadounidense blanco promedio, una minoría o incluso una figura pública) podía ser víctima de su comedia y que la exageración era la clave para transgredir el *Hays Code*. Tex Avery, principal colaborador del estudio, tenía un truco para eludir la censura: incluía algunos *gags* descaradamente inapropiados para que los censores los eliminaran y no prestaran atención al material subido de tono que realmente quería que incluyeran.

Para la representación del crimen, el asesinato, las acrobacias arriesgadas y el uso exagerado de armas -sin mostrar sangre o muerte explícitamente- desafió la primera sección del código, donde se establecía que “la técnica asesinato deberá ser presentada de manera que suscite la imitación.”²⁵⁰ Si bien los personajes demuestran debilidades, momentos de

²⁴⁷ La tolerancia a la violencia en Estados Unidos es posible gracias a tres factores: una cultura de las armas presente desde la fundación de las Trece Colonias, la normalización de la violencia contra minorías (como es el caso del racismo y la xenofobia) y la militarización como herramienta en las relaciones de poder con otros países. Milton Terris, “Violencia en una sociedad violenta”, en *Facultad Nacional de Salud Pública: El escenario para la salud pública desde la ciencia*, Medellín, Universidad de Antioquia, Vol. 17, N°. 1, 1999, pp. 45-48.

²⁴⁸ Cabe mencionar que el término *screwball* también forma parte del repertorio de *gags* visuales de la animación, por ejemplo, cuando un personaje sostiene un cartel con una bola de béisbol junto a un tornillo, esto antecede que algún otro personaje está en su límite y literalmente se ha vuelto loco.

²⁴⁹ Michael Barrier, *Hollywood Cartoons. American Animation in its Golden Age*, New York, Oxford University Press, 1999, p. 337.

²⁵⁰ Sección I. Crímenes en contra de la ley. “Text of the Production Code”, en *Motion Picture Herald...*, p. 11.

agonía o sufrimiento que no se habían observado antes, la respuesta del pequeño estudio ante el código fue ampararse en el hecho de que sus personajes no morían en pantalla y si resultaban heridos, era por causas ridículamente excesivas, lo cual marca la línea entre ficción y realismo, permitiendo que estas animaciones sean motivo de risas y no un drama. Las alusiones a la homosexualidad, pese a ser un tema *taboo*, superaron la censura al ser utilizadas como un recurso cómico que solo las estrellas alocadas de la Warner Brothers podían permitirse, apelando también a una visión propia de la época: saliendo de la sala, la homosexualidad no solo era negada y, si ocasionalmente era mencionada, era usualmente con motivo de burla. [fig. 41]



Fig. 41. *A Wild Hare*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1941.

Además del uso del *screwball*, otros aspectos que contribuyen a la popularidad de *Looney Tunes* y *Merrie Melodies* son, en primer lugar, la musicalización, a cargo de Carl Stalling. Empleando desde música clásica, hasta el jazz y el swing, las composiciones de Stalling eran creadas con sumo cuidado, dando como resultado piezas que no solo eran un acompañamiento, sino que eran tan flexibles que marcaba el ritmo de todo el filme. Sumado a la música, se encuentran las voces de los personajes, destacándose Mel Blanc que, con su gran talento y expresividad, llevó a otro nivel la actuación de voz en la animación, dando a cada personaje que interpretaba una identidad adicional a su apariencia a través de sus emociones, ganándose la simpatía del público y demostrando ser un elemento indispensable para el éxito de cualquier proyecto animado.²⁵¹

²⁵¹ David Perlmutter, *America Toons In. A History of Television Animation*, North Carolina, McFarland & Company, 2014, p. 26.

Tanto la música como la voz exigieron una mayor expresividad y velocidad por parte de los dibujos animados²⁵², creando momentos de gran estruendo, que se sincronizaban perfectamente tanto con ritmos contemporáneos como *Powerhouse*²⁵³ o clásicos como la *Danza Húngara*²⁵⁴ de Johannes Brahms. Así, la esencia de *Looney Tunes* y *Merrie Melodies*, terminó convirtiéndose en la tendencia que estudios como MGM tomaron como referencia para sus propias series, siendo *Tom y Jerry* uno de los ejemplos más conocidos que continuó con la experimentación que había iniciado Warner Bros, bajo la premisa de la eterna persecución del gato y el ratón.

Por otra parte, las diferencias entre campo y ciudad fueron uno de los tópicos más comunes en la comedia *screwball* animada. La diferenciación entre ambos escenarios se vuelve esencial para algo más que el reconocimiento inmediato. La ciudad en la animación pasa de ser el epítome de la civilización a un espacio violento, frívolo y decadente durante esta década. Cuando no son los clubs nocturnos, el *ghetto*²⁵⁵ se vuelve el escenario principal.

Camilo Vergara distingue tres tipos de *ghettos*: “los «*ghettos* verdes», caracterizados por el despoblamiento, las ruinas, y los lotes vacíos que han sido vueltos a ocupar por la naturaleza; los «*ghettos* institucionales», grandes proyectos de vivienda social que operan como lugares de confinamiento, financiados públicamente y diseñados para quienes han nacido ahí; y los «nuevos *ghettos* de inmigrantes», que derivan su carácter de un influxo de nuevos residentes”.²⁵⁶ Este último será el más retratado durante los años 30, mientras que el *ghetto* institucional se vuelve más común a finales de la década de los 40, con el auge de los suburbios y la segregación arquitectónica posterior a la Segunda Guerra Mundial.

En contraste, el campo juega con el uso de personajes estereotípicos que, por lo general, además de ser un alivio cómico, tienen como objetivo mostrar las diferencias culturales entre ambos mundos y la dificultad del foráneo para adaptarse, etc. Si bien podemos encontrar este tipo de tramas de cortos con estereotipos raciales, el tropo del “ratón

²⁵² Michael Barrier, *Óp. cit.*, p. 340.

²⁵³ Compuesta en 1937 por Raymond Scott, “Powerhouse” es una de las canciones más usadas en las producciones de Warner Bros. <https://www.youtube.com/watch?v=YfDqR4fqIWE>

²⁵⁴ Empleada en numerosos cortos, destaca *Pigs in a Polka* (1943), una parodia de *Los tres cerditos* (1933) de Walt Disney, que acentúa la sincronización del sonido y la imagen.

²⁵⁵ Área dentro de una ciudad habitado por un grupo sociocultural o religioso. El término también es empleado para referirse a los barrios pobres o zonas de contención.

²⁵⁶ Camilo José Vergara, “El paisaje del ghetto”, en *Bifurcaciones: revista de estudios culturales urbanos*, Nueva York, Columbia University, No. 20, 2015. Disponible en: <http://www.bifurcaciones.cl/2015/12/vergara/>, consultado el 9 de mayo de 2023.

de campo y ratón de la ciudad”²⁵⁷ será otra temática rescatada ampliamente durante las décadas siguientes, por lo que es importante remarcar su existencia.

A diferencia de otros estereotipos raciales, donde la exotividad es el núcleo de los chistes, la representación exagerada de la ruralidad *screwball* está inspirada en las diferencias existentes entre la propia población blanca. Factores como la educación, hábitos, clase socioeconómica, acento y locación inciden directamente en la imagen distorsionada del “otro”, que sigue costumbres “anticuadas” o “salvajes”.

En contraste con los agitados habitantes de las ciudades, los blancos “no civilizados”, “campesinos” y “tradicionales” se manifiestan en cuatro representaciones inspiradas en la realidad sureña: los vaqueros o *cowboys*, granjeros, *hill-billies* (habitantes de las cordilleras montañosas) y *rednecks* (campesinos iletrados). Estos personajes también serán sujeto de burla al igual que los estereotipos afroamericanos, mientras que el espacio (el campo) actúa como un elemento de referencia constante para las cintas más polémicas que MGM y Warner Brothers produjeron: los 11 prohibidos o *Censored Eleven*.

2.4 Los cortos enlatados: el racismo extremo en los *The Censored Eleven*.

De todos los grupos socioculturales que conforman los Estados Unidos, la comunidad afroamericana es, sin duda, la más representada con un fin humorístico, siendo los estereotipos asociados a este grupo una imagen constantemente reproducida no solo para el consumo local, ya que se encuentra presente en la producción gráfica de otros países, a través de caricaturas, productos, filmes, etc. La animación en su nueva faceta *screwball*, demostró que el humor racial puede atravesar diversas etapas hasta llegar a ser puramente ofensivo. A partir de los años 30, encontraremos dos tipos de animaciones que pretenden incluir en su contenido la cultura *afro*. Me he permitido clasificarlos en dos grupos: filmes “*Jive*”, y filmes “*Minstrel-Jive*”. Es puntual mencionar que todos los filmes son realizados por artistas blancos, y pensados fundamentalmente para audiencias blancas, lo cual supone un filtro cultural considerable, tanto en el buen recibimiento de estos cortos como en las críticas posteriores de asociaciones por los derechos civiles.

Los filmes “*Jive*”, son usualmente creados a partir de la simpatía de los artistas y escritores por la cultura del Harlem o *jive* evitando, en la medida de lo posible, los

²⁵⁷ Fábula de Esopo, cuya moraleja elogia la vida modesta (representada por el ratón de campo) frente a lo mundano y peligroso (representado por el ratón de ciudad).

estereotipos del teatro *minstrel* al retomar elementos de las figuras urbanas, populares o simbólicas reales de su momento. Tal es el caso de Tex Avery, Bob Clampett y los hermanos Fleischer, quienes frecuentaron sitios de entretenimiento en el Harlem o tuvieron una buena relación o admiración por los artistas afroamericanos del momento, quienes fueron invitados a participar en sus proyectos.²⁵⁸ Si bien estas cintas no están exentas de retratar estereotipos físicos como son los labios gruesos, si presentaron de una manera menos exagerada la propia estética del Harlem.



Fig. 42. Cartel promocional para el corto *The Zoot Cat*, dir. William Hanna y Joseph Barbera, *Tom & Jerry* (series), MGM, 1944. Imagen disponible en: <https://movieposters.ha.com/itm/movie-posters/animation/tom-and-jerry-in-the-zoot-cat-mgm-1944-fine-on-linen-one-sheet-27-x-41-theaters-of-old-detroit-collection/a/7228-86130.s>, consultado el 3 de noviembre de 2024.

Esta “inspiración” se refleja en el empleo del lenguaje *jive* presente en los diálogos y títulos de las animaciones, jugando con términos coloquiales como *cat*²⁵⁹ o *swing*²⁶⁰, o bien, añadiendo contracciones vocales. La vestimenta de los personajes fue otro factor considerable, destacándose el uso del *zootsuit*, un popular traje juvenil que se origina en Harlem y que consiste en pantalones holgados con cadenas, sacos largos y de hombros

²⁵⁸ Richard Fleischer, *Out of the Inkwell. Max Fleischer and the animation revolution*, Kentucky, The University Press of Kentucky, 2005, p.2-3.

²⁵⁹ En la jerga popular afroamericana, *cat* era una manera amistosa de referirse a otros en el barrio.

²⁶⁰ Un ejemplo de ello es el corto “Swing you sinners” (1932), que mezcla *sing* y *swing* en su título.

anchos, acompañado ocasionalmente de un sombrero fedora. El *zootsuit* fue inicialmente asociado a la figura del *hepcat*, cambiando esto a finales de la década, al volverse un símbolo de la cultura juvenil chicana y jóvenes asiático-americanos que se apropiaron del traje.²⁶¹

La presencia del *hepcat* y su conducta despreocupada es rastreable desde los primeros años de la Gran Depresión principalmente en los cortos surrealistas de Fleischer Studios, continuando su representación durante toda la década de los 30 y 40, destacándose, Slick Mc. Wolf de los cortos de Tex Avery y el gato Tom en *The Zoot Cat* (1944) [fig. 42]. Por otra parte, se encuentra el uso de canciones populares de *jazz* y *swing* y la inclusión o cameo de artistas (como son Louis Armstrong, Cab Calloway²⁶² o The Mills Brothers²⁶³), en escenarios apropiados por la comunidad afroamericana, como bares clandestinos y clubs nocturnos de jazz, como el Cotton Club.

El segundo grupo, los filmes *Minstrel-Jive*, son todas aquellas animaciones que mezclan las referencias al Harlem anteriormente mencionadas mezcladas con estereotipos propios del teatro *minstrel*. *I'll Be Glad When You're Dead You Rascal You*, de 1932 representa perfectamente este tipo de animaciones. Por una parte, tenemos un corto amenizado por la música de Louis Armstrong y su orquesta, así como la inclusión del baile *swing*. Pero el corto de Fleischer ambientado en África no logra deshacerse de los cánones de personajes *minstrel* junto con la visión colonialista decimonónica sobre África. En el corto, Betty Boop junto a sus dos amigos Koko y Bimbo se embarcan en una aventura de exploración selvática hasta que son interceptados por una tribu de caníbales.

Retomando la estética *minstrel*, los africanos en *I'll be Glad...* son caracterizados como tribus salvajes, portando cuchillos (alusión al canibalismo/salvajismo), faldas hechas de hojas como única ropa, grandes arracadas colgando de las orejas y nariz, así como armas de palos o piedras. El aspecto conductual por su parte los caracteriza como seres hostiles, que

²⁶¹ La vestimenta estuvo presente en los llamados “disturbios de *Zoot Suit*” o *Zoot Suit Riots*, un movimiento social que comienza gracias a una serie de peleas entre chicanos y marines de EU en 1943. Estos riots popularizan el uso del traje *Zoot*, convirtiendo a la figura del “*hepcat*” y el “pachuco” en un héroe cultural y al *Zoot suit* en un símbolo de resistencia para los jóvenes afroamericanos, latinos y asiáticos de todo el país. Su equivalente en México es el traje de pachuco. Alice Gregory, “A Brief History of the Zoot Suit. Unraveling the jazzy life of a snazzy style”, en *Smithsonian Magazine*, Abril, 2016, disponible en: <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/brief-history-zoot-suit-180958507/>., consultado el 29 de octubre de 2024.

²⁶² Cab Calloway fue una estrella recurrente en los cortos de Fleischer, destacándose su aparición en *Snow White* (1933), *Minnie the Moocher* (1932), *Clean Pastures* (1937) y *Mother Goose Goes Hollywood* (1938).

²⁶³ *I Ain't Got Nobody*, Screen Songs (series), Fleischer Studios, 1933.

se dedican a bailar, realizar rituales y en dado caso de interactuar con un blanco, intentar comérselo o atacarlo. En el caso de este filme, se añade un toque de amenaza, al volverse la protagonista el interés romántico del jefe de la tribu [fig. 43]. La trama de estas cintas no gira necesariamente en torno al humor racial, pero si lo emplea en gran parte del corto como *Patient Porky* (1940) donde aparecen personajes afroamericanos esporádicamente, en este caso siendo empleados de un hotel.



Fig. 43. Africanos en *I'll Be Glad When You're Dead You Rascal You*, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1932.

Disney por su parte lleva a cabo una representación más ambigua, que se aleja del *screwball* gracias al tono alegre y políticamente correcto de sus cintas. En *Dumbo*, grupo de cuervos que exaspera al ratón Timothy es liderado por un personaje Jim, cuyo actor de voz es Cliff Edwards, un blanco. En este caso su nombre juega un poco con el tipo de animal que representa, y lejos de ser un *hipcat*, más bien alude a “Jim Crow”, un aspecto que puede recordarnos a los *minstrel* y el *blackface*, sobre todo por el hecho de que su voz es interpretada por un blanco. Sin embargo, el resto del grupo posee actores de voz afroamericanos. A excepción del juego de palabras “Jim Crow”, el resto de los cuervos no hace gala de chistes raciales, al incluir brevemente elementos del *Jive* durante la canción “*When I see an elephant fly*”. Así podríamos enumerar un sinnúmero de cortos y películas que mezclan cultura del Harlem y *minstrel*, pero ambos elementos son escasos, o aparecen de una manera equilibrada.

Sin embargo, cuando la “inspiración” y la representación se vuelve cada vez más exageradas gracias a la comedia *screwball*, este tipo de animaciones puede volverse un problema. Si bien estaba normalizado el uso de estereotipos en los medios -ya que es el público objetivo de estos eran los blancos y no las minorías- todo tiene un límite y los dibujos

animados de Warner lograron transgredirlo a través de un grupo de cortos irreverentes, donde el uso de estereotipos no se limitó a un cameo o dos, sino que eran el tema principal de cada corto. Cabe aclarar que todas estas animaciones lograron estrenarse en cines y fueron, en su mayoría, bien recibidas por la crítica presente en publicaciones como la *Motion Picture Exhibitor*, *Box Office*, *National Exhibitor* o la temida *Motion Picture Herald*, propiedad de Martin Quigley, uno de los principales promotores del *Hays Code*.

Sin embargo, la llegada la década de los 60s y en pleno auge de la televisión, la empresa United Artists, quien en 1968 tuvo los derechos para la sindicación²⁶⁴ de los productos de Warner, etiqueta a 11 cortos como “imposibles de retransmitir” dada la gran cantidad de estereotipos raciales presentes en ellos. United Artist agrupó dichos cortos en una lista denominada *The Censored Eleven* (11 prohibidos) y aunque la temporalidad es distinta para cada corto, comparten una característica en común: ser exageradamente racistas, puesto que ilustran en su mayoría (por no decir todos) los estereotipos existentes sobre africanos y afroamericanos a cada minuto de su corta duración. A continuación, se presentan los cortos de esta lista, con un análisis de los estereotipos presentes en ellos.



Fig. 44. Tío Tom en *Hittin' the Trail for Hallelujah Land*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1931.

1. *Hittin' the Trail for Hallelujah Land* (1931).

Es la animación más antigua de la lista, y a grandes rasgos, fue seleccionada por la inclusión directa del tío Tom y retratar una plantación sureña, sinónimo en la cultura popular literaria y visual de la esclavitud. [fig. 44] Además de retomar al personaje de la novela de Harriet

²⁶⁴ Retransmisión de contenido en una plataforma o medio distinto al original.

Beecher Stowe,²⁶⁵ también incluye un segmento musical donde se interpreta la canción “*Camptown Ladies*”, una pieza popular en los espectáculos *minstrel* que contribuye a la representación tanto espacial (el escenario sureño, asemejando el río de Misisipi), como étnica del tío Tom.²⁶⁶

2. *Sunday Go to Meetin' Time* (1936).

Dirigido por Friz Freleng y estrenado el 8 de agosto de 1936, la trama de este corto gira en torno a Nicodemus, un hombre que no quiere acudir a la iglesia. Tras escapar del recinto, intenta robar una gallina. Sin embargo, termina golpeándose la cabeza y alucinando que ha ido al infierno. A pesar de contener temas religiosos, el filme logró trascender el *Hays Code* al respetar la autoridad de la Iglesia tras mostrar a Nicodemus arrepentido, evitando mostrar al infierno como algo atractivo. La conducta del protagonista rescata conductas estereotípicas del teatro *minstrel* como son la vagancia, la tendencia a la ludopatía, delincuencia y la holgazanería.



Fig. 45. *Sunday Go to Meetin' Time*, *Merrie Melodies* (series), Warner Brothers, 1936. Disponible en: <https://www.dailymotion.com/video/x98nm3>.

Por otra parte, la esposa de Nicodemus resulta en una mezcla de las dos representaciones femeninas: *Mammy* -una metáfora visual de la maternidad- y *Sapphire*²⁶⁷, la mujer explosiva o loca [Fig. 45]. El poco diálogo existente se lleva a cabo entre Nicodemus y su esposa, quien

²⁶⁵ *La cabaña del tío Tom* (*Uncle Tom's Cabin*) 1852, es una novela que tiene como tema principal la esclavitud, donde Tom junto con otros personajes viven una historia dramática donde se muestra la traumática separación de familias y la crueldad que conlleva la trata de esclavos. Esta novela impulsó el sentimiento abolicionista de su época, gracias a la crítica social implícita en su trama.

²⁶⁶ Christopher Lehman, “The Censored 11: “Hittin’ the Trail for Hallelujah Land” (1931)”, en *Cartoon Research*, 5 de agosto de 2017, disponible en: <https://cartoonresearch.com/index.php/the-censored-11-hittin-the-trail-for-hallelujahland-1931/>.

²⁶⁷ *Sapphire* sigue siendo una constante en el cine. Un ejemplo más contemporáneo de este estereotipo es el personaje de Rasputia en *Norbit* (2007).

enojada lo lleva de las orejas a la iglesia. Ambos hablan en un exagerado lenguaje sureño, muy común de los *minstrel*. A pesar de su contenido, ésta es de las pocas animaciones que fueron retransmitidas en televisión durante los 50s, gracias a su perfecta armonía musical.²⁶⁸

3. *Clean Pastures* (1937)

Ideada por Friz Freleng como una parodia de la película *Green Pastures* (1936), un filme que retomó pasajes bíblicos interpretados por un elenco enteramente afroamericano. La animación nos muestra un idílico Harlem destacando su alegre vida nocturna, haciendo guiños al Cotton Club y Savoy, y caracterizando al barrio como una pequeña ciudad del pecado, que contrasta con el “*Par-or-dice*”²⁶⁹ que cada vez tiene menos almas gracias a las tentaciones terrenales del Harlem. Ante este problema el jefe de los ángeles, quien parece alude a Dios, manda a otro ángel a bajar a la tierra para reclutar a las almas descarriadas.

El ángel, que muestra una conducta perezosa e inocente, aparece en medio de Harlem con un cartel propagandístico similar al de los fanáticos religioso donde se manifiestan las bondades del paraíso: viajes, buena comida, sandias -alimento estereotípico de los esclavos-, música y *talkies*²⁷⁰. Sin embargo, no será hasta que los ángeles “Jazz” (Louis Armstrong, Cab Calloway, los Mills Brothers y Fats Waller) bajen a la tierra e interpreten “*Swing for Sale*” que este cielo *jive* logre su meta, donde incluso el diablo es cautivado y convertido por el *swing* del “*Par-or-dice*”.

La animación exagera todos los elementos del *jive*, a la vez que muestra brevemente un *blackface* al incluir una secuencia de Al Jonson en *The Jazz Singer* (1927). Similar a *Sunday Go to Meetin' Time*, la inclusión de referencias religiosas tuvo la intención de dar una lección moral a través de sus personajes, pero la representación de Harlem como un infierno alegre le valió críticas negativas. La reseña del National Exhibitor sobre la cinta enfatiza que a pesar de ser “de lo mejor de las series [Merrie Melodies], *Clean Pastures* no debe ser proyectada en el mismo programa que *Sunday Go to Meetin' Time*”²⁷¹ ya que daba un

²⁶⁸ Christopher Lehman, “The Censored 11: “Sunday Go to Meetin’ Time” (1936)” en *Cartoon Research*, 5 de agosto de 2017, disponible en: <https://cartoonresearch.com/index.php/the-censored-11-sunday-go-to-meetin-time-1936/>.

²⁶⁹ Mezcla de las palabras *paradise* (paraíso) y *dice* (dados).

²⁷⁰ *Películas*.

²⁷¹ *National Exhibitor*, 5 de septiembre de 1936. Rescatado de Henry T. Sampson, *That's enough, folks: Black images in animated cartoons, 1900-1960*, Maryland, Scarecrow Press, 1998, p. 205.

mensaje contradictorio a las audiencias y desafiaba la sección quinta del *Hays Code*²⁷², al presentar un infierno atractivo y un Satanás convertido mágicamente en cristiano [fig. 46].



Fig. 46. *Clean Pastures*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1937.

A pesar de que hay gran referencia a elementos culturales del Harlem, la animación evidencia poco o nulo conocimiento del *jive* y poca sensibilidad a los artistas que representa, dado a que, incluso en el guion original, escrito por el propio Freleng, se identifican los diálogos de Calloway como “coon gritando”²⁷³, indicio de que Freleng seguía asumiendo a estos personajes bajo conceptos del *minstrel*, en este caso aludiendo a *Zip Coon*.

Además de la polémica religiosa, *Clean Pastures* fue motivo de atención en el medio, tanto por su similitud a *The Old Mill Pond* (1936), un corto de MGM que fue estrenado un año antes, así como por su reputación entre los censores, lo que derivó en una carta de la Administración del Código de Producción (PCA) a los estudios donde se dejaba en claro que “desaprobaba que la figura de Dios fuese negra”, mientras que Joseph Breen (también perteneciente a la PCA), rechazó totalmente el filme al llamarlo “un travestismo y burlesque a la religión o creencias religiosas”.²⁷⁴

²⁷² Sección V. Blasfemia. Las blasfemias intencionales y todo propósito Irreverente o vulgar, están prohibidas bajo todas sus formas. “Text of the Production Code”, en *Motion Picture Herald*..., p. 11.

²⁷³ Christopher Lehman, *The colored Cartoon*..., p. 41.

²⁷⁴ *Ibidem*, p. 42.

4. *Uncle Tom's Bungalow* (1937).

Dirigido por Tex Avery, este corto se aleja de cualquier otra interpretación animada de la novela del Tío Tom. Al diferencia que *Hittin' the Trail for Hallelujah Land*, esta animación no solo se incluye en la lista debido a la alusión a la esclavitud; la violencia del corto le sumó críticas negativas al presentar una crueldad excesiva hacia los expresivos personajes afroamericanos y, lejos de provocar risas en los espectadores, inspiraba repulsión y remordimiento, como sucede en la escena en que el Tío Tom confronta al comerciante Simon Legree, recibiendo latigazos explícitos en su negocio de esclavos, el cual aparece escenificado de manera similar a un lote de autos usados [fig. 47].



Fig. 47. *Uncle Tom's Bungalow*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1937.

5. *Jungle Jitters* (1938).

Dirigido por Fritz Freleng, este corto nos remite a la típica historia del viajero (en este caso un vendedor ambulante) que se enfrenta a un grupo de caníbales africanos quienes son liderados por una mujer blanca de aspecto demacrado. Esta cinta apologética del colonialismo aún presente en la década, alude al discurso de “la carga del hombre blanco”, el cual está inspirado en el poema *The White man's burden* de Rudyard Kipling (1850-1920) escrito en 1899, que hace referencia a la visión imperialista sobre la “responsabilidad” que tienen los pueblos civilizados de llevar cultura, conocimiento y progreso a quienes carecen de ello, puesto que los otros pueblos son considerados barbaros o ignorantes.²⁷⁵

²⁷⁵ Esta idea se ve implícita en diversas esferas, siendo la jungla un tema común en la literatura como son *Robinson Crusoe* (1719), *El libro de la Selva* (1894) *Tarzán de los monos* (1912) por mencionar algunos ejemplos; así como en las representaciones pictóricas con una gran cantidad de estereotipos raciales de pueblos no anglosajones como son los africanos, asiáticos o americanos que encontramos en la propaganda, caricaturas, cine y animación. Rodrigo Quesada Monge, “La carga del hombre blanco: Rudyard Kipling y el imperialismo británico (1850-1920)”, en *Revista Perspectivas: Estudios Sociales y Educación Cívica*, Heredia, Universidad Nacional Costa Rica, enero-junio, 1999, p. 71-73.

Este contexto explica por qué la animación (así como el cine en general) retoma constantemente los estereotipos que surgen de este tipo de historias y los relatos de viajeros narrados desde una perspectiva eurocentrista y blanca, aspecto que es propiciado por el propio código de censura, pues se establece que “no se debe representar la esclavitud blanca”²⁷⁶ mas no prohíbe ninguna alusión a la esclavitud negra o colonialismo.



Fig. 48 De izquierda a derecha: 1) Africanos observando al vendedor ambulante. 2) Segmento con alusión al canibalismo y estereotipo femenino de Mammy 3) La reina de la tribu. *Jungle Jitters*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1938.

Así, el mismo título del corto permite deshumanizar a los personajes afroamericanos; “*Jitter*” es un juego de palabras entre *jive* y el despectivo termino *critter* (bicho o alimaña), traduciéndose como “las alimañas de la jungla”, mientras que los personajes blancos, la reina -una caricatura exagerada de la actriz Edna May Oliver- y el vendedor ambulante que es salvado por ella se distinguen como seres nobles susceptibles al salvajismo de los africanos [Fig. 48].

6. *The Isle of Pingo Pongo* (1938).

Este es el segundo corto dirigido por Tex Avery que aparece en la lista, y al igual que el quinto puesto, rescata el estereotipo del africano salvaje. A diferencia del estilo burdo de Friz Freleng en *Jungle Critters*, Avery, acostumbrado a mezclar su contexto inmediato con sus personajes, fusiona en su falso documental los estereotipos con entretenimientos populares estadounidenses. El corto nos muestra la vida diaria de la tribu, basando el humor en la exageración física de los africanos y sus prácticas “familiares”. La radio, el swing y el futbol americano son recreados por los personajes pese a la evidente falta de tecnología, enfatizando con estas prácticas lo “poco civilizado del entorno [fig 49].

²⁷⁶ Sección II, 5. “Text of the Production Code”, en *Motion Picture Herald*..., p. 11.



Fig. 49. *The Isle of Pingo Pongo*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1938.

7. *All This and Rabbit Stew* (1941).

Dirigido por Tex Avery, es el único filme que incluye a una estrella de *Looney Tunes*: Bugs Bunny. El corto sigue la misma narrativa de persecución entre Elmer y Bugs como es visto en *A Wild Hare* (1940), pero cambiando a Elmer por un cazador afroamericano [fig. 50], el cual presenta exageraciones físicas como son los labios gruesos, así como el estereotipo conductual de ser poco listo y sureño con tendencia a los juegos de azar y apuestas, siendo esta última característica el *gag* que le da la victoria a Bugs sobre su enemigo. El inocente cazador apuesta todo lo que tiene, lo cual culmina con su derrota y un Bugs ridiculizándolo al imitarlo al quedarse con todo y su ropa.



Fig. 50. *All This and Rabbit Stew*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1941.

8. *Coal Black and de Sebben Dwarfs* [sic.²⁷⁷] (1943).

Como muchos títulos de dibujos animados, este corto incluye un juego de palabras cambiando Blanca Nieves (*Snow White*), por *Coal Black* (Negra Carbón). Dirigida por Robert Clampett, *Coal Black* es una parodia modernizada del exitoso largometraje de Walt Disney *Blanca Nieves y los siete enanos* (1937), y lejos de utilizar alguna estrella de *Looney Tune*, Clampett reinterpreta la figura literaria de Blanca Nieves similar a Tex Avery, mezclando el cuento clásico con elementos de *jive*. A diferencia de Fritz Freleng que se percibe bastante distante de la cultura *jive* (aspecto que se evidencia en *Clean Pastures* y otras cintas con humor racial dirigidas por él); Clampett fue, junto con sus compañeros, un fanático del jazz que frecuentaba la vida nocturna del Harlem, por lo que podemos observar una animación más cuidadosa en cuanto a la inclusión de referencias, alejándose de los estereotipos *minstrel* y diseñando a sus personajes como figuras urbanas.



Fig 51. So white (izquierda) y el príncipe Chawmin (derecha). *Coal Black and de Sebben Dwarfs*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1943, disponible en: <https://archive.org/details/merriemelodiescoalblackanddeebendwarfs1943>

A pesar de la fascinación que pudiera tener el joven director por el Harlem, *Coal Black* sigue reproduciendo estereotipos negativos, siendo los referentes al físico de los personajes los más notorios (labios gruesos, anatomía poco humana), así como el uso de juego de palabras, empezando por el nombre irónico de su protagonista, “So White” quien dada su sexualización es equivalente al estereotipo de *Jezebel*, mientras que la villana y adinerada madrastra es una malvada *Sapphire*. El príncipe encantador, pasa a llamarse “Chawmin”, una alteración de la

²⁷⁷ Una traducción literal del título respetando las faltas de ortografía es “Negra Carbón y los siete enanos”. La mala ortografía en el título hace referencia al estereotipo conductual del analfabetismo, muy común en chistes de humor racial.

palabra “*charming*” (encantador), resultando en caricatura *screwball* de Cab Calloway, de actitud relajada y portando el *zootsuit* propio de un *hepcat*. [fig. 51].



Fig. 52. Caucho (representado por las llantas), azúcar, café y ginebra en *Coal Black*.

A diferencia de los otros cortos de la lista, *Coal Black* demuestra ser más que un simple filme de humor racial, pues es parte del programa propagandístico de la Segunda Guerra Mundial, y no escatima en las referencias al panorama bélico, al cual Estados Unidos se sumó en 1941.²⁷⁸ El imperante nacionalismo de la época es plasmado desde el inicio: la madrastra malvada de So White posee las riquezas más valiosas en tiempos de guerra: caucho, azúcar, café y ginebra²⁷⁹ [Fig. 52].

Regresando al corto, los *gangsters* que contrata la madrastra malvada de So White para asesinarla, *Murder Inc.*, muestran en pantalla sus “cuotas”, destacando que “los japoneses van gratis”, una alusión xenofóbica constante en la propaganda posterior al ataque de Pearl Harbor de 1941. El ejército, por su parte, se ve representado en los siete enanos quienes son reinterpretados como soldados que rescatan a So White.

9. *Tin Pan Alley Cats* (1943)

Al igual que en el tercer puesto de la lista, este corto obtuvo atención de la PCA gracias a que introduce temas religiosos. Dirigido por Robert Clampett, *Alley Cats* existe gracias al éxito de *Coal Black and the Seven Dwarfs*, por lo que encontraremos nuevamente a So White haciendo un breve cameo y el ritmo frenético de jazz en la banda sonora. Clampett nos sumerge nuevamente en una ciudad del pecado, plagada de los clubs nocturnos, donde

²⁷⁸ Alan Brinkley, *Op. Cit.*, p. 925.

²⁷⁹ Este último recurso fue particularmente útil durante los combates y escaseó tras el expansionismo japonés, ya que los tónicos empleados para tratar la malaria eran amargos gracias a su altas concentraciones de quinina, por lo que la ginebra tenía la función de rebajar el sabor de los tónicos, similar al cocktail *Gin Tonic*, bebida preparada a base de ginebra, limón y agua tónica. Su origen se encuentra en la Inglaterra del siglo XIX, como un esfuerzo de las clases altas para “suavizar” el áspero sabor del agua tónica, con la entonces estigmatizada ginebra, asociada a las clases bajas.

las apuestas y el jazz que aparecen como pilares del libertinaje y vulgaridad. Si bien los personajes son gatos antropomórficos, los estereotipos raciales del corto son los suficientemente marcados para dar a entender que se trata de afroamericanos, puesto que todos los gatos poseen una piel oscura y labios gruesos [fig. 53]. A un lado del “Kit Kat Klub” se encuentran “los misioneros del Tío Tomcat”, una clara alusión al ya conocido Tío Tom.



Fig. 53. De izquierda a derecha: 1) clubs nocturnos, 2) Fats Waller persiguiendo a So White 2) flapper afroamericana. *Tin Pan Alley Cats*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1943.

El protagonista -un gato que representa al cantante Thomas “Fats” Waller- es perseguido constantemente por los misioneros, quienes advierten a Fats dejar su vida de pecado sin éxito. Al adentrarse al club, el protagonista sufre de alucinaciones, mientras escucha a un trompetista, que termina en un Waller arrepentido que se une a los misioneros de Tomcat. Similar al caso de *Sunday Go to Meetin’ Time*, este corto, dirigido por Bob Clampett, muestra “lo emocionante y peligrosa que puede ser la música negra”²⁸⁰ de manera similar a los cortos de los años 30s, como es *Minnie The Moocher* (1932) y *Clean Pastures* (1936). Tras la muerte del Waller en ese mismo año, *Alley Cats* es la última animación que incluye la participación de alguna celebridad afroamericana del *Jazz*.²⁸¹

10. *Angel Puss* (1944).

Dirigido por Chuck Jones, el filme comparte similitudes en cuanto a diseño de personajes con *All This and Rabbit Stew*, al presentarnos a un niño afroamericano, de carácter letárgico, grandes labios y un exagerado acento sureño llamado “Sambo” [fig. 54], derivado del término colonial “Zambo”, utilizado en el sistema de castas de los colonizadores españoles y esclavistas para referirse a los mestizos nacidos de la unión entre un africano y un indio

²⁸⁰ Christopher Lehman, *The colored cartoon...*, p. 82.

²⁸¹ *Idem*.

americano.²⁸² Al pequeño Sambo le es encargado ahogar un gato en un costal y aunque él no quiere hacerlo, termina ejecutando la orden sin darse cuenta que el gato ha escapado minutos antes, fingiendo su muerte.



Fig. 54. *Angel Puss*, Looney tunes (series), Warner Brothers, 1944.

El resto del corto nos muestra al gato disfrazado de fantasma, atormentando al niño hasta que Sambo le dispara, matando de verdad al gato, lo cual trae como consecuencia que le persigan sus nueve vidas, ahora fantasmas. Al igual que en *Rabbit Stew*, el humor depende totalmente de la ridiculización del personaje afroamericano, haciendo alusión al estereotipo conductual de la afición por los juegos de azar, así como el estereotipado acento que expresa Sambo junto a su letárgica actitud que es víctima de un gato blanco oportunista.

11. *Goldilocks and the Jivin' Bears* (1944).

Al igual que *Alley Cats*, este corto utiliza animales antropomórficos (a excepción de *Goldilocks* (Ricitos de Oro), Caperucita Roja y su abuela). Esta cinta dirigida por Fritz Freleng nos muestra la mezcla de dos cuentos clásicos, donde todos los protagonistas muestran estereotipos físicos, -aunque más suavizados por ser osos- como son los labios grandes y el acento sureño y analfabeta exagerado [fig. 55]. El uso del jazz es primordial ya que *Goldilocks* (más cercana al estereotipo de *Jezebel*) es salvada por los tres osos de un lobo, gracias a la música del Harlem.

²⁸² Alexander Humboldt, “Capítulo VI. Diferencias de las castas”, en *Ensayo Político sobre el reino de la Nueva España*, T. I, París, Casa de Rosa, 1822, p. 142. Biblioteca del Banco de España, colección: Obras geográficas y de viajes, Signatura: FEV-SV-P-00196, disponible en: <https://repositorio.bde.es/handle/123456789/3038>

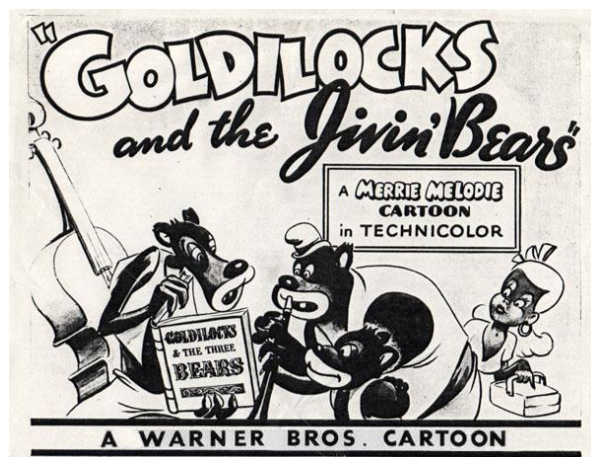


Fig. 55. Cartel promocional de *Goldilocks and the Jivin' Bears*, Warner Brothers, 1944.

A pesar de que los *Censored Eleven* son considerados como el epitome del racismo en la animación de Warner Brothers, hay muchos otros cortos que podrían entrar a esta lista, como son los de Inki y el pájaro Minah, dirigidos por Chuck Jones. Pese a los estereotipos presentes en las historias de Inki, los cortos no fueron añadidos a la lista de *los 11*. Inki es un niño africano que vive en la jungla, el cual es presentado con poca ropa, grandes aretes, labios gruesos y peinado con un hueso adornando su pelo. Su nombre es el diminutivo de la palabra *ink* (tinta negra), término coloquial entre blancos para referirse a personas afroamericanas. Inki se dedica (sin éxito) a la caza del pájaro Minah y otros animales, quienes se aprovechan de la ingenuidad de del niño [fig. 56].

Chuck Jones ideó a Inki para ser un personaje regular en *Merrie Melodies*, pero este no logró colarse en las series por dos factores: la poca popularidad entre las audiencias y por los cambios en las políticas de Warner Brothers a finales de los años 40s que, en los albores de la llegada de la televisión, decidió abandonar paulatinamente los estereotipos raciales afroamericanos en sus siguientes producciones gracias a la presión de activistas como



Fig. 56. *Inki and the Lion*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1941.

el *National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP)²⁸³, por lo que solo se produjeron cinco cintas²⁸⁴.

* * *

A pesar de ser condenados al olvido por su contenido, la influencia de los estereotipos de los “11 prohibidos” y la forma en que el equipo de la *Termite Terrace* los plasmó, tuvo un impacto significativo en otros estudios, quienes también produjeron sus propios cortos con una excesiva carga de estereotipos afroamericanos dada la popularidad de estos durante los años 30 y principios de los 40. Las series *Tom & Jerry*, producidas por Metro Goldwyn Mayer emplean numerosas referencias al *minstrel*, o bien; Universal Studios, con su corto *Scrub Me Mama With A Boogie Beat* (1941), retrata a casi todos los estereotipos raciales existentes desde los visuales como *Mammy*, Jim Crow o el Tío Tom; hasta los conductuales, siendo la pereza el principal, ejemplificado en el idílico pueblo de Lazytown, que se asemeja más a una plantación. La llegada de una atractiva mujer (que podemos identificar como *Jezebel* por su inherente sexualidad), alegra a todos con una canción [fig. 57], similar a los personajes de Friz Freleng y Tex Avery.

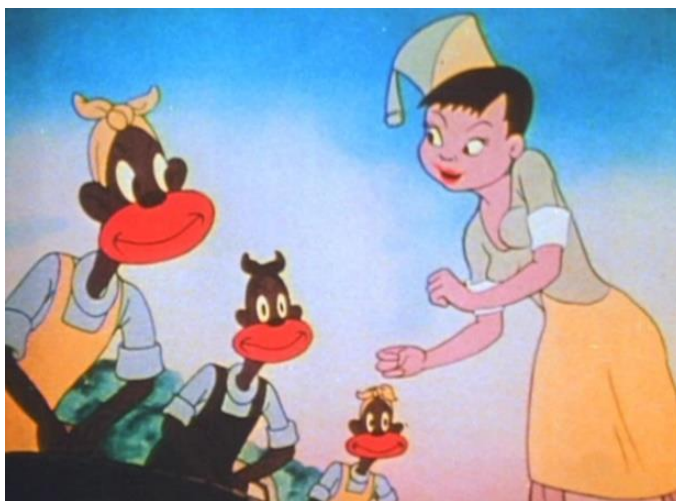


Fig. 57. *Scrub me mama with a boogie beat*, Universal Studios, 1941.

²⁸³ Como la mayoría de los cortos animados que comprenden este trabajo, las aventuras de Inki se encuentran únicamente en recopilaciones (tanto oficiales como ilegales) de vhs, dvd y bluray, así como en internet.

²⁸⁴ *The Little Lion Hunter* (1939), *Inki and the Lion* (1941), *Inki and the Minah Bird* (1943), *Inki at the Circus* (1947) y *Caveman Inki* (1950).

2.5. Idilios animados. Roles de género, arquetipos y estereotipos femeninos.



Fig. 58. *Humorous Phases of Funny Phases*, Blacktoon, 1906. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wGh6maN4l2I>

Las representaciones femeninas son una constante en la historia del arte. En el caso de la animación estadounidense, su presencia se encuentra desde el primer cortometraje animado: *Humorous Phases of Funny Phases* (1906) donde un hombre fuma a lado de una mujer y exhala en su cara el humo, desapareciéndola [fig. 58]. No será hasta los años veinte donde los personajes femeninos sean más que parte de un experimento, puedan ser de otras especies (gracias a la estética *rubber hose*), y participen en alguna historia teniendo un papel más relevante.

Como se ha mencionado en el primer capítulo, las mujeres animadas adoptaron la imagen de la rebelde *flapper* de los años 20 que traerá consigo un nuevo modelo arquetípico: la *jazz baby*, una idealización de la propia *flapper*, creada artificialmente por los medios de comunicación y presente en todo tipo de productos culturales (radio, películas, publicidad, arte, etc.) [Fig. 59]. Muy parecida en apariencia a las *flappers*, a este idilio artificial se le exalta su sexualidad desde una mirada masculina, pues suponen una chica joven y atractiva, quien es alegre, tierna e inocente, mas no se abstiene de disfrutar la diversión a su alcance sin miedo a la crítica por lo que también goza de ser provocativa y despertar el deseo en los hombres, desafiando al ahora arcaico ideal victoriano de la “*chica Gibson*”²⁸⁵, una joven

²⁸⁵ Este ideal de belleza femenino surge a finales del siglo XIX y principios del XX y toma su nombre del ilustrador Charles D. Gibson. El arquetipo fue defendido durante la era del jazz por las llamadas “damas de sociedad”. Megan Brady, “Feminism and Flapperdom: Sexual Liberation, Ownership of Body and Sexuality,

casta, tierna, casi angelical, sin sexualidad inherente ni ropas atrevidas [Fig. 60]. En la animación, el carácter sexual de la *jazz baby* emergió de manera tardía, ya que los primeros roles femeninos animados se reducen fundamentalmente a tres opciones: ser el interés romántico, como ocurre en el debut de Kitty Katt en *Felline Follies* (1919); ser la “damisela en apuros” para exaltar la heroicidad del protagonista masculino; o bien, un simple cameo esporádico, como un personaje más del fondo. Por mucho tiempo, esta dinámica de la “dama en apuros” o el interés romántico, fue sumamente popular.



Fig. 59 (izquierda). Clara Bow. Actriz representativa de una *jazz baby*. Fotografía disponible en: <https://vestuarioescenico.wordpress.com/2013/02/27/clara-bow-the-it-girl-la-chica-it/>

Fig. 60 (derecha). Chica Gibson en *Sweetest Story Ever Told* [La historia más dulce jamás contada], ca. 1910. Publicado en la revista *Collier's Weekly*, 13 de agosto, 1910. Library of Congress. Imagen disponible en: www.loc.gov/pictures/item/2010716198/

Sin embargo, a finales de la década de los 20s, los personajes femeninos pasaron por una metamorfosis, como si la crisis de 1929 también les hubiera obligado a reinventarse. Tomando en cuenta que la comedia *screwball* era ante todo exageración y desafío, la sensualidad en los personajes femeninos no fue la excepción a la regla durante la primera mitad de la década de los 30. Si bien no se descartan del todo los diseños *rubber hose*, así como los roles anteriores, la estética redonda del *rubber hose* si comienza a ser irrelevante para aquellos artistas que buscan personajes femeninos más distinguibles. Por lo tanto, era necesario volver a rediseñar a las protagonistas de sus historias. Curiosamente, no ocurre lo

mismo con los personajes masculinos, los cuales conservaron parte de la estética caricaturesca, incluso animal, de su diseño base.

Serán los hermanos Fleischer los pioneros en reimaginar personajes femeninos, primeramente, experimentando con animales antropomórficos y después con humanas, introduciendo diseños de apariencia menos *rubber hose* y con proporciones más “realistas” o mucho más estilizadas [Fig. 61]. Gracias al éxito de sus protagonistas femeninas, los prototipos de Fleischer no tardaron en ser imitados, como es el caso de Countess Cat de Paul Terry o las numerosas copias de Betty Boop; como Cookie, novia de Buddy en *Looney Tunes*; o Fifi, interés amoroso en la serie *Flip the Frog*.

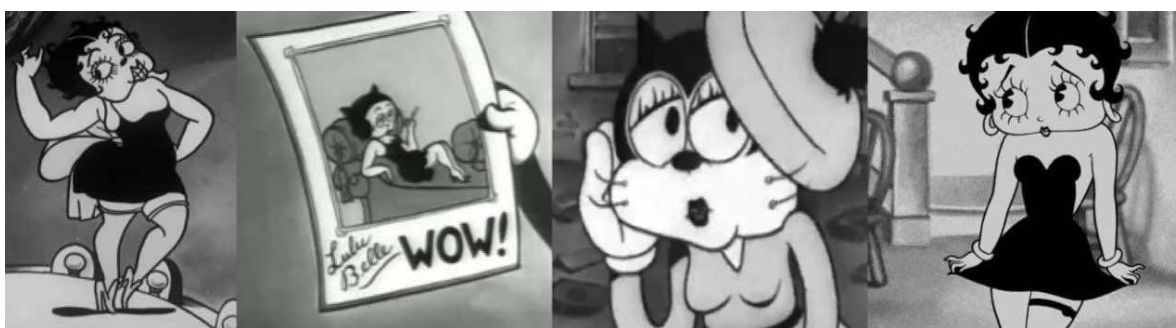


Fig. 61. Evolución de los personajes femeninos en Fleischer Studios. De izquierda a derecha: Betty Boop (diseño *french poodle*-1930), Lulu Belle (1931), Mariah Cat (julio 1931), Betty Boop (rediseño final – 1932).

A diferencia de los personajes masculinos, donde hubo un rechazo gradual a personajes humanos, la estilización realista de los personajes femeninos, incluso aquellos que pasaron de ser animales a humanas o presentaban una fusión de ambos fue bien recibida. El hecho de que hubiese un personaje femenino aseguraba una buena taquilla y si el personaje femenino era comercialmente exitoso, esto daba como consecuencia la formación de una *fanbase*²⁸⁶ estable entorno a dicho personaje o serie, compuesta por el público adulto, primordialmente masculino, gracias a que la base estética de la *jazz baby* estaba prácticamente hecha para el deleite masculino.

²⁸⁶ Traducido literalmente como “base de fans”, este concepto se refiere a un grupo o comunidad que se conforma por seguidores recurrentes y fanáticos fieles a algún tema en específico, producto, personaje o incluso actividad. Otro concepto con un significado similar es *fandom*.

2.5.1 Principales arquetipos y estereotipos femeninos

Con el inicio de la década de 1930, y a diferencia de los cortos de la década anterior, el uso de estos personajes evolucionara hasta que las mujeres sean las protagonistas de sus propias historias, desempeñando roles más allá de ser el interés romántico. Nuevamente Betty Boop, un personaje multifacético, cambia el paradigma, ya que podemos verla ejercer diferentes roles, desde cantante hasta exploradora de safari. Su popularidad logró opacar a todos los personajes emblema de la serie *Talkartoons*, desplazando a los antiguos protagonistas masculinos, lo cual culminó con Betty teniendo su serie propia y siendo la estrella principal de Fleischer Studios.

Este cambio en las tramas, así como la aceptación y la popularidad de sus protagonistas también es impulsada por aspectos estéticos que implicaron el uso de estereotipos relativos a la belleza y erotismo, así como roles de género asignados históricamente a las mujeres, que ocasionalmente también se cruzaban con estereotipos raciales en caso de representar afroamericanas o de otra nación. Los estereotipos animados también contribuyeron a la normalización del consumo e idealización de las mujeres, mientras que los arquetipos fungen como conceptos base que, si se exageran, pueden caer en volverse un estereotipo o un cliché. A continuación, se analizan los conceptos arquetípicos más comunes en la animación:

A) La maternidad.

Idealizada como una mujer dulce y amable que hará lo que sea por su hijo/hija, a quien ama incondicionalmente. Este arquetipo es bastante recurrente en la animación, sobre todo en los cortos y películas de Disney como se puede apreciar en *Dumbo* (1941), donde pese a las burlas de sus compañeras o las malas experiencias en el circo, la madre del pequeño elefante siempre cuida y adora a su hijo. Este arquetipo puede cruzarse con estereotipos como el del “ama de casa”, o bien, con estereotipos raciales como el de *Mammy*, donde el carácter maternal está muy marcado, pero cuyo Génesis es la idea de una esclava feliz.²⁸⁷ Disney retomara a la figura de *Mammy* al representar mujeres negras en sus cortos, como *Three*

²⁸⁷ Pricilla Frank, “Black women artist tackle the dangerous stereotypes that have never defined them”, en *Huffpost*, 2016, disponible en https://www.huffpost.com/entry/black-woman-artists-stereotypes_n_58471907e4b016eb81d8868b?fbclid=IwAR11SeZovHNlZpZotQ0WKma3KZrg6jnYo0tBfcjYr-vh-Gq2QePFGLoi4XDY

Orphan Kittens (1935) o similares con animales enmascarando el estereotipo [Fig. 62]. Puesto que este estereotipo también supone un personaje asexual, que enfatiza la importancia de la domesticidad, ambos temas fueron compatibles con los términos del *Hays Code*, evitando así problemas con los censores.



Fig. 62. Estereotipo de Mammy en *The Early Worm Gets the Bird*, dir. Tex Avery, Merrie Melodies (series), Warner Bros. Cartoons, 1940.

B) La juventud, ingenuidad, pureza o ternura.

Representada inicialmente en las *Jazz babies*, a partir de la década de los 30 la presencia de este arquetipo es cada vez más exagerada hasta crear el estereotipo de *bimbo*, la chica linda, pero tonta. Derivado de la palabra italiana *bambino* (bebé), “bimbo” era en los años 20 un término sin género para referirse a alguien joven y temerario, pero ingenuo. Sin embargo, en la década de los 30 el término se transformó y adquirió su significado actual, volviéndose exclusiva para referirse a una mujeres atractivas (usualmente rubias), con ropa ajustada y no muy inteligente²⁸⁸, volviéndose un estereotipo constante tanto en la animación como en otros medios de entretenimiento.

C) La belleza y la fealdad.

Definida prioritariamente desde una perspectiva masculina en los medios de entretenimiento donde predomina la blanquitud, da paso a que se distinga entre personajes bellos (silueta delgada, pero con atributos exuberantes, apariencia juvenil, largas pestañas, uso del maquillaje etc.); y feos o poco atractivos, relacionando a este concepto a mujeres obesas o extremadamente delgadas (como el personaje de Olivia en *Popeye*), de apariencia descuidada

²⁸⁸ Guerrilla Girls, *Bitches, Bimbos, and Ballbreakers: The Guerrilla Girls' Illustrated Guide to Female Stereotypes*, Penguin, 2003, p. 18.

y personalidad amargada, etc., características atribuidas al estereotipo de la mujer malvada como son las brujas y, en el caso de estereotipos raciales, la imagen de *Sapphire*, la mujer negra escandalosa y malvada²⁸⁹. Estos personajes funcionan a menudo como antagonistas o villanas que resaltan la inocencia y belleza de la protagonista, como se observa en el antes mencionado filme *Coal Black*.

D) Eros o la sensualidad.



Fig. 63. *Dizzy Red Ridding Hood*, Talkartoons (series), Fleischer Studios, 1931.

Este concepto presente tanto en estereotipos femeninos (como *bimbo*), o en conceptos más complejos como la *femme fatale*²⁹⁰, figura a la que Yvonne Tasker señala como una mujer enigmática y ambigua con una sexualidad seductora que le da el poder y fuerza sobre los hombres y que produce desconcierto tanto en la audiencia como al héroe de la obra.²⁹¹ En la animación, *Eros* se encuentra de manera exagerada a partir del diseño, la trama y la interacción que un personaje femenino tenga con los masculinos y las reacciones de estos al verla, reacciones que generalmente expresan amor o deseo como ocurre con Bimbo y Betty

²⁸⁹ Pricilla Frank, *Op. cit.*

²⁹⁰ *Femme Fatale* (mujer fatal) es un concepto que transita entre el estereotipo y arquetipo, dependiendo del enfoque y el contexto en que se use. Una definición flexible desde una perspectiva cultural (alejada del feminismo radical, que suele asimilar a la *femme fatale* únicamente como un fetiche o estereotipo) es la de Helen Hanson y Catherine O'Rawe, quienes contemplan la presencia de las mujeres fatales como un figura contracultural, pues representa durante el siglo XX, la entonces imagen imposible de una mujer fuerte, siendo un reflejo del miedo masculino ante el feminismo, a la vez que sus características se adaptan a cualquier forma estética (mítica o contemporánea) y sobrepasa los límites de la clase o raza. Helen Hanson y Catherine O'Rawe, "Cherchez la femme", en *The Femme Fatale: Images, Histories, Contexts*, Londres, Palgrave Macmillan, 2010, p. 1-9.

²⁹¹ Stevie Simkin, *Cultural Constructions of the Femme Fatale. From Pandora's Box to Amanda Knox*, New York, Palgrave Macmillan, 2014, p. 5-6.

Boop en numerosos cortos [fig. 63]. Si bien Betty es una *flapper* desde sus primeros diseños, su sexualización eventual la vuelve una jazz baby, a través de chistes con connotación sexual, el enfoque en su silueta y las constantes ocasiones en que se insinúa su desnudez.

Sin embargo, la sensualidad no siempre es positiva, sobre todo en los cortos *pre-code*. La continua sexualización también inspira tramas donde el personaje femenino es acosado constantemente al volverse un objeto del deseo de algún personaje, y es víctima de sus circunstancias (pobreza, ingenuidad, desesperación) hasta que llega un héroe a salvarla [fig. 64].



Fig. 64. En este corto, el dueño del circo donde trabaja Betty intenta abusar de ella, pero es detenido por el payaso Koko. *Boop Oop A Doop*, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1932.

A pesar de que el *Código Hays* de 1934 prohíbe insinuaciones directas a la sexualidad como sucede en diversos episodios de Betty Boop, los animadores desafían estas imposiciones morales al recurrir a otras formas de representar la sexualidad de los personajes animados, recurriendo a animales antropomórficos con una silueta más estilizada y humana que animal, como ocurre en *Wacky Wildlife* (1940), dando a estos personajes rasgos asociados a la feminidad como el maquillaje (ojos con máscara y delineado, sombras, labios rojos), accesorios (vestidos, faldas, collares, etc.), movimientos lentos y, en el caso de tener voz, un tono seductor y suave. Cuando el erotismo se mezcla con estereotipos raciales, tenemos como resultado personajes que rescatan los estereotipos del teatro *minstrel*, como es *Jezebel*.²⁹²

²⁹² Véase Capítulo 1, p. 51.

E) La maldad, el peligro y la letalidad.

En conjunto con los arquetipos de fealdad y belleza, estos conceptos permiten la construcción de personajes que pueden caer en concepto de la *femme fatale*, al mostrar una conducta manipuladora, interesada o incluso cínica, haciendo sufrir al protagonista. Un ejemplo de una *femme fatale* animada es Toodles, una gata blanca que funge como interés romántico del gato Tom en varios cortos de *Tom & Jerry*, donde el gato se desvive por conquistarla [fig. 65], usualmente compitiendo contra otro gato (Butch) como se aprecia en *Cassanova Cat* (1951). En diversas ocasiones, Toodles parece disfrutar esa competencia (que incluye bastantes gags de violencia gráfica y exagerada propio del humor *screwball*), siendo el corto *Blue Cat Blues* (1956) una de las muestras más crudas de su actitud altanera e interesada donde, a partir de la indiferencia de la gatita y, ante la frustración de no poder complacer sus caprichos debido a su pobreza, el desamor lleva a Tom a considerar el suicidio



Fig. 65. Toodles en *Cassanova Cat*. Como uno de sus intentos para enamorar a Toodles, Tom usa a Jerry como un regalo, obligándolo a que ejecute una rutina de baile mientras luce como un actor *minstrel*.

Contrario al peligro “atractivo” que representan las mujeres fatales, encontramos a personajes que visualmente son más cercanos a la representación de lo grotesco, como son las brujas, las madrastras o las reinas malvadas, aunque estas no necesariamente siempre se presenten inicialmente como desagradables. Tal es el caso de la reina de *Blanca Nieves* (1937), cuya belleza inicial dista de retratar un monstruo. Sin embargo, las facciones serias -a lo Greta Garbo- de la malvada reina desaparecen cuando se transforma en anciana para envenenar a la primera princesa Disney, aludiendo visualmente a que esta es su verdadera naturaleza, la de una hechicera despiadada consumida por los celos.

Los estereotipos en torno a la belleza no solo fueron usados para representar lo deseable o lo vil, sino que también formaron parte del repertorio de chistes *slapstick* o humor físico, como recurso cómico, aspecto que puede apreciarse en animaciones como *Any Little Girl* (1931), que poseen una fuerte influencia de la comedia romántica *screwball*. En este corto, la historia gira en torno a un gato mujeriego²⁹³, quien tiene una novia para cada día y se da tiempo para visitar a una de ellas: Lulu Belle, uno de los pocos prototipos de Betty Boop que posee un nombre, en referencia a la polémica obra de teatro *Lulu Belle* (1926).²⁹⁴ Su diseño es la mezcla entre un gato antropomórfico con una voz similar a la de Helen Morgan. Lulu, quien personifica a una *jazz Baby*, es elegida por el infiel gato entre muchas otras candidatas que son descartadas (entre ellas Nellie, una mujer obesa; May, una chica delgada, quien además está casada con un policía; y Ruth, una chica *redneck*).



Fig. 66. A pesar del aspecto antropomórfico, se distinguen seis tipos de mujeres: 1) la chica atractiva vivaz y joven, representada por Lulu Belle; 2) la chica dulce e ingenua (Dolly); 3) la mujer de ciudad, de edad mayor que una jazz baby y desaliñada, (Nell Belle); 4, la mujer asiática y delgada (Little Minnie Dun); 5) la mujer obesa; y 6) finalmente la chica “fea”, iletrada y/o campirana (Rosie Block).

²⁹³ Identificado en el idioma original como *Casanova Cat*.

²⁹⁴ Esta polémica obra trata sobre el romance entre una prostituta que trabaja en el Harlem y un hombre casado.

Más adelante, en la sección correspondiente al karaoke de la canción “Any Little Girl”, el corto muestra cuadros con diferentes personajes femeninos antes de comenzar la canción, describiendo algunos “tipos” de mujeres que existen, siendo estereotipos que se repiten en varias producciones animadas. [fig. 66].

Si bien el corto no sataniza los engaños o la infidelidad, tampoco los justifica y, tanto el segmento animado como la canción, procuran mostrar al mujeriego (representado por el gato), como un canalla cuyas acciones tarde o temprano, son descubiertas, siguiendo la norma del humor *screwball* que encontramos en películas de la época.



Fig. 67. *Piano Tooners*, Tom and Jerry (series), Van Beuren Studios, 1932.

Otro ejemplo es *Piano Tooners* (1932), donde se muestra a una sugerente corista vestida de mucama, donde destacan sus piernas con medias, y vestido corto, muy al estilo de Betty Boop²⁹⁵. Su delgada silueta contrasta con el cuerpo de otra mujer, quien es cantante de ópera y luce presumiblemente mayor, con un cuerpo voluminoso. Si bien el personaje de la mucama no interactúa con los protagonistas (Tom y Jerry en este caso), la inclusión de una mujer en sus cortos, fue con la intención emular el éxito de los Fleischer y sus personajes femeninos. [fig. 67] A pesar de su éxito, la censura derivada del *Hays Code* de 1934 mató eventualmente a la sensual *jazz baby*.

²⁹⁵ Curiosamente, Van Beuren recurrió a Margie Hines, una de tantas chicas que imitaba a la popular cantante Helen Kane y que también había interpretado a los prototipos de Betty Boop, para que fuera la voz de su mucama. En ese entonces Hines ya no era la voz de Betty Boop, ya que fue remplazada por Mae Questel en 1932.

A finales de la década de los 30, las *jazz babies* ya eran cosa del pasado, y un nuevo idilio femenino toma por sorpresa a la animación: la *bombshell*, una mujer tan atractiva que no pasa desapercibida y desata admiración y atracción. A diferencia de una *bimbo*, las *bombshells* no son tontas, ya que el término denota poder e influencia sobre los hombres (que puede ser usada a su favor) y, a diferencia de la *femme fatale*, la *bombshell* es menos misteriosa y actúa de manera más jovial y alegre²⁹⁶, aunque puede llegar a compartir algunos atributos con otros estereotipos raciales.



Fig. 68. Red y Mc.Wolf en *Red Hot Riding Hood*, dir. Tex Avery, Screwball (series), MGM, 1943.

Red, cuyo nombre está inspirado en el término *redhead*²⁹⁷, es uno de los personajes femeninos más icónicos de Tex Avery, así como representación máxima de las *bombshells* animadas, donde su papel, además de ser interés romántico, tiene una connotación sexual mucho más acentuada que sus predecesoras, compartiendo escena con personajes masculinos más promiscuos, representado como lobos, en referencia al término *wolf*, que en la jerga popular hace referencia tanto a hombres mujeriegos como acosadores [fig. 68].

Red, así como otros personajes antropomórficos creados por Avery, serán una importante influencia para las representaciones femeninas que encontramos en animaciones

²⁹⁶Guerrilla Girls, *Op. cit.*, p. 45-46.

²⁹⁷ Traducido al español, *redhead* hace referencia a una persona pelirroja. Este color de cabello ha tenido una larga historia de estereotipos asociados a ello, siendo el término *redhead* usado de manera despectiva de manera similar a *ginger*. Sin embargo, el término también ha sido empleado como una forma de sexualizar a mujeres con este color de cabello volviéndose un fetiche, o bien, se complementa con otros estereotipos como son el de “*bimbo*”, la chica “*geek*” o “*nerd*” o la villana. Olivia Mabie, “The Life of a Red Head”, en *Looking in the Popular Culture Mirror*, 9 de marzo, 2014. Disponible en: <https://lookinginthepopularculturemirror.wordpress.com/2014/03/09/analysis-the-life-of-a-red-head/>

posteriores a esta década, llegando hasta los años 90s y 2000s, donde destacan Jessica Rabbit²⁹⁸ en *¿Quién engañó a Roger Rabbit?* (1988), los polémicos personajes de Ralph Bakshi como Holly en *Cool World* (1992), los diseños de John Kricfaluci, la hoy polémica²⁹⁹ Lola Bunny de *Space Jam* (1996) o Chel en *El camino hacia El Dorado* (2000).

Estos idilios animados, que han cambiado y se han adaptado a lo largo del tiempo, aun dan de qué hablar hasta nuestros días. Algunos arquetipos y estereotipos se siguen manifestando. Sin embargo, su presencia parece ser diferente al ser reinterpretados a partir de la apropiación, volviéndolos un símbolo y dando como resultado una eterna discusión sobre el paradigma de la representación femenina en los medios del entretenimiento.

* * *

Mientras las pantallas de Norteamérica se regocijan con los idilios animados desafiantes a la moralidad a partir del *screwball*, la Europa de los años 30 vive la ascendencia de la ultraderecha. En 1936, las potencias del Eje Roma-Berlin-Tokio comienzan a figurar como una amenaza cada vez menos silenciosa hasta el fin del tratado de Versalles, seguido por intentos cada vez más violentos por parte del *führer* para anexar territorios europeos a la Alemania Nazi. En el mismo año, el Imperio Japonés entra en tensión diplomática con Estados Unidos tras rehusarse a renovar su participación en el Tratado Naval de Washington, que en 1922 había limitado la cantidad de producción de buques y armamento entre los firmantes, con el fin de evitar otro conflicto bélico como la Gran Guerra de 1917.³⁰⁰

Tras romper el tratado, y con la posibilidad de una contestación armada por parte de Estados Unidos, Japón no detuvo su violenta expansión colonialista durante el resto de la década, aumentando la producción de propaganda “anti-occidental” cuyos temas principales fueron la crisis de 1929 y las políticas de Roosevelt que, comparadas con el crecimiento socioeconómico de Japón, eran señaladas por los medios del Imperio como un fracaso.

²⁹⁸ Inspirada en la actriz Verónica Lake.

²⁹⁹ Gracias a su rediseño para la secuela de *Space Jam*, las críticas a esta decisión fueron diversas, dividiendo la opinión de los fans que comparan la versión anterior con la actual, dando como resultado un debate sobre la sexualización de personajes animados. Véase: Seren Morris, “Lola Bunny's Desexualized 'Space Jam 2' Redesign Sparks Intense Debate”, en *NewsWeek*, 5 de marzo de 2021. Disponible en: <https://www.newsweek.com/lola-bunnys-desexualized-space-jam-2-redesign-sparks-intense-debate-1574012>

³⁰⁰ *Treaty Between the United States of America, the British Empire, France, Italy, and Japan* [Tratado entre los Estados Unidos de América, el Imperio Británico, Francia, Italia y Japón], Washington, 6 de febrero, 1922, en Department of State, *Papers Relating to the Foreign Relations of the United States: 1922*, Vol. 1, Washington, United States Government Printing Office, 1938, p. 247.

España e Italia por su parte consolidan gobiernos autoritarios en esta década, tras sangrientas guerras civiles, con un incremento considerable de la propaganda fascista y la militarización de la elite política. Hacia 1939, Alemania continuó presionando a las naciones europeas con sus demandas territoriales, pero fue la invasión a Polonia el evento decisivo que dio comienzo a la Segunda Guerra Mundial.

Capítulo 3. *All Together.*

La animación como propaganda durante la Segunda Guerra Mundial

*El triunfo glorifica a quienes lo alcanzan en la misma medida que la derrota
convierte en criminales a cuantos la sufren.*³⁰¹

Eduardo de Guzmán

Si bien Estados Unidos se benefició económicamente con los primeros años de la guerra al tomar una posición neutral, conforme la Alemania Nazi avanzaba en su conquista por Europa y Japón amenazando con armada naval en el pacífico, el presidente Roosevelt comenzó a prever la posibilidad de que Estados Unidos se uniera al conflicto.³⁰² El 7 de diciembre de 1941 ello se volvió una realidad, gracias al ataque a Pearl Harbor por parte de Japón, terminando así la neutralidad del país y dando inicio a una nueva etapa en la historia de Estados Unidos. Pero el ejército norteamericano no fue el único participante activo. Los dibujos animados, con un amplio repertorio de representaciones a base de estereotipos recopilado en tres décadas de existencia, también se unieron a la guerra. Partiendo de este contexto bélico, este último capítulo indaga en el mundo de la propaganda, los valores patrióticos estadounidenses y los usos de los estereotipos animados durante la Segunda Guerra Mundial.

3.1 Inestabilidad, fascismo y vigilancia. Estados Unidos ante la guerra.

La segunda mitad de la década de los 30 fue un tiempo agitado para la escena internacional, principalmente por la relevancia y poder que obtuvieron los grupos de ultraderecha gracias a violentos golpes de Estado, asesinatos extraoficiales y revueltas populares. Italia, tierra natal del término fascismo³⁰³, continuaba viviendo bajo la primera dictadura totalitaria y militar de Europa³⁰⁴ encabezada por Benito Mussolini (1883-1945) y sus temibles “camisas negras”. El

³⁰¹ Eduardo De Guzmán, *Nosotros, los asesinos. Memorias de la Guerra Civil Española. 1936-1939*. Madrid, G. Del Toro, 1976, p. 6.

³⁰² Alan Brinkley, *Op. cit.*, p. 918

³⁰³ Del italiano *fascio* (haz de varas amarradas), el fascismo es acuñado por Benito Mussolini aludiendo a la unión del pueblo, pues “una sola de las varas, aislada, se rompería fácilmente, pero como conjunto o fascio, sería inquebrantable”. Ricardo Rivera, “Análisis y actualidad del fascismo”, en *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, El Salvador, Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Nº. 114, 2007, p.597-598.

³⁰⁴ Establecida en 1922 con el nombramiento de Mussolini como presidente del Consejo de Ministros, quien más tarde se autoproclamó *Il Duce* de la República Social Italiana.

inestable territorio chino contaba entre sus fragmentados partidos con un símil al caso italiano, los “camisas azules”. En España, una débil Segunda República pereció en 1939 ante los “nacionales” de Francisco Franco, dando paso a una larga dictadura que prevaleció hasta su muerte en 1975.

Es pertinente mencionar por separado a dos potencias en ascenso, no solo por su crecimiento exponencial durante la época o por sus brutales crímenes de guerra, sino porque son los principales protagonistas de los cortos animados de entreguerras. En el corazón de Europa, Adolf Hitler (1889-1945) y su nacionalsocialismo se apoderó gradualmente de Alemania, esparciéndose entre las naciones aledañas sombríos rumores de sus intenciones supremacistas, asesinatos y persecución de detractores, al mismo tiempo que se levantaban campos de concentración en los territorios dominados. Mientras tanto, el Pacífico asiático fue lentamente dominado por el Imperio de Japón, caracterizado por su colonialismo insaciable en nombre del divino emperador Hirohito (1901-1989), el violento sometimiento de la región de Manchuria y el ascenso al poder de la imponente facción militar liderado por el primer ministro Hideki Tojo (1884-1948), todo ello posible gracias a la amalgama de filosofía *samurái* y supremacía racial a la par de un crecimiento económico y armamentístico exponencial.

Pero mientras que Hitler reafirmaba el tercer *Reich* como candidato único en 1936 y una ola de inestabilidad azotaba la geopolítica, Estados Unidos pareció no inmutarse. El gobierno en turno practicaba una política exterior de isolación tal cual como había intentado (sin éxito) Woodrow Wilson ante la Gran Guerra de 1917. Esta posición de “neutralidad” diplomática no es casualidad. El gobierno de Roosevelt no quería repetir la experiencia de la Primera Guerra Mundial, donde la insistencia de Wilson en unirse al conflicto fue percibida como contraproducente; la financiación a la Guerra tuvo como consecuencia una ilusión de crecimiento económico que se volvió pérdida gradual dado a que, aunque Estados Unidos fue el gran prestamista para los aliados y su intervención armada fue breve. Difícilmente vio recuperada su inversión.

El presidente Roosevelt, quien para finales de los años 30 seguía combatiendo los estragos de la crisis del 29, abrazó una posición pasiva-diplomática, concentrado sus esfuerzos en la recuperación de su propia economía y practicando la “espera vigilante” o

*watchfull waiting*³⁰⁵, la cual supone un papel de autoridad ante los altibajos políticos y sociales de una nación antes de actuar directamente. Esta actitud, presente desde el siglo XIX con la doctrina Monroe (1823), es una muestra de la insistencia de Estados Unidos por mantener la hegemonía sociopolítica y, a finales de los años 30, una suerte de proteccionismo económico que busca no perder de vista oportunidades de inversión.

El *watchfull waiting* de Roosevelt convirtió al país en una fuente de suministros para otras naciones, sin importar el bando. Un ejemplo de lo anterior fue la neutralidad que Estados Unidos tuvo respecto al expansionismo japonés en Manchuria, cuyas acciones no tuvieron gran repercusión gracias a que Japón seguía dependiendo de productos americanos, como es el petróleo. Sin embargo, la política de isolación no duraría demasiado.

Estados Unidos abandonó el *watchfull waiting* cuando el 7 de diciembre de 1941 la armada del Sol Naciente atacó la base naval de Pearl Harbor, declarando abiertamente la guerra al país de las barras y estrellas. El ataque no era casualidad, ya que las limitaciones armamentísticas y navales impuestas a Japón por parte de los ingleses y Estados Unidos en la conferencia de 1936³⁰⁶ se interpusieron con los ambiciosos intereses colonialistas de Japón. Adicionalmente, Estados Unidos dejó sin combustible al Imperio nipón en julio de 1941 cuando el ejército japonés optó por avanzar a Indochina, sumándose este asunto a las motivaciones del ataque.

¿La respuesta de Estados Unidos? Un despliegue inicial de 3,915,507 soldados activos³⁰⁷, sangrientas batallas tanto en Europa como en Asia, dos bombas atómicas y una cantidad considerable de propaganda para llevar absolutamente todos sus ciudadanos a la guerra. Desde las trincheras hasta los *matinéés* locales, el gobierno promovió una imagen idealizada,

³⁰⁵ Juan Manuel Aurrecochea, *Imperio, Revolución y caricaturas. El México barbaro de John T. McCutcheon*. México, Itaca-Secretaría de Cultura, 2016, p. 206.

³⁰⁶ *Treaty for the Limitation of Naval Armament* (Tratado para la limitación del armamento naval), Londres, 25 de marzo DE 1936. NavWeaps. Naval Weapons, Naval Technology and Naval Reunions, colección: Naval Limitation Treaties, disponible en: http://www.navweaps.com/index_tech/tech-089_London_Treaty_1936.php, consultado el 21 de octubre de 2024.

³⁰⁷ Para 1945, la cifra de elementos ascendió a 12,209,238 elementos compuestos por el ejército, fuerza naval, marines y guardia costera. The National World War II Museum, "Research Starters: US Military by the Numbers". *The National WW II Museum*. Texto disponible en: <https://www.nationalww2museum.org/students-teachers/student-resources/research-starters/research-starters-us-military-numbers>, consultado el 11 de diciembre de 2024.

casi irreal, del papel de Estados Unidos en el conflicto: la de un héroe optimista, fuerte y libertario envuelto en una lucha moderna del “bien contra el mal”.

3.2 La Gran Guerra en la Gran pantalla: propaganda, gobierno y la industria hollywoodense.

En los albores de la Segunda Guerra Mundial, la industria del cine ya había solidificado su imperio; sobreviviendo a su primera crisis económica sin tantos percances e incluso aumentando su producción de filmes año con año. Si bien el género más popular de los años 30 fue la comedia *screwball* y los dramas románticos, el cine bélico también tuvo un incremento en su catálogo. Anterior a 1939, los filmes abordaron los conflictos y la milicia a partir de tres principales temáticas: la experiencia de la Primera Guerra Mundial, batallas históricas anteriores al siglo XX y el colonialismo. Inspirados en novelas, algunas de ellas fueron de corte antibélico o incluso crítico, enfocándose en mostrar los horrores de la guerra (*Sin Novedad en el frente*, 1930), las relaciones turbulentas en el campo de batalla (*Adiós a las armas*, 1932) y el heroísmo de los soldados coloniales al defenderse de rebeldes “salvajes” en las colonias británicas (*The Lives of a Bengal Lancer*, 1935).

La llegada de la Segunda Guerra Mundial supuso un antes y después en estas historias de acción y violencia, así como en el aumento de producción de películas en general. Tan solo entre 1939 y 1945, fueron producidos 3088 filmes, dando una media aproximada de 440 películas por año.³⁰⁸ Temáticamente, José Manuel Fernández López apunta que en el género bélico, “la historia y el colonialismo quedaron en un plano secundario” gracias a la rapidez con la que se desarrollaron los conflictos.³⁰⁹ A partir del inicio de la guerra, se pueden clasificar dos fases en la producción de películas sobre la Segunda Guerra Mundial: a) la propaganda (aspecto en el que se enfoca este capítulo) y b) la difusión del triunfo³¹⁰ (posguerra).

³⁰⁸ Se contemplan en esta suma tanto las producciones hechas por los estudios más exitosos o Majors Companies (RKO Radio, Paramount, 20th Century Fox, MGM, Columbia, Warner Brothers, Universal y United Artist), como de estudios independientes. Cifra calculada a partir de las tablas estadísticas en *The Film Daily*, “Motion Picture Statistics”, en *The 1945 Film Daily Year book of Motion Pictures*, New York, Chas A. Alicote, 1945, p. 45.

³⁰⁹ José Manuel Fernández López, *Diccionario de películas. El cine bélico*, Madrid, Ministerio de Defensa-T&B Editores, 2009, p. IV.

³¹⁰ *Idem*.

Los lazos ya existentes entre gobierno y magnates de la “fábrica de sueños”, se estrecharon aún más, sobre todo una vez que Estados Unidos entra activamente al conflicto en 1941. Y si bien el Estado contaba con todo lo necesario para crear filmes, incluyendo equipo técnico, personal y divisiones gubernamentales dedicadas a la producción de propaganda, la mayoría de los filmes estatales carecían del encanto de una producción comercial. Con insípidas actuaciones, imágenes crudas y planos poco experimentales, estas películas se asemejaron más a documentales que a un filme emocionante, pues carecían de dos elementos centrales de los éxitos taquilleros: dramatismo y una interpretación artística del tema a tratar.

La guerra no se hubiese capturado de una manera tan icónica y trascendente sin la cooperación de las grandes productoras del momento y la visión artística de directores aclamados por la crítica y el público. ¿Su secreto? Ser no solo un medio artístico, sino también un forma perfeccionada de marketing.

3.2.1 Marketing y propaganda: una combinación letal.

Es puntual definir qué se entiende por propaganda. El filósofo Randal Marin nos ofrece una concepción integral del concepto, definiendo a la propaganda como “el intento organizado a través de la comunicación de afectar creencias o acciones o inculcar actitudes en una gran audiencia de manera que eluda o suprima el juicio reflexivo, racional y adecuadamente informado de un individuo”.³¹¹ Para lograrlo, se auxilia de símbolos, frases, ideas y una fuerte carga emocional, manipulando la información existente, distorsionando la realidad y mezclando todo ello con los intereses particulares de quien la crea al desviar la atención de los defectos o los problemas importantes, dando la ilusión al espectador de ser informado³¹². Este mecanismo de control a su vez provoca en las audiencias una sensación de pertenencia o afinidad con dicha información que se vuelve un posible *dogma* y, si la manipulación es efectiva, el receptor de estos mensajes no solo la considerará verdadera, sino incluso incuestionable.

³¹¹ Pier Paolo Pedrini, “Propaganda and persuasión”, en *Propaganda, Persuasion and the Great War*, New York, Routledge, 2018, p. 13.

³¹² *Idem*.

Hollywood es, entre muchas cosas, una fábrica de publicidad igual o más efectiva que un medio impreso. El “*product placement*” o posicionamiento de marca³¹³, presente desde el siglo XIX, no tardó en adaptarse al mundo del cine desde sus inicios. Estos anuncios aparecieron tan solo un año después de la primera exhibición del cinematógrafo cuando, en 1895, los hermanos Lumière recibieron el encargo de incluir un coche en un ángulo específico en su próxima película para mostrar el logotipo *Sunlight* de la empresa Lever Brothers.³¹⁴ *Sunlight* solo sería el comienzo de un vínculo inquebrantable hasta hoy en día entre la publicidad y el séptimo arte. La aparición comercial de todo tipo de marcas en la gran pantalla se multiplicó en los años siguientes, destacándose en este sentido el cine comercial de Estados Unidos, que en las primeras cinco décadas del siglo XX atravesaba un proceso de industrialización ascendente.

La ropa, accesorios, autos o incluso peinados portados por la estrella del filme - aunque sea por escasos segundos- marcaba tendencias, provocaba el fracaso o éxito de la venta de productos, impulsaba la adopción o el rechazo a ciertas actitudes y, principalmente, garantizaba un posicionamiento de una marca en la mente del su público objetivo. Tal es el caso de la moda, inspirada principalmente por personalidades como Marlene Dietrich, la dama elegante; Clark Gable para el caso masculino o Shirley Temple para las niñas de los 30. Si entendemos a la propaganda como un derivado de la publicidad o marketing³¹⁵ (que puede ser escrito, visual o hablado), no es sorpresa que este se haya auxiliado del cine como medio de difusión dado a su éxito con la promoción de productos y como fuente primigenia de tendencias para las masas.

Como se ha revisado en el segundo capítulo, un primer ensayo de la capacidad del cine como medio de propaganda política se vivió durante las campañas políticas de Franklin

³¹³ Definido como la práctica de colocar productos de marca en las películas como accesorios, es una forma de publicidad que se encuentra en todo tipo de medio audiovisual, donde el anunciante paga para que su producto sea mencionado. Pola. B. Gupta apunta que la colocación no solo existe en el cine, sino también en la televisión, radio, videos musicales, videojuegos, novelas, obras de teatro y canciones. Gupta, Pola B., Stephen J. Gould. “Consumers’ Perceptions of the Ethics and Acceptability of Product Placements in Movies: Product Category and Individual Differences.”, en *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Philadelphia, Vol. 19, No. 1, 1997, p. 37.

³¹⁴ Ádám Horváth, Balázs Gyenge, “Product placement in movies and its consumer perception”, en *International Journal of Business and Management Innovation*, Vol. 6, No. 1, Enero, 2017, p. 33.

³¹⁵ Definido por Luis Olivera como “el conjunto de herramientas que nos permiten orientar y lograr el encuentro entre producto y público”. Luis Olivera, “El marketing en la política”, en *Conexión*, Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, No. 5, 2016, p. 49.

D. Roosevelt y la crisis económica de los años 30. Una vez que Estados Unidos se une a la contienda internacional, el marketing político se adueña de todo producto cultural y, particularmente el cine se transforma en uno de los vehículos de referencia principales de esta nueva campaña, apoyándose de las grandes compañías cinematográficas y las estrellas del momento, incluyendo las animadas. Este enlace entre cine y gobierno fue posible gracias a la propia presión del Estado sobre los estudios cinematográficos. Desde la Primera Guerra Mundial, el gobierno ha recurrido a esta industria, contando con una primera experiencia al crear el primer departamento dedicado a la propaganda, el *Committee on Public Information* (CPI)³¹⁶ quien, entre sus diversas actividades, distribuyó filmes que llegaron a contar con la presencia de leyendas del cine silente como Charlie Chaplin.³¹⁷

Iniciada la década de los 40, el Estado creó agencias gubernamentales más complejas que el difunto CPI para controlar la información, encargarse de las relaciones públicas y producir propaganda. Se destacan en este periodo el *War Production Board*³¹⁸ (WPB), encargado de la distribución de posters sobre las necesidades y logros producción económica para la guerra; la Oficina de Coordinación de Asuntos Interamericanos (CIAA³¹⁹), y la más importante de todas con un presupuesto de aproximadamente 50 millones por año³²⁰, la *Office of War Information*³²¹ (OWI) y su división dedicada al cine; *Bureau of Motion Pictures*³²² (BMP). Estos tres órganos gubernamentales se encargaron de comisionar y/o presionar a compañías cinematográficas, así como de distribuir la propaganda en tres niveles: internacional, local e internamente (documentos clasificados). No está de más mencionar que detrás de cualquier referencia a la guerra que se encuentre en los filmes de esta década

³¹⁶ Comisión de Información Pública (también conocido como Comité Creel), creado en 1917 hasta su disolución en 1919.

³¹⁷ Se destaca *Zepped* (1916) y *The Bond* (1918).

³¹⁸ Tablero de producción de Guerra. Agencia creada en enero de 1940 y disuelta en noviembre de 1945.

³¹⁹ Coordinator of Inter-American Affairs. Durante la guerra fue el principal mediador en la distribución y creación de películas, noticias y programas de radio específicamente para Latinoamérica, con el fin de regular o filtrar la información hacia esta zona. Establecida en julio de 1941.

³²⁰ Tan solo en 1945, la agencia disfrutaba de un amplio presupuesto de \$58,000,000 (aproximadamente \$941,800,00 – \$682,000,000 en 2022). Leon H. Gavin, “Office of War Information,” *Appendix – Congressional Record (Bound Edition)*, Vol. 91, 1945, p. A2378. LOC, colección: Additional Government Publications, Congressional Record (Bound Edition), SuDoc Class Number: X 1.1.

³²¹ Oficina de Información de Guerra, establecida en junio de 1942 hasta su disolución en septiembre de 1945.

³²² Oficina cinematográfica.

(independientemente del género del filme), sea una imagen o frase, existen gracias a las “sugerencias” por parte de estas agencias. Pero ¿cómo fue esto posible?

3.2.2 Afilando el “arma de la verdad”. Hollywood y el manual de la BMP.

Las sugerencias del gobierno previas a Pearl Harbor resultaron ser poco acatadas o incluso ignoradas por parte de los productores. Sin embargo, en 1942, el OWI y su subdivisión cinematográfica (BMP) abandonaron la pasividad y deciden hacerse escuchar. Comienzan con la instalación de una oficina supervisora en Hollywood para la revisión de guiones y escenas que, a reserva del comité de dicha oficina (compuesto en su mayoría por miembros de la milicia), podían realizar cortes, cambios o sugerencias si la cinta no es lo suficientemente patriótica.

Adicionalmente, el BMP hace circular el *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*³²³, un manual inspirado en “la estrategia de la verdad” de Archibald MacLeish³²⁴, donde los filmes pasan a ser “armas de la verdad” del Estado, creando una memoria colectiva³²⁵ artificial, construida a base de emociones por medio de la propaganda. En su manual, el BMP resalta 6 puntos con preguntas claves que deben estar presentes en la creación de contenido, mismos que fueron mencionados por el presidente Roosevelt en su discurso del 6 de enero de 1942. Cada uno de ellos enuncia exactamente qué es lo que el

³²³ Office of War Information (en adelante OWI), Bureau of Motion Pictures (en adelante BMP), *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* (Manual de información gubernamental para la industria cinematográfica), Washington, D.C., Office of War Information, 1942. Reproducción del original de National Archives disponible en Short, K. R. M., “Washington’s information manual for Hollywood, 1942”, en *Historical Journal of Film, Radio and Television*, Londres, Routledge, Vol. 3, No. 2, 1983, pp. 171–180.

*Referencia en *National Archives*: Record group: 208, colección: Records of the Office of War Information - Records of the Bureau Of Motion Pictures, Serie: 285, General File of the Chief of Newsreel Liaison "Hollywood Information Manual".

³²⁴ Archibald MacLeish definió la estrategia de información de los países democráticos como “una estrategia de la verdad”. Esta consiste en el combate a la información dudosa y rumores, siendo el gobierno la principal fuente de información “confiable”. Ramon Girona y Jordi Xifra, “From the ‘strategy of truth’ to the ‘weapon of truth’: The Government Information Manual for the Motion Picture Industry, 1942”, en *Public Relations Review*, Vol. 36, No. 3, septiembre, 2010, p. 307.

³²⁵ Se entiende por memoria colectiva aquella memoria que depende de que los individuos de un grupo social recuerden acontecimientos, personas y lugares. Recordar es vincularse al marco colectivo de un grupo social. Por tanto, los recuerdos se adquieren, se recuerdan, se reconocen y se localizan mediante interacciones sociales. Los grupos sociales pueden estar unidos de forma física o emocional, ya sea a través de una ubicación, una etnia, ideologías geopolíticas o experiencias emocionales. Jason J. Rivas, *Scripting Memory: Hollywood, The Federal Government, And Public Memory In WWII*. Master of Arts with a Major in History thesis, Texas, Texas State University, 2020, p. 5.

gobierno quiere que se represente a partir de preguntas clave, en aras de lograr un entendimiento de la guerra en la población, bajo sus propios términos:

I. **“Los problemas** - ¿porque luchamos? ¿qué tipo de paz seguirá tras la victoria?”³²⁶

El primer punto comprende la defensa de las cuatro libertades: “libertad de expresión, religión, libres de la necesidad o carencias y ser libres del miedo”³²⁷, así como la necesidad de educar al pueblo a través de la verdad, por lo que se debe retratar que esta es “una guerra del pueblo”, enfatizando las bondades de la *American way of life*³²⁸, es decir, aquel sistema de principios y filosofía libertaria presente desde la independencia de las Trece Colonias, que en palabras de Harry J. Carman “permean en la cultura, política y economía estadounidense: la fe en el individuo, la libertad civil y humana y la búsqueda de nuevos comienzos y oportunidades para todos.”³²⁹

II. **“El enemigo.** – ¿A quiénes combatimos? La naturaleza de nuestro adversario”.³³⁰ El BMP plantea que el enemigo no solo es Hitler, Hirohito, Mussolini o el propio fascismo, sino que es una batalla contra el militarismo y el impedimento de un “nuevo orden” retrograda que pone en peligro a la civilización mediante el engaño, la separación y la conquista. El manual insiste en que se debe mostrar que el enemigo es peligroso, frío y manipulador, más no invencible.³³¹

III. **“Las naciones unidas y los pueblos.** – ¿Con quién estamos aliados en la lucha?”³³²

En este apartado, el manual evoca la necesidad de proyectar una imagen amistosa tanto de los aliados como de los posibles países que estratégicamente sirven a los intereses de Estados Unidos. Pese a diferencias históricas con Inglaterra, Rusia o China, el BMP invita a representar de manera positiva su heroísmo y sus victorias,

³²⁶ OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*..., p. 174.

³²⁷ “Freedom of Speech, freedom of Worship, freedom from Want, freedom from Fear”.

³²⁸ Traducido como “estilo de vida americano”.

³²⁹ Peligros para el estilo de vida americano Harry J. Carman, “Dangers to the american way of life”, en *Phylon*. Atlanta, Clark Atlanta University, Vol. 16, No. 3, 3er trimestre, 1955, p. 226.

Publicado por:

³³⁰ OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*..., p. 176.

³³¹ *Idem*.

³³² *Ibidem*, p. 177.



Fig. 69. *Dose of luck*, Voluntary Aid Detachments (VAD), c. 1941. Minnie, personaje recurrente en la propaganda dirigida a las mujeres, aparece promocionando la VAD, organización civil de enfermería similar a la Cruz Roja, compuesta fundamentalmente por personal femenino. En la parte inferior se lee “Minnie Mouse, una de las VAD’s, le desea buena suerte a uno de los muchachos (*lads*)”. Imagen disponible en: <https://www.mediastorehouse.com/mar-y-evans-prints-online/ww2-vad-mini-mouse-walt-disney-cartoon-card-14194384.html>

como es la resistencia de Inglaterra tras el incidente de Dunkirk, o los movimientos civiles chinos en contra de Japón.³³³

IV. “**Trabajo y producción.** – La Guerra en casa. Cómo cada uno de nosotros podemos luchar”.³³⁴ El BMP enfatiza la necesidad de insertar personajes cotidianos que representen a los ciudadanos y demuestren las virtudes del trabajo en equipo, la responsabilidad social y la importancia de la industria para una mayor producción de armas y suministros, ya que “el obrero es igual de importante para la industria como lo es el soldado para la guerra”.³³⁵ Se insiste en mostrar el trabajo en las fábricas, retratar los objetivos de producción, destacar la buena calidad de los productos estadounidenses y la necesidad de realizar un trabajo rápido y eficiente. Estas peticiones se acataron con el uso de personajes de clases populares y la inserción de secuencias tipo *assembly line*.³³⁶

V. “**El Home Front.** – Lo que debemos hacer y a qué debemos renunciar para ganar la lucha”.³³⁷ En este quinto punto se encuentran las representaciones acciones cotidianas que el ciudadano común puede realizar fuera del ámbito del trabajo. La propaganda homefront es dirigida a las masas e incluye a todos aquellos ciudadanos que no quisieron o no pudieron ser reclutados: niños, mujeres, hombres de familia, trabajadores de las fábricas, ancianos, etc. Este “subgénero” de la propaganda tuvo como fin convencer a la población de adaptarse

³³³ *Idem.*

³³⁴ *Ibidem*, p. 178.

³³⁵ *Idem.*

³³⁶ Traducido como “línea de ensamblaje” o “cadena de montaje”, es un término para referirse a las secuencias animadas que simulan una fábrica.

³³⁷ *Government Information Manual for the Motion Picture Industry...*, p. 179.

tanto mental como físicamente a “nuevos trabajos y nuevos roles sociales, ayudando en la producción de armas y alimentos, dando fuerza moral a la ideología de la guerra, promoviendo y motivando las campañas de reclutamiento y dar confianza y sentido de concreción a la tarea de los que se habían marchado al frente”³³⁸, volviéndose el orgullo patriótico un elemento que colocaba a la obediencia y el trabajo como una forma de servicio militar.³³⁹

El BMP encarga a las productoras persuadir al público incluyendo en sus películas situaciones que impliquen adquirir bonos de guerra, evitar el acaparamiento y honrar la austeridad, ahorrar combustible compartiendo auto, mantenerse sanos, no esparcir rumores, contribuir a la Cruz Roja o unirse a organizaciones civiles, no desperdiciar materiales (incluidos el nylon, tabaco, alcohol y plásticos). Estos requisitos también se extendieron a la propaganda de carteles que incluyera el cameo de alguna estrella de cine [Fig. 69].

VI. **“Las fuerzas de combate”**. – El trabajo del luchador en el frente”. En este último punto, la BMP insiste en representar la crueldad de la guerra como forma de sensibilizar a la población, lo cual incluye el mostrar la letalidad del armamento enemigo, dramatizar la muerte heroica de los soldados estadounidenses y glorificar a la armada y marina. Un detalle interesante de este punto es que se recalca la presencia de mujeres en el ejército, lo cual no es un “asunto de moda y maquillaje”, por lo que se insiste en retratar a la mujer norteamericana como fuerte, bondadosa, audaz e inteligente.³⁴⁰

Remarcar la existencia del manual de la BMP no es una simple curiosidad. Este documento afectó todas las producciones cinematográficas, incluidas la animación. Con su génesis tras el ataque a Pearl Harbor, el manual permite distinguir dos aspectos de la época bélica: 1) distinguir con mayor precisión el motivo de ciertas temáticas en los filmes animados y 2) el hecho de que Estados Unidos libró una batalla por dos frentes durante los siguientes cuatro años. La idea de una batalla doble (en las trincheras y en casa, convenciendo a su población) va y viene en toda su propaganda que, particularmente en la historia de la animación, da

³³⁸ Pier Paolo Pedrini, *Op.Cit.*, p. 83

³³⁹ *Idem.*

³⁴⁰ OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry...*, p. 180.

como resultado la creación de cortos inverosímiles, que juegan con la imagen de los dictadores, *swastikas*, águilas calvas y banderas para entretener (y convencer) a toda una nación de la heroicidad de americana ante una guerra de dimensiones nunca vistas.

3.3 Los dibujos van a la guerra. Xenofobia, obediencia y estereotipos en la propaganda animada.

Dado el contexto anterior de la propaganda, ¿dónde se encuentra la animación? Si la industria cinematográfica se vio forzada a incluir gradualmente las “amables” sugerencias del OWI, los estudios de animación no quedaban fuera de esos tratos, sino todo lo contrario. Dado a que la propaganda puede adaptarse a cualquier medio, la animación figuró como un candidato perfecto para ser el vehículo de las ideas del gobierno. Por su carácter satírico y su irresistible estética (cuyo atractivo es un elemento crucial para el triunfo de la propaganda), así como su capacidad de exagerar sin límites lo que se proponga a representar, el gobierno favoreció la creación de animaciones con temática bélica, pues este lenguaje gráfico era accesible a todo tipo de público sin importar la edad, nivel educativo o posición social. Los animadores por su parte emplearon el tema de novedad en cada oportunidad, ya sea por una verdadera convicción patriótica o por la presión constante del gobierno.

Para abordar la propaganda animada de este periodo, me he permitido clasificarla en tres principales tipos, tomando en cuenta los seis puntos del manual del BMP, ya que estos elementos están presentes en los filmes: 1) Animación *homefront* o “frente local o interno”, enfocada a la población estadounidense; 2) *restricted* o restringida, que abarca aquellas producciones creadas o financiadas por el gobierno, pero cuya distribución y uso es secreto a un nivel federal o militar; y finalmente 3) la animación diplomática, un derivado del *homefront*, ya que estos productos son liberados públicamente, pero son creados para persuadir a otras naciones.

A pesar de su diferente público objetivo, tanto la animación *home front* y restringida, contaron con un elemento constante: estereotipos, pero de una manera diferente a las décadas anteriores gracias a los requisitos del manual de la BMP. Dada la gran cantidad de materiales que implican personajes animados (tanto en filmes como carteles, coleccionables, etc.), la presente investigación se enfoca principalmente en los filmes producidos por Walt Disney y

Warner Brothers, destacados productores de propaganda animada, así como en aquellos filmes que caen en la categoría de *homefront*.

3.3.1 Home front y la American way of life en el “arma de la verdad” animada.

Tomando en cuenta que la propaganda, al igual que el marketing, juega con las emociones y la información, los materiales generaron en la población una ansiedad generalizada³⁴¹, mezclada con miedo, xenofobia y un sentido patriótico exacerbado. En este sentido, la representación de la patria junto a los estereotipos animados jugó un papel crucial no solo en la popularidad de estos cortos, también en la claridad de su mensaje, al mismo tiempo que brindaban el mismo sentimiento catarsis o alivio gracias al uso de la comedia. Siguiendo las necesidades de la OWI, la animación logró incorporar todos elementos del manual del BMP, tomándose la libertad de usar la comedia *screwball* al máximo para representar al enemigo, pero sin perder de vista que el mensaje también debía transmitir un sentimiento de esperanza o entusiasmo por la guerra.

Food Will win the war (1942), retrata la importancia de la agricultura estadounidense como un elemento indispensable de la victoria. De manera inicial, podemos detectar que el corto es fundamentalmente propaganda *home front*, es decir, está dirigido a toda la nación estadounidense y retoma un antiguo slogan de la Primera Guerra Mundial en su título.³⁴² Conforme se desarrolla, encontraremos al menos 3 puntos más del manual del BMP en solo seis minutos. A manera de introducción se nos narra la destrucción que el enemigo ha causado en Europa y, un par de fotogramas más adelante, los granjeros pasan a ser maquinaria del Estado, haciendo alusión al punto 4 (trabajo y producción) al insertar escenas tipo *assembly line* y vanagloriando la amplia producción de trigo, leche, carnes, vegetales. El corto no puede finalizar más patriótico, al mencionar las cuatro libertades tal cual como está escrito en el manual: libertad de expresión, religión, deseo y ser libres del miedo.³⁴³ Esta necesidad de exaltar la producción del campo está ligada a la existencia de los *Victory*

³⁴¹ Alan Brinkley, *Op. Cit.*, p. 942.

³⁴² Bertrand M. Patenaude, “Food as weapon”, en *Hoover Institute*, 30 de enero, 2007. Disponible en: <https://www.hoover.org/research/food-weapon>, consultado el 11 de enero de 2025.

³⁴³ “Freedom of speech, freedom of worship, freedom of want and freedom of fear”. OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry...*, p. 175.

Gardens en las grandes ciudades, una especie de huerto urbano³⁴⁴, los cuales fueron promovidos tanto en filmes como en carteles.

Food will win the war no tiene a Mickey como protagonista. En su lugar, emplea a tres personajes icónicos que ya habían enfrentado tragedias la década pasada. Con apenas seis segundos de aparición, los tres cerditos, sirven para ilustrar las cifras que nos da el narrador: “100 millones de soldados listos para el ataque” y, similar su experiencia con la crisis del 29, se empleó la canción “*Who is afraid of the Big Bad Wolf*” para inspirar confianza, así como reconocimiento en el espectador. Aunque este corto anterior posee menos protagonismo de estrellas animadas, no toda la propaganda gcarece de estas. [Fig. 70]



Fig. 70 *Food will Win the War*, dir. Hamilton Luske, Walt Disney Studio, 1942.

La *American way of life*, convertida en la antítesis del terror barbárico y fascista de las potencias del Eje, requirió que los personajes animados pasasen a ser un símil del Tío Sam, antigua alegoría de Estados Unidos desde principios del siglo XIX. Vestidos con los colores patrios, alzando la bandera estadounidense en todos los fotogramas posibles, la exaltación heroica de Estados Unidos debía ser imposible de ignorar, pero al mismo tiempo acatar los requisitos del manual de la BMP que, en su sección dedicada al enemigo, invita a los cineastas a mostrar los peligros del totalitarismo.

Estudios como Warner Brothers y MGM, que contaban con productores y artistas más experimentales y poco temerosos de la crítica, no dudaron en usar a los personajes más

³⁴⁴ Pier Paolo Pedrini, *Op.Cit.*, p. 13.

famosos del estudio (Bugs Bunny, Droopy, McWolf, etc.) pues su uso del humor *screwball* durante la década de los 30 había posicionado a sus personajes como capaces de cualquier cosa, incluyendo el uso de armas, la ridiculización extrema del otro y más. En el caso de Disney, fue todo lo contrario. El estudio del ratón, que irónicamente había mantenido una postura neutral al recibir a la cineasta nazi Leni Reinfenstahl en 1938,³⁴⁵ se enfrentó a decidir cuidadosamente como conciliarían sus deberes patrióticos con la preocupaciones económicas a futuro del estudio, los ideales a los que sus filmes ya eran asociados (ternura, armonía y un humor más familiar), así como el cariño que Walt tenía por su creación.³⁴⁶

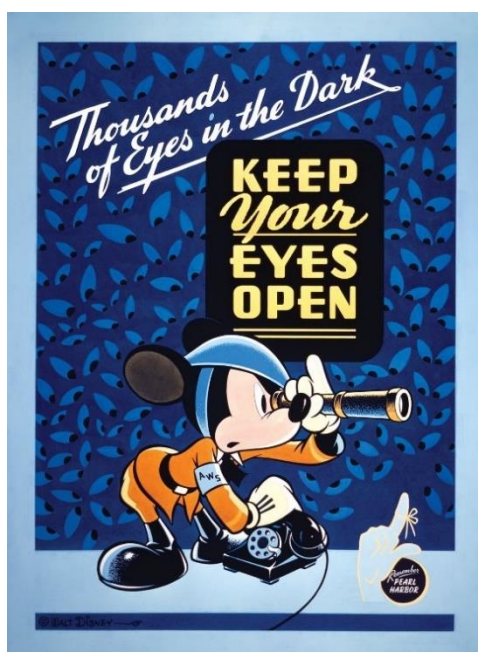


Fig. 71. *Keep your eyes open*, Walt Disney Studios-AWS, c. 1942. Mickey visibiliza a la *Aircraft Warning Service* (AWS), un grupo civil a cargo de la vigilancia de ataques aéreos. En el cartel se lee “Miles de ojos en la oscuridad, mantén tus ojos abiertos y una pequeña estampa: “recuerda Pearl Harbor. Imagen disponible en: <https://jethrojeff.com>

Aunque Mickey figuraba como un buen candidato para representar ese orgullo estadounidense al ser considerado como “el aporte más original de Estados Unidos a la cultura mundial”³⁴⁷, las necesidades de la propaganda eran mucho más agresivas. Pese a que su estudio sobrevivió durante los años 40 por el subsidio del OWI,³⁴⁸ Disney prefirió no arriesgar a su personaje más querido y emblemático de la compañía para ser asociado

³⁴⁵ James Hoberman, *Op.Cit.*, p. 67-68.

³⁴⁶ *Idem.*

³⁴⁷ *Ibidem*, p. 70.

³⁴⁸ *Ibidem*, p. 68

totalmente a la guerra, por lo que sus filmes propagandísticos fueron protagonizados por la co-estrella de Mickey, el pato Donald.

Mientras el ratón estuvo presente en la propaganda de una manera más suavizada y leves cameos en los cortos [Fig. 71], fue Donald el que estuvo a cargo de representar una versión más exagerada de la *American way of life* o portando armas tal como lo requería el Estado, lo que le valió un crecimiento en su propia popularidad, ya que se asemejaba más a un personaje *screwball* de *Looney Tunes* que a uno tierno de Disney. En *Commando Duck* (1944), se nos presenta un Donald provisto de armas con el objetivo de divisar enemigos japoneses de quienes logra, por accidente, eliminar una de sus bases secretas. Sin embargo, la *American way of life* de la BMP así como el terror que supone el totalitarismo es plasmada de manera fiel y magistralmente por Jack Kinney al dirigir *Der Fuhrer Face* (1943). En un entorno inhóspito, el protagonista se vuelve parte de un carnaval surrealista inaugurado por una banda de guerra compuesta por Hirohito, Mussolini, el ministro de propaganda nazi Joseph Goebbels, y el vicescanciller del tercer *Reich*, Hermann Göring, quienes marchan en una Alemania acaparada por el símbolo del nacionalsocialismo, la cruz gamada o *swastika*.³⁴⁹ Desde los árboles hasta los más mínimos detalles, este corto posee más *swastikas* que cualquier otro de su momento, todo para introducirnos a un día en la vida de Donald bajo el régimen nazi. El protagonista busca evidenciar, de una manera irónica, como el pueblo alemán sufre no solo de una vigilancia constante, sino también de la carencia de insumos, libertad de expresión y la obligación constante de mostrar sus respetos al *Fuhrer*, aspecto clave en el programa de educación y propaganda encabezado por el Ministerio de Ciencia, Educación y Cultura del Reich, en conjunto con la Oficina de Propaganda y la *Geheime Staatspolizei* (Gestapo).

Aunque el filme está ambientado mayoritariamente en una idílica Alemania nazi, la historia no desapega totalmente a Donald de su origen americano, pues este intenta tener tiempo para sí mismo o consumir productos occidentales, representando ese deseo de libertad

³⁴⁹ También llamada *gammadion*, *wan*, *manji*, esvástica o *tetraskel*, es un símbolo recurrente en diversas culturas, tan antiguo como la humanidad misma. El símbolo posee un significado espiritual, astronómico y filosófico, ligado al tiempo, el movimiento e incluso la buena suerte. Fue adoptado en 1920 como símbolo del partido Nacionalsocialista Alemán por sugerencia de Adolf Hitler. Adolf Hitler, *Mi Lucha* [1925]. Chile, Jusego, 2003, p. 294.

individual que forma parte de la *american way of life*. Donald inicia su día en *Nutziland*³⁵⁰ intentando desayunar a medias un clásico estadounidense: café, pan tostado y huevos con tocino, pero será interrumpido por la banda de guerra del principio, quien lo obliga a leer el escrito más trascendental de Hitler, *Mein Kampf* (*Mi Lucha*), obra que no solo recuperaba su vida hasta 1925, sino también su filosofía y planificación política [fig. 72].



Fig. 72. *Der Fuehrer's Face*, dir. Jack King, Walt Disney Studios, 1943.

El gesto de la caricatura hacia la publicación de Hitler puede parecer exagerado, pero, fuera de la pantalla, la lectura y el conocimiento público sobre la existencia de *Mi Lucha* ya se había generalizado durante toda la década de los 30. Desde ediciones en español hasta en noruego, *Mi lucha* fue filtrado al resto del mundo como una forma de conocer la situación política de Alemania y de paso, a su líder supremo, quien para inicios de la década de la crisis “despertó un súbito interés en todo el mundo tras su acceso al poder en enero de 1933”.³⁵¹ Dentro de Alemania, la lectura de *Mein Kampf* fue obligatoria desde nivel básico, pues se necesitaba formar una conciencia nacional donde Hitler se posicionaba en la cima, como caudillo y redentor de Alemania.³⁵²

Tras terminar su lectura, Donald es obligado a unirse a la banda de guerra, mientras se dirige a su empleo en una lúgubre fábrica de armamento. Nuevamente se utilizan secuencias tipo *assembly line* pero, diferente a las “alegres” fábricas estadounidenses, el

³⁵⁰ Juego de palabras entre *nuts* (loco) y nazi.

³⁵¹ Jesús Casquete, “La primera edición española de *Mein Kampf*”, en *Revista de Estudios Políticos*, Bilbao, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, No. 184, 2019, p. 199.

³⁵² Sofía Tordera, *La Educación Infantil En La Alemania Nazi*, Tesis De Grado En Educación Infantil. Valladolid, Universidad De Valladolid, 2018, p. 28.



Fig. 73. Fotograma Inicial y final en *Der Fuehrer's Face*, dir. Jack King, Walt Disney Studios, 1943.

trabajo obrero alemán es representado como un símil de esclavitud, intercalando intimidación y propaganda hostil. Para su suerte, y atendiendo a las necesidades de representar la *American way of life*, Donald despierta aliviado de su pesadilla; su habitación, antes imaginada con *swastikas* y en color rojo, cambia de bandera. En contraste con *Nutziland*, la composición luminosa de barras y estrellas concluye con el patriota Donald besando una estatua de la libertad, cumpliendo así con todos los requisitos del primer y segundo punto del manual de la BMP: mostrar el conflicto ideológico, el amor a la patria y la dicotomía entre la *American way of life* y el militarismo alemán [Fig. 73].

Mientras Donald nos muestra el estereotipo del nazi esclavista y autoritario, un año más tarde llegó una producción que acata de manera más apegada los requerimientos del BMP sin la necesidad de utilizar una estrella Disney. *Education for death* (1943) es punto y aparte en tanto a la representación de la Alemania Nazi en la animación. Con un tono más serio que sus cortometrajes anteriores, Disney creó un filme *tear up*³⁵³, que busca mostrar los horrores de la guerra y el fascismo sin estigmatizar (del todo) al pueblo alemán. Iniciando con una alusión al modelo educativo nazi que ubica a Hitler como único salvador de la nación³⁵⁴, Alemania es representada como un pueblo ingenuo e inocente por una desaliñada Germania, que difiere de la belleza que la caracteriza desde el siglo XV.³⁵⁵

³⁵³ Traducido literalmente como llanto, es un término coloquial para referirse a todo tipo de contenido con tramas tristes o emocionales que tienen el objetivo de despertar empatía o tristeza en el público. Las películas de drama y romance entran comúnmente en esta categoría.

³⁵⁴ Sofia Tordera, *Op. Cit.*, p. 28.

³⁵⁵ Baier, Teresa, "Germania-Allegorien in Heroiden und heroidenähnlicher Dichtung der Frühen Neuzeit", en *National Figurations and Personifications in Early Modern Europe Interdisciplinary online conference of the research platform. 19th – 21st May 2021*. Mainz, Johannes Gutenberg- University Mainz- German Historical Institute Paris, 2021, pp. 59-68



Fig. 74. Comparativo entre Germania por Lorenz Clasen en 1860 y en *Education for Death* (1943)

Cubierta por una manta con el símbolo del Sacro Imperio Romano, la alegoría más popular de Alemania se encuentra lejos de parecerse a la diosa Minerva (su principal influencia estética), pues en lugar de su imponente espada y vestimentas reales, presenta características estereotípicas: el mítico casco vikingo o de *viskos*, una generalización pictórica del siglo XIX sobre países nórdicos; un cuerpo voluminoso; y tarros vacíos de cerveza a su alrededor, alusivo al estereotipo del alemán alcohólico. [Fig. 74.] Como en un cuento de hadas, Germania cae bajo los encantos de un falso líder, Hitler. A partir de esta historia, seguiremos la vida de Hans, un pequeño niño quien no tarda en formar parte de las juventudes hitlerianas y que, como muchos otros, fue educado con historias alteradas al gusto del Tercer Reich.

Si bien el filme sigue empleando las sugerencias del manual de la BMP respecto a la representación del armamento, Disney insiste en una diferenciación entre pueblo (el buen alemán) y Estado (el nazi sanguinario) a partir de la familia de Hans. Mientras los administrativos, profesores y militares poseen una voz estereotípicamente estridente, una paleta de colores oscura y una apariencia intimidante, la madre de Hans se retrata como una mujer totalmente contraria a la apariencia de Germania, pues de inicio posee un cuerpo menos caricaturesco y su conducta vulnerable, empática e inocente, rescata el arquetipo de la madre. Hans por su parte, posee la misma sensibilidad de sus padres, comienza a tener problemas en su escuela, siendo señalado hasta que entiende que deberá adaptarse al discurso o morir.



Fig. 75. Transición de símbolos religiosos.

El corto llega a su clímax cuando se nos muestra el resultado de la educación en las juventudes hitlerianas: tras un entrenamiento arduo, todos los esfuerzos resultan inútiles, pues el alguna vez inocente Hans, ahora se encuentra totalmente deshumanizado como soldado, y le aguarda una muerte en combate junto a miles de jóvenes adoctrinados. Además del trágico final del protagonista, el corto apela a las emociones del público estadounidense a través de tres transiciones simbólicas: una biblia transformada en *Mi Lucha*, la destrucción de Notre Dame, y un Cristo convertido en daga [Fig. 75.]. Considerando que la década de los cuarenta 68,501 de los 8 millones que habitaban Estados Unidos practicaban alguna religión³⁵⁶ -siendo la más popular el cristianismo- la estrategia de usar iconografía religiosa fue, en su momento, una de las formas de persuasión más efectivas e impactantes, así como un recurso inusual en la filmografía de Disney que no sé volvió utilizar de manera central hasta 1996 años en *El Jorobado de Notre Dame*.

3.3.2 El enemigo en casa. La quinta columna.

La mayoría de las animaciones de este periodo presentan el punto D del manual de la BMP - las tácticas del enemigo³⁵⁷, ya sea con imagen de su armamento o con la destrucción de sus ataques, aspecto que fue bien recibido por el gobierno y la oficina auxiliar de la OWI. Si

³⁵⁶ “Series H 793-799. Membership of religious bodies, 1880 to 1970 and major groups: 1951-1970”. Bureau of the Census, *US. Bureau of the Census Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1970, Bicentennial Edition. Part I*, T. I, Washington, D.C., 1975, p. 391.

³⁵⁷ *Idem*.

embargo, la BMP especifica que “Alemania, Japón e Italia no son el único problema”³⁵⁸, haciendo hincapié en que no solo las armas son el problema, también lo son los rumores, chismes y el sabotaje interno. Aunque la animación (y la propaganda en general) se centra en las tres naciones antes mencionadas, tras el ataque a Pearl Harbor la atención de la propaganda se enfoca en un cuarto enemigo: la quinta columna.

Este término nacido en la Guerra Civil española fue empleado para referirse a grupos organizados que actuaban en zona republicana, realizando labores de subversión, derrotismo, propaganda, sabotaje o cualquier acto que perjudicase al Gobierno de la República.³⁵⁹ Durante la Segunda Guerra Mundial, la quinta columna se convierte en sinónimo de fascismo y la animación presenta eficazmente el concepto en 1943 con el corto *The Fifth Column Mouse*, donde un ratón de moral dudosa boicotea los esfuerzos de sus compatriotas a favor de un evidente gato nazi. En este corto, se muestran los tipos de sabotaje que emplea la quinta columna, empezando por la manipulación del enemigo quien ofrece jugosas recompensas a sus seguidores, los discursos de quintacolumnistas, indicar al enemigo la ubicación de bases secretas (en este caso representadas por la madriguera) y la confianza que estos buscan inspirar en sus camaradas.

Un gato “Hitler” intimida a un ratón despistado de dar un discurso para convencer a los otros ratones de servir al gato y, momentáneamente, los ratones son persuadidos hasta que el gato decide comerse a uno de ellos. La colonia de ratones decide no ceder y contraatacar, convirtiendo literalmente la ratonera en una fábrica militar, aludiendo al tercer punto del manual del BMP con una secuencia tipo *assembly line* donde todos los ratones son uniformados, crean su armamento y se preparan para la guerra con el gato. Tras un despliegue de su arma secreta (un perro mecanizado), el corto se auxilia de la música para provocar en una reacción emotiva en el público al celebrar cantando “We did it before (and we can do it

³⁵⁸ *Government Information Manual for the Motion Picture Industry...*, p. 176.

³⁵⁹ Sara Núñez De Prado Clavel, Javier Rodríguez Abengozar, “La Quinta Columna Y El Cuerpo diplomático en la Guerra Civil española”, en *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*. Alicante, Universidad de Alicante, No. 19, 2019, pp. 185-186.

again)”³⁶⁰, himno propagandístico de la época. Irónicamente, el ratón traicionero también quiere formar parte de la celebración, pero solo obtiene el rechazo.



Fig. 76. Alusión a Hitler en *Fifth Column Mouse*, Merrie Melodies, Warner Brothers, 1943.

Aunque la alusión al fascismo es breve en contraste con otros cortos, *The Fifth Column Mouse* no necesita de la figura del *fuhrer* para indicar la presencia de dicha ideología. Bastan un par de elementos para evocarlo: el peinado de lado y bigote de Hitler [Fig. 76], el saludo nazi y un marcado acento alemán. Estas características y chistes nos traen de vuelta un tema constante en la animación: el uso de estereotipos raciales y en el caso de la propaganda, la importancia de los símbolos y colores.

3.3.3 Dictadores dementes y el color del fascismo: Los elementos comunes en la animación de entreguerras.

Gracias a su presencia en los medios, la caricatura política se hizo cargo de que los líderes totalitarios y sus rostros fuesen perfectamente reconocibles, aspecto que animadores rescataron para sus producciones, sin descartar la inclusión del exagerado humor *screwball*. Así, la apariencia física de Hitler, Mussolini, Hirohito y Hideki Tojo se suman a los estereotipos ya existentes desde los años 20, pues estos cumplen perfectamente la función principal de los mismos: una herramienta visual que causa un reconocimiento inmediato en

³⁶⁰ Escrita por Cliff Friend y Charlie Tobias. La canción fue presentada en 1941 en el musical de Broadway *Banjo Eyes*, siendo interpretada por Eddie Cantor. Véase: “We Did It Before and We Can Do It Again”, en National Museum of American History. Disponible en: https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_681578, consultado el 29 de octubre de 2024.

el espectador.³⁶¹ *The Ducktators*³⁶² (1942), producido por Warner Brothers, demuestra como la imagen de los dictadores es perfectamente reconocible incluso si son animales.

Si bien están presentes varias figuras políticas del momento, la estrella principal de *Ducktators* es sin duda Hitler, ya que el filme dedica la mitad de su duración a recrear la vida del político. A manera de introducción, se nos muestra el nacimiento del líder, quien emerge de un huevo negro con las características físicas más notorias de Hitler: el peinado, el bigote y su enérgica voz de los discursos públicos.

Un par de fotogramas más tarde se ilustran los deseos frustrados de un joven Adolf de volverse un artista que aspiraba a “vivir de la brocha y la paleta”, pero tras el rechazo del futuro *führer* en la Academia de Bellas Artes en Praga “al final se quedó con la brocha” mostrándonos a un pato enfurecido pegando carteles en todas las paredes con la *swastika* nazi, símbolo que en palabras del propio Hitler simbolizaba “la misión de luchar por la victoria del hombre ario”.³⁶³

Hacia la mitad filme, se nos presenta a Mussolini como un ganso, resaltando sus características físicas como la quijada prominente y oscura, cabeza rasurada, una mirada confiada y un cuerpo robusto. Conductualmente, el Mussolini animado difiere mucho del político de carne y hueso, quien pese a ser un activo escritor radical desde su juventud, sus erráticas estrategias políticas y los fracasos militares, hacen que la propaganda en contra del *Duche* lo retrate como un político inepto, iletrado y crédulo. *Ducktators* no es la excepción y, si bien no se le recrea como un gánster americano, el ganso “Mussolini” si reproduce estereotipos conductuales de la animación de los años 20, como el fuerte acento italoamericano, poca educación y la tendencia a la violencia.

Tras su encuentro con el pato alemán en un mitin, el filme ridiculiza la búsqueda de protagonismo de Mussolini en su propia tierra imitando, de manera miserable, la actitud de su camarada alemán, quien claramente se aprovecha de su apoyo. Esta amistad casi inquebrantable entre el Eje Roma-Berlín aparece en *Ducktators* en alusión al *Patto*

³⁶¹ Nicholas Sammond, *Op. Cit.*, p. 130.

³⁶² Juego de palabras entre *duck* (pato) y dictador.

³⁶³ Adolf Hitler, *Op. Cit.*, p. 294.

*d'Acciaio*³⁶⁴ de mayo de 1939, pacto donde Alemania e Italia reafirmaron sus compromisos, tan solo cuatro meses antes que estallara la guerra. El corto continúa con ambos líderes atendiendo una conferencia de paz, en la que destruyen los acuerdos que habían firmado y comienzan los conflictos, a los cuales no tardo en añadirse Japón [Fig. 77].



Fig. 77. De derecha a izquierda, comparativo entre características estereotípicas y retratos de Hitler, Mussolini y Hideki Tojo. *The Ducktators*, dir. Norman McCabe, Looney Tunes, Warner Brothers, 1942.

Representado por un pato escuálido, el tercer *ducktator* es una parodia de Hideki Tojo, quien ejerció el cargo de primer ministro de Japón, siendo uno de los pilares de la expansión japonesa. Se toman de este mandatario sus gafas redondas de pasta gruesa, la gorra de servicio con pico tipo *hachimaki*³⁶⁵, además de portar la bandera Imperial de la armada: un sol naciente. Este último pato aparece nadando y acechando, simbolizando la principal actividad militar del Imperio Japonés: la anexión de territorios y la búsqueda de la supremacía naval, aspecto de mayor preocupación para Estados Unidos tras el ataque a Pearl Harbor.

Tan solo un mes antes del estreno de este filme y con una experiencia colonialista desde la Primera Guerra Mundial, Japón ya contaba con un dominio considerable de las islas circundantes a su archipiélago, un control total en el sur de Corea y un avance significativo en la región de Manchuria. Este deseo colonialista es satirizado en el corto cuando el pato

³⁶⁴ Otto D. Tolischus, "Alliance Sealed in Berlin", en *The New York Times*. Vol. LXXXVIII, New York, 23 de mayo de 1939, p.46.

³⁶⁵ Gorra de servicio en color caqui o negro, con una cintilla media en color rojo y una estrella dorada al centro.

japonés confunde a una tortuga con una isla, y esta se defiende ante el intento de anexión repentina a lo cual el pato Tojo intenta persuadir sin éxito la golpiza fingiendo ser chino.

El alboroto de los tres “*ducktators*” llega a su clímax cuando una alterada “paloma de la paz” busca, en un primer momento, acabar con los problemas de una manera pacífica. Frustrada por su fracaso, la paloma intenta el “modo americano”, es decir, a través de la fuerza, reivindicando nuevamente el discurso de bien vs mal, y aludiendo al último del manual de la BMP, las fuerzas armadas, aderezando el final con una promoción a los bonos de guerra. *Ducktators* no solo es un comercial *home front*, también nos introduce a las características físicas de los estereotipos de entreguerras, aspecto que será explotado por las animaciones de todos los estudios a cargo de propaganda animada.

Otro elemento fundamental en la propaganda es el uso de color, el cual será estandarizado en la mayoría de las producciones animadas a partir del ataque de Pearl Harbor. Aunque encontramos animaciones a color desde 1933³⁶⁶, *Ducktators* fue realizado en blanco y negro dado el alto costo del *technicolor*.³⁶⁷ Sin embargo, tras contar con el financiamiento del Estado, las siguientes producciones de Warner Brothers no tardaron en llegar a los cines a todo color.³⁶⁸ Si bien no hay hasta ahora un documento que exhiba una cifra exacta sobre la cantidad de dinero otorgada a cada uno de los grandes estudios, el coordinador de películas de gobierno, Lowell Mellett, fomentó un subsidio anual de 100.000.000 pies de película negativa y 1.800.000.000 pies de película positiva para la industria hollywoodense.³⁶⁹ Para 1942, el apoyo ya era un hecho, lo cual catapultó la producción de películas y redujo los costos de técnicas costosas como el Technicolor.

³⁶⁶ *Flowers and Trees*, Silly Symphonies (series), Walt Disney Productions, 1933.

³⁶⁷ El proceso de color triplicaba el costo de una película regular. Por ejemplo, *La cucaracha*, primer filme a color de apenas 20 minutos, tuvo un costo total \$65,000, casi cuatro veces al costo de un film a blanco y negro de la misma duración (aproximadamente \$20,000). Para una animación de entre 6 a 7 minutos, el costo aproximado sería de entre \$11.500 a \$20,000, dependiendo de la complejidad del dibujo, cantidad de personajes y fondos. Les Paul Robley, “Fabulous Technicolor! A History of Low Fade Color Print Stocks”, en *The 70mm Newsletter*. Los Angeles, The 70mm. Large Format Film History, 9 de febrero de 2010. Disponible en: 70mm.com, consultado el 11 de enero de 2025.

³⁶⁸ El primer filme a color por parte de Warner Brothers fue *The Hep Cat*, estrenado el 3 de octubre de 1942, dos meses después del estreno de *Ducktators*.

³⁶⁹ K. R. M. Short, “Washington’s information manual for Hollywood, 1942”, en *Historical Journal of Film, Radio and Television*. Londres, Routledge, Vol. 3, No. 2, 1983, p. 172.

La insistencia en representar los colores del enemigo en todo tipo de medio no era una generalización propia de Estados Unidos o un capricho visual. En su mayoría, los Estados totalitarios que surgieron entre 1920 y 1945 habían adoptado el rojo, blanco o negro (o una combinación de estos) como colores representativos en sus banderas u organizaciones, como fue el caso de la Falange Española o el emblema de las Camisas Negras de Italia. Sin embargo, el uso de la triada de rojo-blanco-negro fue, durante el siglo XX, un elemento puramente alemán, ya que la elección de colores fue elegida personalmente por Hitler en 1920 como un símbolo sacro por y para el pueblo. Esta combinación aludió a los antiguos colores del antiguo *Reich*, el Sacro Imperio Romano (rojo y negro), mientras que el blanco represento la pureza racial de su discurso ideológico. Hitler escribió al respecto que:

Se tenía que representar el símbolo de nuestra propia lucha y, al mismo tiempo, debería producir un efecto majestuoso sobre las masas [...]. En cuanto a su efecto, esta última composición de colores [negro, blanco y rojo] se llevaba la palma sobre todas las demás, por su brillante armonía [...]. Me pronuncié en favor de la conservación de los antiguos colores, no sólo porque, como soldado, para mí son los más sagrados, sino también por su efecto estético, ya que mejor que cualquier otra combinación armoniza con mi propio modo de sentir [...]. Después de innumerables ensayos, logré precisar una forma definitiva: sobre un fondo rojo, un disco blanco y, en el centro, la *swastika* en negro. Igualmente pude encontrar una relación apropiada entre la dimensión de la bandera y la del disco y entre la forma y el tamaño de la *swastika*. Y así quedó. Inmediatamente se mandó confeccionar brazaletes con la misma combinación para nuestras Tropas de Orden; esto es, un brazalete rojo sobre el cual aparece el disco blanco y la *swastika* negra.³⁷⁰

A partir de 1942, los colores del fascismo formaron parte de la producción de cortos animados, ya que, con el patrocinio del Estado, el dinero ya no era una excusa para no incluir una representación completa del enemigo, incluidas su insignias, banderas y literalmente, sus matices [Fig. 78]. De manera indirecta, el subsidio de materiales por parte del Estado impulsó la producción de animación con una mayor calidad nunca vista en sus cuatro décadas de existencia, haciendo del color una característica inherente de este tipo de materiales a partir de la Segunda Guerra Mundial.

³⁷⁰ Adolf Hitler, *Op. Cit.*, p. 293-294.



Fig.78. Bugs Bunny aludiendo a Hitler ante Hermann Göring, líder de la GESTAPO y vicescanciller del tercer Reich. *Herr meets Hare*, dir. Friz Freleng, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1945.

3.3.4 Un caso especial: Estereotipos y prejuicios en la propaganda antijaponesa.

Como se ha mencionado anteriormente, el manual de la BMP insistió en una representación constante del enemigo, sin embargo, la propaganda hollywoodense también fue sometida a ciertos límites, con el fin de evitar una pérdida de confianza en los medios de comunicación:

El poder, la crueldad, la traición y el cinismo absoluto del enemigo deben ser ilustrados, pero es peligroso intentar imaginar que todos los alemanes, todos los italianos y todos los japoneses son bárbaros bestiales. El pueblo sabe que esto no es verdad. Se sentirá ofendido por los esfuerzos para engañarlo. Aquellos que se dejen engañar por tal tergiversación dirigirán más tarde su resentimiento hacia aquellos líderes que los han engañado y seguirán a los falsos profetas que han expuesto tal duplicidad.³⁷¹

A pesar de la insistencia de la BMP en no estigmatizar a los civiles pertenecientes alguna de las nacionalidades contrarias, los censores y auditores de la OWI no tuvieron mayor problema con un grupo en particular: los japoneses. Contrario al caso alemán, donde animaciones como *Education for Death* daban a entender que el ciudadano alemán no era malo *per-se*, sino que era víctima de la opresión y la manipulación del totalitarismo, la propaganda antijaponesa no hizo esta distinción. Rara vez se representó a los japoneses civiles como víctimas del

³⁷¹ OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*..., p. 176.

conflicto bélico, ignorando completamente el punto 3 del manual de la BMP referente a la representación de las naciones aliadas y los pueblos.

Las leyes tampoco fueron benevolentes con este grupo. Una vez consumado el ataque a Pearl Harbor, las represalias las sufrieron en primera instancia los ciudadanos de ascendencia japonesa, que para la década de 1940 eran cerca de 47,305 habitantes en todo el país.³⁷² Tan solo dos meses después del ataque del Imperio, Roosevelt planteó una solución al “problema japonés” en casa y expide la *Orden Ejecutiva 9066*, donde se explica que “el éxito de la guerra exige todas las medidas de protección posibles contra el espionaje y el sabotaje de los materiales, instalaciones y servicios de defensa nacional”, lo cual incluye prescribir en áreas militares a cualquier persona³⁷³. Este último argumento fue lo suficientemente ambigua para que se realizara una detención inicial de casi 4000 japoneses, junto a italianos y alemanes sospechosos de espionaje [Fig. 79].

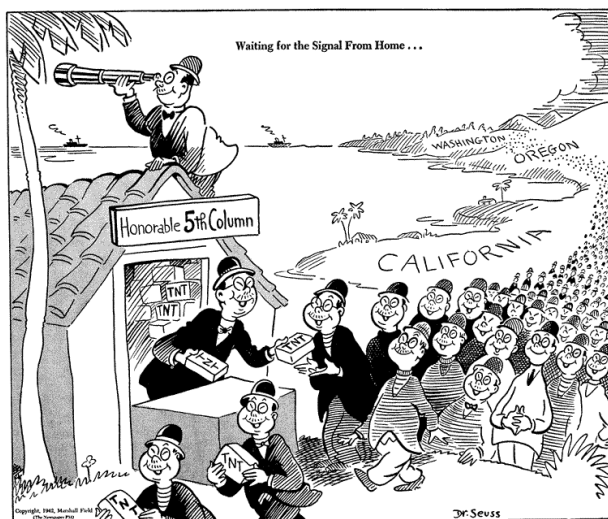


Fig. 79. Caricatura describiendo los “peligros” de confiarse de los japoneses americanos, siendo representados como fieles al Imperio, “esperando la señal de casa” para atacar mientras reciben explosivos de una pequeña estación con la leyenda “Honorable 5ta columna”. Se destacan los estados de Washington, Oregón y California, donde fueron ubicados los “centros de re-localización” de la WRA, así como una representación de los japoneses con ropa *pidgin english*. *Waiting for the Signal From Home* [Esperando la señal de casa], Dr. Seuss, en *PM*, 13 de febrero 1942. Imagen disponible en: <https://j387mediahistory.weebly.com/anti-japanese-propaganda-in-wwii.html>

³⁷² Esta cantidad aproximada solo contempla a japoneses nacidos en el extranjero que migraron a los Estados Unidos. Por la naturaleza de los censos previos a 1950, los descendientes de japoneses nacidos en Estados Unidos fueron contados como nativos. “Series A 115-118. Foreign Born Population by Sex and Race: 1850-1970”. Bureau of the Census, *US. Bureau of the Census Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1970, Bicentennial Edition. Part I*, T. I, Washington, D.C., 1975, p. 14.

³⁷³ Franklin D. Roosevelt, The White House, *Executive Order 9066*, Washington, 19 de febrero de 1942. National Archives, General Records of the United States Government; Record Group 11.

Un mes después de la ejecución del 9066, se creó la *War Relocation Authority*³⁷⁴ (WRA), agencia gubernamental a cargo de la creación, administración y vigilancia de campos de concentración exclusivos para descendientes japoneses, bautizados oficialmente como “centros de re-localización”. Ubicados en California, Oregón, Washington y Arizona, los campos fueron instalados en estados que presentaban una mayor cantidad de población migrante asiática, manteniéndose en operación hasta 1946. En sus cinco años de existencia, los catorce campos de concentración contaron con cerca de 120,000 civiles aislados celosamente vigilados por la policía militar interna.³⁷⁵ Los rubros de ingreso eran simples: todo japonés sospechoso de ser parte de la quinta columna era candidato para ser internado con todo y sus familiares, sin distinción de edad o género.

Fuera de los campos de la WRA, la propaganda trajo consigo un racismo renovado en el ámbito gráfico. Si antes el grupo asiático más estereotipado fueron los chinos, su suerte cambió con la guerra, ya que el propio manual de la BMP exige a las productoras dejar de reproducir estereotipos negativos sobre chinos en la medida de lo posible. En contraste con otras naciones, China tiene una mención especial, donde se enfatiza que los chinos “no son solo gente cilla que tiene lavanderías, son una gran nación culta y liberal, con quienes en algún futuro [Estados Unidos] tendrá un vínculo significativo en el mundo que se aproxima”.³⁷⁶ Por el contrario y a partir de 1941, la representación del japonés se hizo más cruda, ya que adaptó antiguos estereotipos del siglo XIX sobre asiáticos a la cultura japonesa, deshumanizándola.

La representación del japonés durante el período entreguerras se vuelve una amalgama de dos grupos históricamente menospreciados en Estados Unidos: chinos y judíos, así como de antiguas representaciones despectivas de las culturas bajo el colonialismo. De los primeros, se adoptaron características físicas de la representación de China en la caricatura política decimonónica: mala higiene, dientes prominentes y la piel amarilla, color asociado originalmente a los chinos vinculado al término *yellow peril* o “plaga amarilla”, una metáfora racial del siglo XIX que estigmatiza la migración asiática y la cultura de los

³⁷⁴ Autoridad de Re-localización de Guerra. Disuelta en 1946 por el presidente Truman.

³⁷⁵ Lynne Horiuchi, “History of the War Relocation Authority (WRA) Sites”, en *National Japanese American Historical Society*. Texto digital disponible en: <https://njahs.org/confinementsites/history/>, consultado el 9 de enero de 2025.

³⁷⁶ OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry...*, p. 177.

migrantes (idioma, tradiciones, etc.) como un peligro de la *American way of life*. Sumándose a los estereotipos físicos y el *yellow peril*, se etiquetó conductualmente a los japoneses como violentos, crueles y cínicos, mezclando características propias del estereotipo judío como el ser oportunistas o mentirosos con la imagen del soldado japonés o el *samurai*. Otro elemento visual considerable fue el cambio de la vestimenta tradicional por el uniforme de servicio japonés, o bien, una alusión al fascismo alemán con la inclusión del brazalete o bandera del ejército alemán. Esta última indumentaria da como resultado la adopción del término *japanazis*. [Fig. 80]

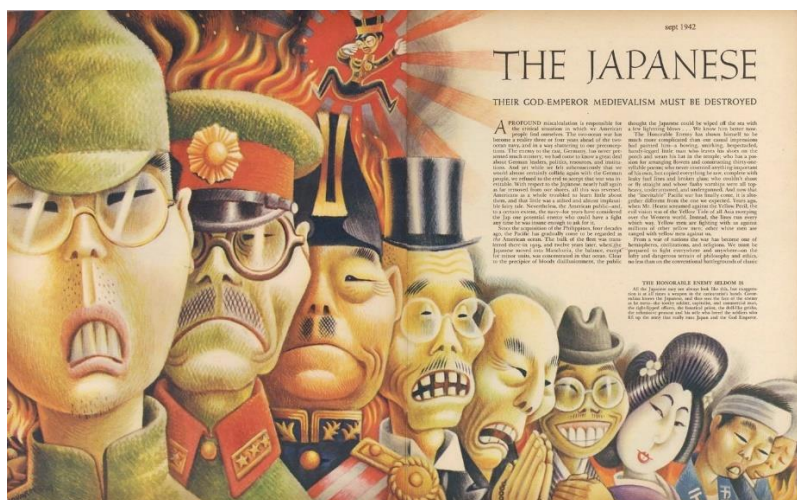


Fig. 80. Ilustración de Miguel Covarrubias titulada "El japonés" para la revista propagandística *Fortune Magazine*. El artículo contiene los estereotipos más comunes de la época y describe al enemigo asiático como: "el soldado dentado, el capitalista y el comerciante, los oficiales de labios herméticos (Hideki Tojo), el sacerdote fanático (un monje budista), la *geisha* con aspecto de muñeca, el campesino sumiso y su esposa que crían a los soldados que llenan el ejército que realmente dirige Japón y al Dios Emperador". "The Japanese. Their god-emperor medievalism must be destroyed", en *Fortune Magazine*. Vol XXVI, New York, Time Inc., septiembre, 1942. Imagen disponible en: <https://j387mediahistory.weebly.com/uploads/6/4/2/6/422481/02.jpg>

En cuanto al habla de los personajes estereotipados (ya sea plasmado en texto o en documentos audiovisuales a través de diálogos), se caracteriza por el uso del "*pidgin genglish*", término referente a la asimilación del idioma y cultura inglesa en otros territorios, derivado del colonialismo o el comercio.³⁷⁷ Si bien el *pidgin english* es un concepto fundamentalmente lingüístico y no estereotípico, este se reinterpretó de manera satírica en la caricatura al mostrar a individuos ajenos a la cultura anglosajona portando sombreros de copa, monóculos y trajes de gala mientras hablan de manera incorrecta el inglés. El uso de

³⁷⁷ Onyeka Nwelue, "On Writing in Pidgin English, and Other Colloquial Dialects", en *Brittle Paper*. Nigeria, 20 de septiembre de 2021. Texto en línea disponible en: <https://brittlepaper.com/2021/09/on-writing-in-pidgin-english-and-other-colloquial-dialects-onyeka-nwelue-essay/>, consultado el 19 de enero de 2025.

pidgin como estereotipo muestra a los individuos como un intento fallido y, en ocasiones, hipócrita, de parecer “educados”, “adinerados”³⁷⁸, “inteligentes” o “civilizados” al imitar a la cultura dominante, similar a lo que ocurre con los estereotipos del teatro *minstrel* (capítulo 1).

En el caso de los japoneses, la representación satírica del *pidgin english* tiene su origen en la cercanía que Japón tiene con Inglaterra durante la restauración Meiji³⁷⁹ que buscó “erradicar los malos hábitos que se practican desde tiempos lejanos”³⁸⁰ para remplazar el modelo “feudal” japonés por el occidental. Al detonarse la Segunda Guerra Mundial, los estereotipos rescataron los elementos anteriores tanto en la caricatura política y la propaganda, empleando el *pidgin* como estereotipo con el uso incompleto de frases, alargamiento de consonantes, mala ortografía y burla a la entonación incorrecta de palabras con la letra “R” cambiándolas por “L”.

Como parte fundamental de la propaganda *homefront*, la animación no estuvo absuelta de reproducir estas interpretaciones. Dirigido por Norman McCabe, animador que fue reclutado por el ejército. En *Tokio Jokio* (1943), plasmó todos los elementos estereotípicos antes mencionados, añadiéndole el humor *screwball* característico de las producciones de Warner en un filme satírico “filtrado de los *japanazis*”.

Conforme avanza el falso documental, las noticias del Imperio muestran retratos re-imaginados de la vida cotidiana japonesa durante la guerra en ocho segmentos, que abarcan desde las fuerzas armadas hasta la cultura. Aunque existe una distinción entre los civiles, que usan el *yukata* y la milicia uniformada, absolutamente todos los personajes masculinos presentan el estereotipo del japonés de dientes pronunciados, ojos exageradamente rasgados y el uso de las gafas redondas de Hideki Tojo. Otros más presentan la estética burlona de

³⁷⁸ Un equivalente en el México decimonónico son las “calaveras garbanceras” o catrinas de Guadalupe Posada, una crítica a la hipocresía de la sociedad porfirista.

³⁷⁹ Proceso político que abolió el sistema político anterior a 1868 dando paso a una nueva etapa de inserción comercial y política de Japón en los modelos occidentales. Estos cambios no solo se recientes en sus relaciones sociopolíticas, sino también en la propia cultura que comienza a integrar elementos occidentales en manifestaciones culturales como la ropa, el arte, el lenguaje, etc.

³⁸⁰ Lothar Knauth, “Construcción del Estado Moderno” en *Política y pensamiento político en Japón. 1868-1925*, El Colegio de México, 1992, p. 28.

elementos *pidgin english*, en representación de la burocracia y comerciantes japoneses, conviviendo con armamento, o bien manejando explosivos [Fig. 81].

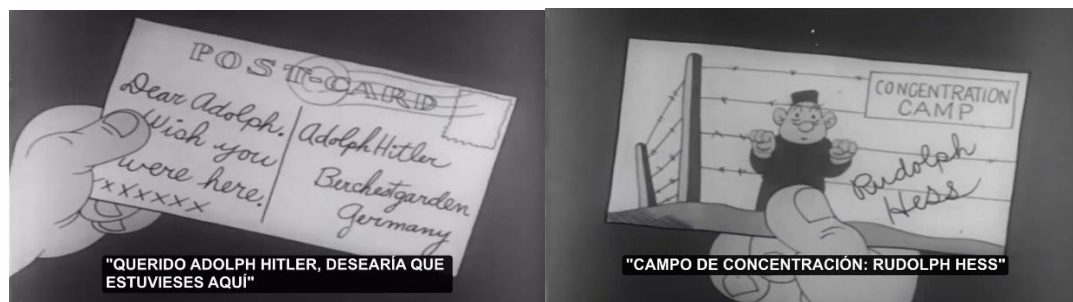


Fig. 81. Japonés civil portando elementos *pidgin*: sombrero de copa, traje de gala y monóculo. *Tokio Jokio*, Looney Tunes (series), dir. Norman McCabe, Warner Brothers, 1943.

Casi concluyendo la cinta, no debe faltar una mención a los políticos del momento a través del segmento “Noticias del Eje”, inaugurado por la aparición Isoroku Yamamoto (1884-1943), autor intelectual y almirante de la armada japonesa durante el ataque a Pearl Harbor Hitler, quien muestra sus intenciones de tomar la Casa Blanca. Más adelante, el corto hace referencia al programa de *Lord Haw Haw*, apodo del actor William Joyce, locutor de origen británico que sirvió como voz principal del *Germany Calling*, un programa de radio desmoralizante nazi dirigido a Inglaterra y sus colonias. En esta breve alusión, Joyce (quien es considerado un traidor por la opinión pública y la propaganda aliada) es transformado en burro y da la noticia de que Hitler ha recibido una postal desde un campo de concentración [Fig. 82], de nada menos que de Rudolf Hess, en ese tiempo, ex lugarteniente del *fuhrer* que para el momento de estreno del corto, se encontraba arrestado en el antiguo castillo de Buchanan. Hess fue desconocido por Hitler e incluso perseguido gracias a la errática decisión de Hess de entablar conversaciones de paz con Inglaterra en 1941 por su propia cuenta, ante un inminente ataque de las fuerzas soviéticas en el Oriente. Volviendo al corto, Hitler observa la postal con una expresión de incertidumbre, cerrando este penúltimo segmento.

Las noticias del Eje finalizan con un afligido Mussolini en medio de un campo con ruinas romanas, sentado sobre una columna que lo señala como la “ruina No. 1”, en referencia a las derrotas de Italia ante los aliados. Curiosamente, el estreno del corto (15 de mayo) coincidió con el día previo al bombardeo a Roma (16 de mayo), lo que sugiere un conocimiento previo de esta operación por parte del equipo de animadores y una posible petición por parte de la OWI para que dicho evento fuese representado antes de que el

bombardero fuese realizado. *Tokio Jokio* finaliza con un último segmento de sátira hacia la armada japonesa, dando fin a la cinta con un “buscador de minas” japonés, quien explota de manera hilarante.



Fig, 82. *Tokio Jokio*, Looney Tunes (series), dir. Norman McCabe, Warner Brothers, 1943.

Si bien hay un predominio de personajes masculinos en la producción de propaganda, las escasas representaciones de la mujer japonesa no faltaron. Estas imágenes se auxiliaron del arquetipo de la *femme fatale*, que, adaptado a la realidad asiática, retoma un estereotipo de los años 30: la *dragon lady*, la cual consiste en una mujer asiática dominante, fuerte y con un aura de misterio y sensualidad, creada desde un punto de vista masculino o *male gaze*. Visualmente, se les representa con un cuerpo hipersexualizado, vestimenta tradicional china *han* (vestido tipo *qipao*).

En el caso de Japón, la mujer dragón se manifiesta como una seductora cortesana japonesa usando el kimono de *geisha* o *yukata* tradicional. La “mujer dragón” también puede emplear el *pidgin english*, mas este elemento de exotismo se presenta como parte de su encanto y no tanto como un elemento satírico. Su contraparte sumisa es la *china doll* o bien, para el caso japonés, la *geisha* dulce: *lotus blossom* (flor de loto), ambos basados en la fantasía sexual masculina occidental.³⁸¹ Este estereotipo femenino atractivo estará presente en otros cortos de la Warner como *Nip de Nips*,³⁸² donde una coneja en *yukata* persuade a Bugs Bunny de abandonar una isla japonesa al presentarse como un tentador interés amoroso

³⁸¹ Celeste Nguyen, “Asian American Women Faculty: Stereotypes and Triumphs”, en Betty Taylor (Ed.), *Listening to the Voices: Multi-ethnic Women in Education*. San Francisco, University of San Francisco, 2016, p.131.

³⁸² El título es un juego de palabras entre el diminutivo *nips* (nipones) y *nip*: apretar o pinchar, traducándose como “detener a los nipones”.

para el protagonista, o bien, en la secuencia de *drag* por parte de Bugs Bunny al vestirse como una *geisha* para salvar su vida y burlar a un luchador de sumo [Fig. 83].



Fig. 83. Bugs Bunny en drag como geisha. *Nip the Nips*, Looney Tunes (series), dir. Friz Freleng, Warner Brothers, 1994.

En otra arista, pero fuertemente conectado a los estereotipos anteriores, encontramos a la *Tokio Rose*, nombre que la prensa sensacionalista estadounidense dio a las locutoras de radio del Imperio Japonés y a la propaganda psicológica de este medio, equivalente a *Sally Axis*, para referirse al programa de radio nazi *The German Calling*. El término también alude a un caso específico, el de Iva Toguri, una mujer japonesa-americana que vio imposible su regreso a Estados Unidos tras visitar a sus familiares en Japón meses previos al ataque de Pearl Harbor. Discriminada por su origen bicultural, Toguri buscó trabajo en Japón sin éxito hasta que fue contratada como traductora en Radio Tokio. Su suerte cambió cuando Charles Cousens (quien también era prisionero de guerra), encontró su voz como “estridente y sensual”³⁸³ y la eligió para ser una de las voces en el programa de radio *The Zero Hour*.

Hasta el final de la guerra, el programa transmitió mensajes desmoralizantes hacia Estados Unidos, que incluyeron relatos cortos de infidelidad³⁸⁴ (dirigido a los cuerpos de la milicia), amenazas de un segundo Pearl Harbor, así como confesiones, abusos y testimonios de prisioneros de guerra aliados procedentes de las entrevistas y torturas por parte de la guardia civil *Kenpeitai*.

Visualmente, la *Tokio Rose* fue representada con algunos elementos de la *dragon lady*, como la sensualidad implícita de su voz seductora, aspecto que se rescató en adaptaciones de la historia al cine liveaction. Sin embargo, en la animación la imagen fue

³⁸³ Guerrilla Girls (colectivo), *Op.Cit.*, p. 65.

³⁸⁴ *Idem.*

menos piadosa, pues mezcló el estereotipo de la *geisha* sumisa con las características físicas presentes en personajes masculinos [Fig. 84].



Fig. 84. De derecha a izquierda: Iva Toguri en Tokio. Julio, 1946. (Fotografía de Harry S. Truman Library & Museum) / Lotus Long como la locutora misteriosa en *Tokio Rose* 1(1946) / *Geisha* locutora en *Tokio Woes* (1945).

El corto *Tokio Woes* (1945), no solo se presenta un título en *pidgin english*, sino también una ridiculización sobre el éxito de *The Zero Hour*, al mismo tiempo que exalta a la marina estadounidense y promueve los bonos de guerra. Con un menor presupuesto que la serie Looney Tunes, *Tokio Woes* ofrece una *geisha* inicial sin mayor exageración, que avanza solemnemente a la cabina de radio. Una vez en el micrófono y tras una reverencia, se transforma en un estereotípico japonés en *yukata* y lejos de tener la sensual voz de Toguri o de Lotus Long, la locutora habla un marcado acento inglés *pidgin* (exageración típica del humor *screwball*), mientras esparce rumores junto a sus compañeros locutores, un soldado raso y un hombre en traje, ambos con los característicos lentes de Tojo [Fig. 85]



Fig. 85. *Tokio Rose* en la secuencia inicial, representada como una mujer *lotus blossom* sin mayor exageración física (derecha), *Tokio Rose* sosteniendo un “obsequio” de la marina estadounidense junto a Hideki Tojo y un civil vestido como *pidgin english* (izquierda). *Tokio Woes*, Mr. Hook (series), dir. Robert Clampett, Warner Brothers Cartoons – US Navy, 1945.

* * *

En contraste con las representaciones de las potencias del Eje, un tipo de animación propagandística se deshizo de los estereotipos para mostrar su cara más amistosa: la animación diplomática. Sin embargo, en su esfuerzo por compartir la *American way of life* con el mundo, al mismo tiempo se estaba gestando en el bando enemigo el desarrollo de sus propias estrellas animadas, dispuestas a dar un revés al Tío Sam en la primera oportunidad.

3.4 El *homefront* más allá de la frontera. La animación diplomática y extranjera.



Fig. 86. *Americans all, let's fight for victory* : *Americanos todos, luchamos por la victoria*. León Helguera, 1943. Colección: World War Poster Collection, UNT Libraries Government Documents Department to the UNT Digital Library, imagen disponible en: <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metad426/>

Inglaterra, Francia o momentáneamente la Unión Soviética, no fueron los únicos aliados que necesitaba Estados Unidos. Con la llegada de la guerra, Estados Unidos buscó por todos los medios, encontrar simpatizantes en su cruzada contra el totalitarismo. La propaganda para dicho cometido no fue menor a la creada para el *homefront* y, al ser tan específica, requirió la adaptación de los preceptos de la *American way of life* según las realidades de cada país, pues el público objetivo ya no era únicamente el pueblo estadounidense.

Por ejemplo, en el caso de China, la propaganda fue esencialmente enfocada a evocar el descontento (ya existente) de la población, que fue víctima de la colonización japonesa.³⁸⁵ Con la colaboración de la facción nacionalista, se crearon carteles y panfletos lanzados desde los aviones con dibujos antijaponeses y breves frases de aliento en torno a la libertad y la defensa nacional. En cuanto al resto de naciones europeas y asiáticas, su representación fue esencialmente a través del uso de las banderas, unidas como un solo frente, ya sea contra los japoneses o la Alemania Nazi.

³⁸⁵ Un ejemplo de este tipo de posters es “This soldier drives the Japanese from China's field and hills-- give him your help!”. Litografía a color. s/a, C. 1945. LOC, OWI Collection, serie: Artist poster filing, Digital Id: ppmsca 43535 //hdl.loc.gov/loc.pnp/ppmsca.43535, disponible en: <https://www.loc.gov/item/2015646606/>

Aunque la propaganda de “hermandad” mundial incluyó las banderas o símbolos de algunos países de Latinoamérica [Fig. 86], el gobierno de Roosevelt tuvo una preocupación particular en tanto a la representación y relaciones de estos últimos, dado a que, iniciada la guerra, cada país latinoamericano se convirtió automáticamente en una zona estratégica en disputa que, de entablar alianzas con las potencias del Eje, significaría una gran posibilidad de derrota.

Para lograrlo, continuó con los preceptos de la Política de la Buena Vecindad, establecida desde 1933, como parte de la agenda del *New Deal*. Este cambio necesario respondió a los esfuerzos frustrados de la administración anterior para limpiar la imagen de Estados Unidos en la escena internacional. En el caso de Latinoamérica, el presidente Hoover realizó un “Tour de Buena Voluntad” junto a su esposa en 1928, visitando 10 países latinoamericanos, por el cual pudo dar cuenta del descontento generalizado respecto a su nación.³⁸⁶ Y no era para menos. Los presidentes anteriores a Roosevelt se encargaron de forjar la fama de imperialista de Estados Unidos, gracias a las múltiples intervenciones militares durante el siglo XIX e inicios del XX, aspecto que ni la implementación del *watchfull waiting* pudo evitar.

Es puntual señalar que, aunque la nueva política externa de Roosevelt no abandonó del todo la estrategia del *watchfull waiting*, esta sí logró diferenciarse de los *tours de buena voluntad* gracias a la actitud³⁸⁷ y el aura de confianza que Roosevelt logró transmitir a través de su campaña de optimismo. En Latinoamérica, la “buena vecindad” buscó propiciar la “buena voluntad” entre los pueblos, la formación de redes solidarias de comercio y turismo a través del fomento a la inversión extranjera, a la vez que aseguraba la “no intervención arbitraria en los asuntos internos de los países latinoamericanos”.³⁸⁸

Con llegada de la guerra, la política de la Buena Vecindad funcionó como una base sólida para la creación de propaganda de entreguerras dirigida a estos países, así como una herramienta para apagar todo ánimo fascista, presente desde la década de los 20 en toda Latinoamérica a través de partidos conservadores. Roosevelt unió fuerzas con políticos

³⁸⁶ Alicia Vargas Gené de Fournier, “La política de la “Buena Vecindad””, en *Revista Estudios*. San José, Universidad de Costa Rica, N°. 1, 1978, p. 55.

³⁸⁷ *Ibidem*, p. 56.

³⁸⁸ *Idem*.

libertarios, empresarios y artistas para buscar la cooperación de América Latina en torno a la guerra, al mismo tiempo que mostraba una faceta más “suave” de la hegemonía estadounidense, promoviendo la unión solidaria bajo la idea del panamericanismo, un concepto nacido en la prensa estadounidense de finales del siglo XIX³⁸⁹, asociado a la unión o cooperación entre los países de América, donde Estados Unidos se coloca a la cabeza de dicha organización.³⁹⁰ Esta misión de unidad no está exenta de producir imágenes que juegan con elementos de la cultura popular latinoamericana.

Con la llegada de la Segunda Guerra Mundial, Latinoamérica supone un reto para la propaganda estadounidense; ya no solo es un mercado potencial, sino también ha adquirido una importancia geopolítica igual de importante que el su población local. Latinoamérica se transforma -para la propaganda- en un segundo *homefront* que trasciende las fronteras sureñas y que debe seducir cuidadosamente implementando los medios efectivos que ya ha aplicado en casa, incluyendo el “arma de la verdad”, en su versión animada. Asimilando iconos de la cultura popular externa y la *American way of life*, la propaganda latinoamericana de entreguerras logra despojar, por primera vez, al estadounidense de su protagonismo constante, pasando a ser un simple espectador que, en el mejor de los casos, sirve como alivio cómico y como un despistado turista en tierras lejanas.

3.4.1 ¡Saludos Amigos! La propaganda animada para Latinoamérica.

La animación estadounidense dirigida a Latinoamérica trató de acercarse con encanto y respeto a las naciones que pretendía hacer sus aliadas. Hechas por encargo de la OWI, con apoyo de Rockefeller y bajo la supervisión de la Coordinación de Asuntos Interamericanos (en adelante, CIAA), la animación ya no solo era un elemento importante de la propaganda interna, también se volvió un embajador de buena voluntad para el caso latinoamericano.

Motivado por sus propios valores patrióticos, Walt Disney fue el principal colaborador de la CIAA en cuanto a animación “panamericana” se trata, con la planificación de 12

³⁸⁹ Derivado de la Conferencia Internacional Americana, que fue bautizada por los medios como Conferencia Pan-Americana. El término se hizo oficial cuando la Oficina Comercial de las Repúblicas Americanas fue rebautizada como Unión Panamericana. Es importante no confundirle con el latino americanismo, que excluye de esta convergencia política a Estados Unidos y es un concepto propio del ambiente intelectual. Juan David Correa Henao “Panamericanismo versus latinoamericanismo: tensión geopolítica y civilizacional”, en *Analecta Política*, Vol. 10, No. 19, julio-diciembre, 2020, p. 72

³⁹⁰ *Idem.*

cortometrajes que serían presentados en tres películas con 4 segmentos cada uno. Estas animaciones apelaron al tercer punto del manual del BMP (Las naciones unidas y los pueblos), específicamente al punto 5, el cual enfatiza la necesidad de representar a Latinoamérica de una manera amistosa, que en palabras de la BMP “debe darse a entender que la cooperación amistosa de Latinoamérica es vital para la victoria y una paz decente”.³⁹¹ Nuevamente, Disney descartó a Mickey como opción principal para representar a Estados Unidos, recurriendo a Donald, descrito por el New York Times como “un típico vecino ruidoso que ahora se ha convertido en una especie de embajador a lo grande, un vendedor del *American way of life*”.³⁹²

Contrastando con todo lo abordado en esta investigación respecto a exagerados estereotipos raciales en animaciones tipo “expedición” o falso documental (*The Isle of Pongo Pongo*, *Tokio Jokio* o *Education for Death*), *Saludos amigos* y *Los Tres Caballeros* son un respiro, en la medida de lo posible, de las exageraciones raciales y chistes cínicos *screwball* a costa de una cultura. Cada corto se complementa con breves segmentos educativos de la región a visitar, lo que da la sensación de estar ante publicidad de una agencia de viajes. Y aunque la exotividad no falta en este conjunto de cortos, por esta ocasión, no es el blanco para una comedia de corte racial como lo había manejado la animación durante los últimos cuarenta años. Es en el extranjero donde recae dicha responsabilidad. Así, el turista estadounidense representado por Donald y Goofy se muestra superado por el ambiente desconocido y colorido que le aguarda.

Saludos Amigos, primera recopilación de tres, plantea desde un inicio su propósito: ser una muestra de gratitud hacia los países que componen cada cortometraje. Cumpliendo con los caprichos del manual de la BMP, se enfatiza el panamericanismo al acompañar los títulos iniciales con una breve canción que incita a “ser buenos vecinos”, una clara referencia a las políticas de Roosevelt:

Hello Friends, cantemos,
Salud y fraternidad
Ya es hora de vivir en buena amistad.

³⁹¹ OWI-BMP, *Government Information Manual for the Motion Picture Industry...*, p. 177.

³⁹² Daniel Kothenschulte, *Op. Cit.*, p. 228.

Hello Friends, vecinos unidos hay que estar

El sol nace en un nuevo día

Que nos trae felicidad.

La canción finaliza con un mensaje amistoso del propio Walt Disney: “con sincera apreciación por su cortesía y cooperación demostrada por artistas, músicos y nuestros muchos amigos en Latinoamérica”,³⁹³ seguido de una pequeña advertencia: lo que el espectador va a presenciar es un simple acercamiento a las culturas latinoamericanas, desde la mirada estadounidense.

En el primer corto, Donald es burlado por una llama peruana y tras una breve inclusión de los Andes con el corto intermedio de *Pedrito*, la tercera parte de la película emplea a Goofy para contrastar su herencia *cowboy* con el *gaucho* argentino, una figura familiar en la filmografía del estudio desde 1928,³⁹⁴ que refiere a los habitantes rurales de la pampa y, similar al caso del charro en México, el *gaucho* es una alegoría de la masculinidad argentina en la cultura popular. Visualmente, se le representa como un hombre solitario y trabajador, montado a caballo, usando un pantalón estilo bombacha, chiripa, rastra, botas de potro con espuelas y un elegante pañuelo, portando un cuchillo, boleadoras (una arma de caza con tres piedras inferiores) y tomando hierba mate [Fig. 87].



Fig. 87. Comparativo entre *Gaucho* (detalle) por Eleodoro Marengo (izquierda), y el *Gaucho* Goofy (derecha).

Aunque la figura de *gaucho* no se ridiculiza *per-se*, la interpretación de Disney si juega con los atributos que tiene en la cultura popular argentina. Mientras el *gaucho* de

³⁹³ Saludos Amigos, dir. Norman Ferguson, Walt Disney Productions-RKO Radio Pictures, 1943, min. 1:00.

³⁹⁴ *The Gallopin' Gaucho*, dir. Ub Iwerks, Walt Disney Studio, 1928.

referencia es serio, errante y melancólico,³⁹⁵ la animación utiliza el estado ficticio de Goofy para mostrar una imitación inverosímil al vestir al personaje como uno, el cual carece de todos los atributos antes mencionados, porque además de ser un caricatura, es un extranjero. El cortometraje es lo suficientemente cuidadoso para resaltar que esta interpretación estadounidense no se acerca -ni pretende hacerlo-, a la galanura del *gaucho* real. Jack Kinney, director de la cinta, señaló que Goofy solo estaba repitiendo un modelo argumentativo de filmes previos, donde el personaje demuestra “con mucha gracia, el modo equivocado de realizar alguna actividad”,³⁹⁶ por lo que *El Gaucho Goofy* no sería la excepción, ya que el hecho de que fuese un estadounidense matizaba el humor sin provocar alguna disputa diplomática.³⁹⁷

Pero de todos los cortos que componen esta antología animada, fue el último el que le valió a Disney continuar colaborando satisfactoriamente con la misión panamericana de la CIAA y obtener un par de viajes más patrocinados por esta misma institución. *Aquarela do Brazil* no solo se destaca por su armonía musical con la composición de Ary Barroso o por la belleza del arte de Mary Blair sincronizado con los personajes. El corto presenta a un personaje con el mismo, o incluso más carisma que el pato blanco de Disney: José Carioca, un alegre loro verde en alegoría a la vida bohemia en Río de Janeiro, que es totalmente contrastante con el amargado pato *marine*. Acompañado de José, Donald conoce algunos de los sitios turísticos más notorios del momento: Urca, Copacabana y Atlántico mientras baila al ritmo de samba.

José Carioca es, en esencia, una reinterpretación de una de las alegorías más antiguas sobre Brasil que, si bien no está ligada del todo a un estereotipo, si alude a un símbolo elegido desde la percepción extranjera en tiempos coloniales: el loro. María Helena Maira sostiene que los brasileños no adoptaron el ave como símbolo nacional en la iconografía cívica como es el caso del águila estadounidense, ni tampoco le contemplaron para aparecer en los billetes

³⁹⁵ Arturo Claudio Laguado Duca, “El gaucho en la escena argentina”, *Boletín Cultural y Bibliográfico*, Bogotá, Banco de la República-Talleres Gráficos, Vol. 10, Nº. 3, 1967, p. 629.

³⁹⁶ Daniel Kothenschulte, *Op. Cit.*, p. 220.

³⁹⁷ *Idem.*

y sus apariciones en la caricatura política eran más bien peyorativas contra miembros del congreso.³⁹⁸

A pesar de ser un ícono ambiguo, la elección de un loro pareció la más adecuada para el estudio, puesto que, al ser un animal no relacionado con símbolos patrios, resultó ser un lienzo en blanco con amplias posibilidades para los artistas y la visión de Brasil que quisieran plasmar en el corto, siempre y cuando se apegara a los límites de la BMP, así como a la visión nacionalista del renovado Estado brasileño. Sin embargo, la libertad de diseño de personajes en *Aquarela do Brazil*, terminaron por hacer del loro un conjunto de clichés asociados a la exotividad brasileña y su cultura popular: el amor a la samba, los carnavales y la vida nocturna acompañada de hermosas damas [Fig. 88] A pesar de esta generalización, eso no impidió que José Carioca lograra el objetivo de la cinta: ganarse el corazón de público, al mismo tiempo que expuso a la audiencia a un brillante comercial de propaganda estadounidense.



Fig. 88. Poster promocional del filme para cines estadounidenses. RKO-Walt Disney, 1943. Imagen disponible en: https://disney.fandom.com/es/wiki/Saludos_Amigos?file=Saludos-amigos-2.jpg

³⁹⁸ Marina Helena Meira “Três papagaios e o Brasil na Segunda Guerra Mundial. Disputas representacionais e o cotidiano de guerra”, en *Revista Maracanã*, Río de Janeiro, No. 30, mayo-agosto, 2022, pp. 178-179.

Dado el éxito de este primer film recopilatorio, el trato entre Disney y la CIAA de crear más alegorías latinoamericanas se solidificó. Con un mayor tiempo de producción, Disney preparó el siguiente filme panamericano, nuevamente compuesto de cuatro cortometrajes que superaron con creces a su antecesora.

Los Tres Caballeros llega a los cines de México en la temporada decembrina de 1944, meses antes de su estreno formal en tierra estadounidense, plasmando desde este pequeño gesto cuál era su mercado objetivo. Siguiendo la estructura de *Saludos Amigos*, el corto emplea la figura del extranjero como elemento disruptivo y cómico en tres de los cuatro cortometrajes, con excepción del *Pequeño Gaucho*, donde la mítica figura de la Pampa es abordada desde una perspectiva más moderada al no incluir una estrella Disney como co-protagonista. Sin embargo, la película se permitió una mayor extensión en los últimos dos segmentos, dedicados a Brasil y México, que implementan una impecable mezcla de actores reales con los personajes animados.

En cuanto a la representación carioca, se intentó repetir la fórmula que se había visto en *Aquarela do Brasil*, centrándose en plasmar la zona de Bahía, misma que da nombre al cortometraje. Sin embargo, de todos los segmentos del filme, el más impresionante y detallado es *La Piñata*, cortometraje centrado en la cultura mexicana y que presenta al tercer caballero: Panchito. Diferente a Donald y José, esta tercera alegoría nacional si se inspira en un símbolo que, aunque no es patrio, si es reconocido de manera general en México como representativo del pueblo mexicano (el gallo), retoma a una figura históricamente relevante para la cultura popular (el charro) y presenta parte de los estereotipos conductuales asignados a este.

El charro, alegoría popular del pueblo mexicano en la caricatura política y satírica tanto de México como en el extranjero, se inspira al igual que el *gaucho* argentino, en un personaje real de las zonas rurales. Caracterizado por el uso de pantalones ajustados y chaqueta con elegantes bordados, camisa de vestir, uso de sombrero de ala ancha y ocasionalmente un paliacate, el charro real se encontraba en las haciendas, rancherías y en el campo, a menudo a caballo a cargo de sus peones o cuidando sus parcelas.

Durante la etapa pre revolucionaria, su imagen se traspasa a la prensa mexicana por medio de la caricatura como antítesis del porfirismo, pues se transforma simbólicamente en

aquel México “sufriendo y protestando”³⁹⁹, haciendo frente a la afrancesada modernidad porfirista. Sin embargo, bajo la lente estadounidense y, particularmente durante y después de la Revolución Mexicana, la imagen idílica del charro como símbolo de resistencia se transforma en la de un bandido salvaje, a menudo iletrado, víctima de los efectos del pulque o el tequila y aludiendo a alguno de los dos iconos de los movimientos revolucionarios: Pancho Villa o Emiliano Zapata.

Cuando el charro no está borracho, su carácter temerario se vuelve amenazante para el extranjero y, en el caso de Estados Unidos, alude a la propia inseguridad en la frontera Norte que provocaron los cambios abruptos en la política mexicana a inicios del siglo XX. Esta imagen artificial del charro desde una perspectiva estadounidense influyó profundamente en la imagen turística de México, una temática central de *Los Tres Caballeros* que se ve representada con el personaje de Panchito que, a escasos minutos de su aparición, reúne todas las características del charro del imaginario estadounidense: porta pistolas (que dispara sin razón aparente) y da gritos estridentes que intimidan al extranjero (en este caso, Donald) y se muestra extremadamente temerario [Fig. 89].



Fig. 89. Fotogramas durante la interpretación de *¡Jalisco no te rajes! Los tres caballeros*, dir. Norman Ferguson, et al., Walt Disney Productions-RKO Radio Pictures, 1944.

En *La Piñata*, Donald sigue manteniendo su rol del turista despistado, mientras se sumerge en una fantasía de color, fiestas y particularmente... mujeres. Si bien el corto no muestra nada explícito, llama la atención la presencia constante de modelos femeninas que, sobre todo en la secuencia dedicada a Acapulco, son perseguidas por un enamorado Donald. Esta visión idílica de las playas y de la propia mujer mexicana puede responder a dos

³⁹⁹ Victor Alba, “The Mexican Revolution and the Cartoon”, en *Comparative Studies in Society and History*, Vol. 9, No. 2, enero, 1967, pp. 124.

aspectos: 1) la agenda diplomática de la CIAA, la cual incluye el turismo, y 2) la propia distorsión de la imagen de México en el imaginario estadounidense como un sitio no solo de esparcimiento, sino también de libertinaje [Fig. 90].



Fig. 90. Donald persiguiendo bañistas en Acapulco. *Los tres caballeros*, dir. Norman Ferguson, et al., Walt Disney Productions-RKO Radio Pictures, 1944

A pesar de los elementos genéricos presentes en Panchito, así como el retrato ocasional de México como un sitio plagado de cactus y sarapes a lo largo del filme, esto no detuvo su popularidad en el público mexicano, gracias a la inclusión cuidadosa de elementos mexicanos como son la danza regional, tradiciones como las posadas, o sitios de interés turístico. La película obtuvo un buen recibimiento por parte de las autoridades mexicanas, ya que la misión de la CIAA se alineó con la agenda política del presidente Manuel Ávila Camacho (1940-1946) que, en contraste a la administración de Lázaro Cárdenas, buscó incentivar la inversión extranjera y reactivar el sector turismo, el cual se encontraba abandonado desde 1934 en pro de proyectos de corte social, el reparto de tierras y la nacionalización de bienes.

Sumado al contexto de entreguerras, el hecho de que nuevamente el recurso cómico recayera en manos del Donald turista, deja a Panchito (y también a José Carioca) como un personaje listo y alegre que logra burlar (de una manera amistosa) al vecino del Norte y su *american way of life* gracias a su ignorancia sobre la cultura mexicana. Este carisma le valió a Panchito ser adoptado por las “Águilas Aztecas” (Escuadrón 201) de la Fuerza Aérea Mexicana como su mascota, apareciendo no solo en avionetas, sino también en memoriales

de la participación de México en la Segunda Guerra Mundial como apoyo a las tropas estadounidenses en Filipinas [Fig. 91].



Fig. 91. Miembro del Escuadrón 201 junto a un "Pancho Pistolas" pintado en el ala de una avioneta japonesa derribada por los Aliados. Filipinas, c. 1945. Reproducción de la fotografía original expuesta en el Museo Militar de Aviación Tte. P.A. José Espinosa Fuentes.

El éxito moderado de *Los Tres Caballeros* elevó las expectativas para el próximo largometraje de “buena voluntad” de Disney, el cual incluiría entre sus visitas diplomáticas, la ansiada representación de Cuba. Sin embargo, con el fin de la guerra en 1945 y con ello, el fin de la política del Buen Vecino,⁴⁰⁰ la futura recopilación de cortos se quedó pausada y, con el estallido de la Revolución Cubana (1953-1959), se volvió un sueño imposible, ahora enlatado de los archivos de California de Walt Disney.

El desarrollo de los experimentos “de buena voluntad” producto de la dupla Disney-CIAA, coincidieron temporalmente con un bloque emergente de animaciones que contrastaban con el amigable retrato de Estados Unidos en la animación occidental. La reacción de las potencias del Eje ante la representación satírica de su cultura no pasó desapercibida y lejos de ser embajadores de buena voluntad, los personajes de Alemania y - sobre todo- Japón, estuvieron dispuestos a usar a la cultura popular estadounidense en su contra e incluso, “asesinarla”.

⁴⁰⁰ Daniel Kothenschulte, *Los Archivos de Walt Disney. Sus películas de animación, 1921-1968*. Boznia-Herzegovina, Taschen GmbH, 2016, p. 230.

La representación de Estados Unidos fue variable, pero en todos los casos, también fue adaptativa del propio modelo visual y fórmula propagandística hollywoodense, ya que el atractivo sus producciones era innegable. A partir de sus propios intereses, los enemigos del Tío Sam crearon sus propios dibujos animados e historietas propagandísticas, fomentando a su vez una industria incipiente en torno a este tipo de arte.

3.4.2 Los enemigos del Tío Sam. Estados Unidos en la propaganda animada del Eje.

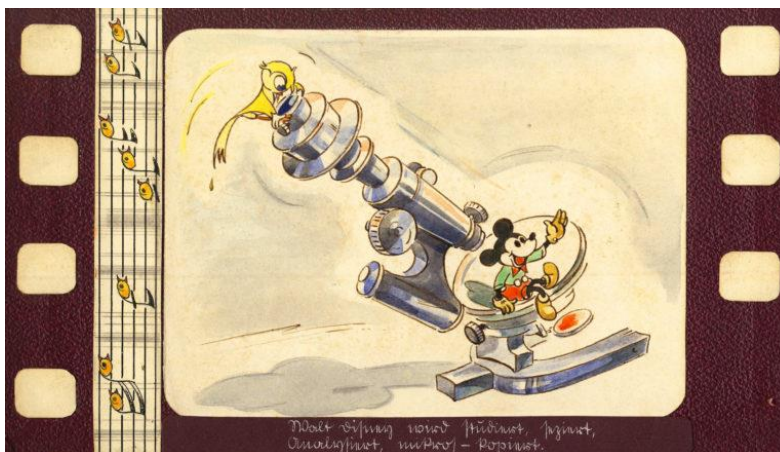


Fig. 92. Hansi el canario, personaje principal del estudio DZF, observando a Mickey desde un microscopio. En el negativo se lee “Walt Disney es estudiado, diseccionado y analizado”. Deutsche Zeichenfilm GmbH - Gerhard Fieber, c. 1943. Colección DIAF / JP Storm. Imagen disponible en: <https://pin.it/7FxxEMc>.

A pesar de la prohibición de una gran cantidad de películas occidentales (incluyendo la animación), en Alemania la fascinación que el ministro de propaganda Joseph Goebbels tuvo por las producciones de Disney, llegaron hasta la oficina del *Fuhrer* cuando, en vísperas de Navidad, Goebbels regaló a Hitler cerca de 18 películas de Disney.⁴⁰¹ Este primer acercamiento del régimen con la animación propició el 7 de agosto de 1941 la creación del Deutsche Zeichenfilme GmbH⁴⁰² (DZF), un estudio de animación financiado por el Estado, buscando no solo emular el éxito de la animación estadounidense, sino superarlo [Fig. 92]. El DZF logró la producción el filme *Armer Hansi* [Pobre Hansi] (1943), como una propuesta nacional para remplazar los cortos de Disney y una antítesis de la propaganda *homefront* estadounidense.

⁴⁰¹Norbert Bolewski, “Traumschmelze – der deutsche Zeichenanimationsfilm 1930-1950”, en *FKTG. Gesellschaft Für Elektronische Medien*, 2013. Texto disponible en: <https://www.fktg.org/node/5140/traumschmelze>, consultado el 22 de diciembre de 2024.

⁴⁰² Traducido como “Compañía de Animación Alemana”. El termino *GmbH* es equivalente a “sociedad” “empresa” o “compañía”.

El protagonista de este corto es Hansi, un canario soñador que añora vivir en libertad.⁴⁰³ Un par de accidentes y un fracaso amoroso después son suficientes para quebrantar la ilusión del canario, quien resuelve que es preferible vivir en su jaula que en el mundo exterior [Fig. 93.], un mensaje un tanto contradictorio para todo partidario de la *American way of life* y sus cuatro libertades, pero con todo el sentido del mundo en un régimen totalitario que ve a la libertad (en términos de los aliados) como obstáculo al desarrollo del tercer Reich.

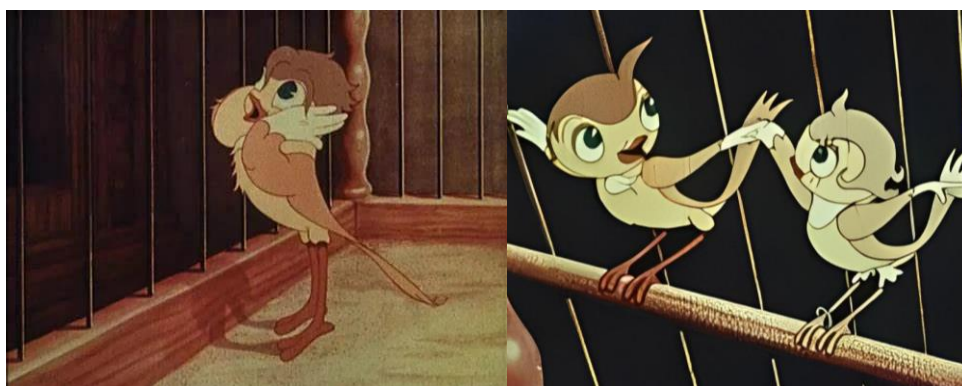


Fig. 93. *Armer Hansi* [Pobre Hansi], dir. Frank Leberecht, Deutsche Zeichenfilme GmbH, 1943.

Se puede interpretar que la decisión de Hansi es lógica en la Alemania Nazi, pues esta animación refiere a la pasividad que el tercer Reich busca evocar en el pueblo alemán. A grandes rasgos puede parecer que la creación del DZF no tiene defectos como lo buscaba la misión de pureza racial de Hitler, pero ni su ternura ni su historia logran aumentar la taquilla local. Para sorpresa de ministro de propaganda, *Armer Hansi* fue un fracaso total, frustrando el ambicioso objetivo de Goebbels de poder adoctrinar a su propio *homefront* al estilo Disney.

Aunque Hansi no logró la popularidad esperada, la producción de animación no se detuvo en el primer y último experimento de masas de la DZF. La animación educativa y táctica tuvo mayor apoyo, quedando en manos del estudio Mars-Film GmbH, el cual a su vez subcontrató a Boehner-Film Dresden, Ewald-Film y Sigma-Film en Berlín, y al cineasta Hans Fischerkoesen. A pesar de la situación del anonimato en que muchos artistas se encontraban, algunos no logran salvarse de los juicios posteriores a la guerra. Uno de ellos fue el propio

⁴⁰³ Personalmente, me fue imposible no ver una similitud entre este corto y el episodio de “Pouic y el mirlo” de la serie *Les Contes de la rue Broca* [Cuentos de la calle Broca] (1995), donde un niño sueña con convertirse en un ave y ser libre. Tanto Pouic como Hansi pasan las mismas situaciones.

Fischerkoesen, quien estuvo internado en el antiguo campo de concentración de Sachsenhausen (que se había convertido en el campo especial n.º 7 de la agencia rusa NKVD⁴⁰⁴ después de la Segunda Guerra Mundial), desde 1945 hasta mediados de 1948.⁴⁰⁵



Fig. 94. Momotaro por T. Hasegawa. Ilustración del libro *Momotaro* (Japanese Fairy Tale Series Number 1), trad. David Tomson, 1886.

En Japón, la experimentación fue mucho más exitosa. Tras prohibir el cine occidental (excepto por los filmes de los países del Eje), el Estado colaboró con diversos directores para la creación de su propia propaganda animada, la cual empleaba a nivel visual, un diseño tierno y la inclusión de personajes literarios y/ simbólicos del folklore japonés, como parte de la agenda *Kokutai*.⁴⁰⁶ Momotaro, uno de los personajes más antiguos, tiene una aparición considerable en la animación del periodo entreguerras. Según el relato tradicional, una mujer anciana y sin hijos encuentra un durazno gigante flotando en el río,

que recoge para compartir con su marido. Dentro del durazno aparece un pequeño niño, que proclama haber sido enviado por los dioses para ser su hijo [Fig. 94]. El pequeño Momotaro crece y vive tranquilamente en la aldea junto a la pareja, hasta que un conjunto de ogros (*oni*), comienzan a asolar la región. Dotado de un insólito coraje y sentido de la justicia, Momotaro decide viajar hasta la isla de los ogros (*Onigashima*) para acabar con las fuerzas del mal, acompañado de un perro, un mono y un faisán que se unirán a la lucha.⁴⁰⁷

El uso de esta leyenda no es casualidad, ya que su leyenda fue un lienzo inicial perfecto para plasmar la lucha del “bien y el mal” donde Momotaro era para Japón lo que el

⁴⁰⁴ Comisariado del Pueblo para Asuntos Internos de la Unión Soviética

⁴⁰⁵ “Chronologie zum Animationsfilm in Deutschland 1940–49”, en *DIAF: Deutsches Institut für Animationsfilm*. Disponible en: <https://www.diaf.de/forschung/chronologie-zum-animationsfilm-in-deutschland/chronologie-zum-animationsfilm-in-deutschland-1940-49/>, consultado el 22 de diciembre de 2024

⁴⁰⁶ Traducido como “cuerpo nacional” o “esencia tradicional de Japón”, hace referencia al nacionalismo Japonés del Imperio, compuesto por el culto al emperador y la milicia. En la aviación, el termino se emplea para referirse a un grupo de aviones *kamikaze*.

⁴⁰⁷ Marisa Peiró, “Momotaro se fue a la guerra: infancia, propaganda y animacion I” en *Revista Ecos de Asia*, Zaragoza, No 16, mayo, 2015, pp. 38-29.

Tío Sam es para Estados Unidos. Por su parte, los ogros de *Onigashima* se transforman los aliados, los monstruos que atentan contra la magnificencia del Imperio. Este recurso no será empleado solo en filmes animados, ya que ambas alegorías son constantes en todo tipo de propaganda, como son el mono *Sankichi*, el manga⁴⁰⁸ de *Norakuro* y los numerosos panfletos y carteles de entreguerras [Fig. 95.] En la animación, los estadounidenses son retratados como seres crueles y salvajes, así como deformes. Cuando el diseño de ogro no aparece, en su lugar lo hacen las estrellas animadas como Brutus, Popeye o Mickey Mouse, que contrastan con la figura de Momotaro cuyas virtudes morales y divinas son extendidas a la guerra.



Fig 95. Churchill (izquierda) - y Roosevelt (derecha), representados como *Oni* en un folleto japonés. C. 1940.

Un corto que antecede la propaganda japonesa durante la Segunda Guerra Mundial pero que ya incluye los elementos antes mencionados es *Kuroneko Banzai*⁴⁰⁹ (1936) dirigido por Takao Nakano y producida por Jenkins Osawa Studio (J.O.) y Photo Chemical Laboratories Film Studio of Tokio⁴¹⁰ (PCL). Estados Unidos es representado por su mayor icono cultural a nivel animación de ese momento: Mickey Mouse. De manera surrealista, la figura del ratón es distorsionada de manera monstruosa, desde simular un avión caza, hasta transformarse en

⁴⁰⁸ Equivalente a los comics occidentales en Japón.

⁴⁰⁹ Otro título que facilita la búsqueda de este material es *Ehon 1936 nen (Libro Ilustrado, 1936)*. Esta animación pertenece a las series *Omochabako* (Toybox).

⁴¹⁰ A partir de 1947, PCL se fusiona con la compañía Toho Eiga y cambia su nombre a Toho Co. Miles Imhoff, "Toho's Forgotten Years" en *Toho Kingdom*, 9 de agosto, 2014, disponible en: {<https://www.tohokingdom.com/blog/tohos-forgotten-years/>}, consultado el 22 de diciembre de 2024.

un *oni*⁴¹¹ gracias al enorme garrote que porta y el terror que infunde en los otros personajes. Este pseudo Mickey es derrotado por Momotaro, quien lo vence mediante magia volviéndolo un anciano. Al igual que en los cuentos antiguos de Momotaro, este logra vencer al *oni*, salvando así al pueblo [Fig. 96.]

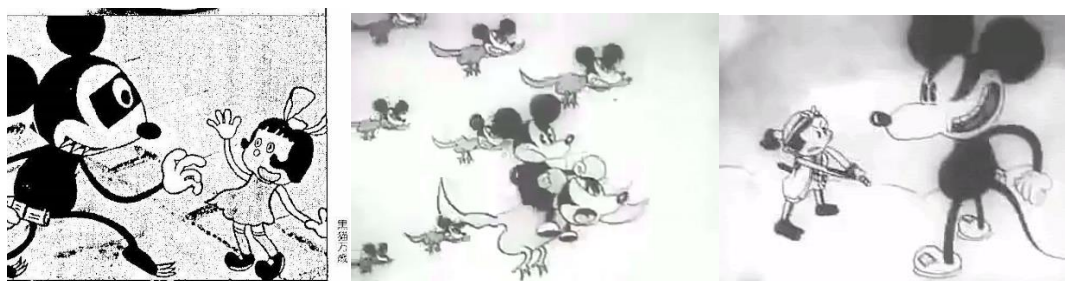


Fig. 96. De izquierda a derecha: Mickey portando un arma en el cartel promocional de *Kuroneko Banzai*, “aviones” estadounidenses, batalla final entre Momotaro y Mickey *oni*. *Kuroneko Banzai* / *Ehon* 1936, Omochabako (series), dir. Takao Nakano y Yoshitsugu Tanaka, J.O. Studio – PCL, 1934

El título ambiguo de este corto, así como su relevancia se entiende mucho mejor si se consideran las tensiones políticas del momento, sobre todo aquellas en torno a la limitación de las operaciones ultramarinas y el desarrollo de armamento. La Conferencia Naval de Londres de 1930 fue un intento de los aliados para controlar la producción y distribución de armas navales, en las cuales sobresalía el Imperio Japonés. Con una clara desventaja a futuro, Japón se negó a firmar la renovación del tratado en 1932. El rechazo al segundo tratado de Londres provocó una anticipación ferviente entre la milicia japonesa que había logrado hacerse del poder tras varios intentos de golpe de Estado como el *Goichiko Jikken* (1932)⁴¹².

Para 1934, año de estreno de *Kuroneko Banzai*, el Imperio consideró inminente el estallido de una guerra con Estados Unidos y el resto de los participantes del tratado

⁴¹¹ Traducido como demonio u ogro en japonés. Se les identifica por su gran tamaño, piel roja, azul o negra, colmillos sobresalientes, indumentaria de piel de tigre y garrote de *oni* o *kanabo*. Según la religión autóctona de Japón, el *shinto*, los *oni* habitan en las puertas del infierno o en la isla *Onigashima*.

⁴¹² También conocida como sublevación del 15 de mayo, fue un intento de golpe de Estado que involucraba el asesinato premeditado de políticos y empresarios democráticos por parte de grupos subversivos de ultraderecha, incluida la *Yakuza*. Si bien se tenía planeado incitar la guerra contra Estados Unidos con el asesinato de Charlie Chaplin (quien estaba de gira por Japón) y del primer ministro en turno, Inukai Tsuyoshi, solo se concretó la muerte de este último. Keske Iitomi, “Charlie Chaplin y Japón: una historia de amor con tempura e intentos de asesinato”, en *Japonistas Chile*, 11 de abril de 2022. Disponible en: <https://www.japonistaschile.com/single-post/charlie-chaplin-y-jap%C3%B3n#:~:text=De%20la%20misma%20forma%2C%20el,fue%20muy%20divertido%20en%20general%22.&text=%2DAkutagawa%2C%20Ryunosuke.,1984.>, consultado el 2 de enero de 2025.

particularmente en 1936, año de vencimiento del *Tratado de Washington* (1922), un documento de restricción naval adicional al de la conferencia de Londres, creado por Estados Unidos⁴¹³. Para desgracia de la armada japonesa, esto no sucedió, pero los ánimos exaltados por el rechazo a ambos tratos, así como la idea de usar a Momotaro como “mascota nacional” si quedaron plasmados en *Kuroneko Banzai*, el cual funcionó como un ensayo para lo que vendría en la siguiente década en cuestión de animación.

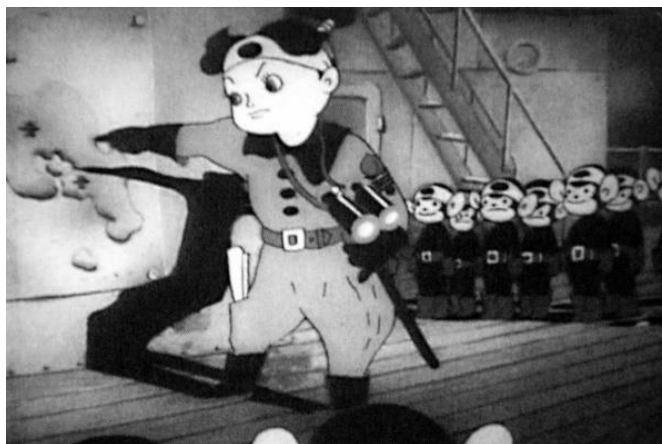


Fig. 97. Momotaro señalando los puntos de ataque a Pearl Harbor. *Momotaro no Umiwashi* [Momotaro y las águilas marinas], dir. Mitsuyo Seo, Geijutsu Eigasha, 1943.

De todas las producciones propagandísticas, los filmes de Mitsuyo Seo⁴¹⁴ son, por mucho, los más icónicos del momento tanto por su avance técnico, duración y tramas. Concebidos tras el ataque a Pearl Harbor, el cual provoca un sentimiento optimista en la sociedad japonesa⁴¹⁵, Seo con el apoyo del gobierno y la productora Geijutsu Eigasha crea cortometrajes educativos como *Arichan* (1941) y *Ahiru Rikusentai* (1940), así como filmes que emplean la misma dinámica estadounidense de incluir personajes animados populares como Sankichi en *Osaru no Sankichi bokusen* (1942). En 1943, Seo crea una franquicia que llevará a la animación propagandística a otro nivel: *Momotaro no Umiwashi* (1943) donde

⁴¹³ *Treaty Between the United States of America, the British Empire, France, Italy, and Japan, Signed at Washington, February 6, 1922*, en Department of State Washington, *Papers Relating to the Foreign Relations of the United States: 1922*, Vol. 1, Washington, United States Government Printing Office, 1938, pp. 247-266.

⁴¹⁴ A pesar de su implicación en la dirección de las más conflictivas y patrióticas obras del anime bélico japonés, debemos advertir que estas no eran del gusto ideológico de su director, Mitsuyo Seo, quien en 1949 realizó el filme pro-democrático *Ōsama no Shippo*. Este filme fue considerado como demasiado izquierdista por la productora y se quedó sin estrenar, llevando a Seo y a su compañía a la bancarrota. Marisa Peiró, “Momotaro va a la guerra: infancia, propaganda y animación II”, en *Revista Ecos de Asia*, Zaragoza, No 17, junio, 2015, p. 37-38.

⁴¹⁵ *Ibidem*, p. 40.

nos presentan el ataque a *Onigashima*, que guarda muchas similitudes con Pearl Harbor. En esta primera entrega de 37 minutos, Momotaro cambia la *hakama*⁴¹⁶ por el uniforme de servicio del imperio [Fig. 97], mientras está a cargo de un enorme buque de guerra, posiblemente inspirado en el imponente acorazado Yamato, uno de los buques más avanzados de su tiempo.

El éxito del primer medimetraje de Seo motivó a la creación de una segunda parte, con mayor presupuesto y por ende, mayor duración. *Momotaro Umi no Shinpei*, estrenada el 25 de marzo de 1945, un par de meses antes del bombardeo de Hiroshima y Nagasaki⁴¹⁷, ilustrando nuevamente no solo la hegemonía militar de Japón, también vanagloriando el avance colonialista del Imperio en diversas locaciones de Asia. Durante 74 minutos, Seo se encarga de presentar al colonialismo como una campaña militar “feliz” que explica la expansión japonesa en el continente asiático como un hecho positivo incluso, liberador.



Fig. 98. De izquierda a derecha: koinobori (cometa en forma de carpa), militar enseñando japonés a los nativos, moneda con el león y la corona de Inglaterra en alusión al colonialismo inglés. *Momotaro Umi no Shinpei* [Momotaro, Dios de las Olas], dir. Mitsuyo Seo, Geijutsu Eigasha, 1945.

Los nativos bajo la tutela del ejercito de Momotaro son retratados como poco civilizados quienes participan en la destrucción del entorno natural en las islas para la creación de fuertes japoneses. Algunas de las naciones claramente identificables son los chinos (representados por los cerdos) e indios (elefantes). Estos apoyan a Momotaro en su travesía quien, a cambio, les educa, remplazando la “ignorancia” local con la cultura japonesa, desde establecer el japonés como idioma oficial, la erección de templos *shinto*⁴¹⁸, la celebración de festividades como el *Kodomo no Hi*⁴¹⁹, y la veneración a los valores patrióticos del *kokutai*. La segunda

⁴¹⁶ Vestimenta masculina tradicional japonesa.

⁴¹⁷ 6 y 9 de agosto respectivamente.

⁴¹⁸ Religión politeísta autóctona de Japón.

⁴¹⁹ Festival del día del niño.

mitad del filme se enfoca en el heroísmo de la armada de Momotaro en contraste con los aliados, específicamente los ingleses, resumiendo la dinámica colonialista de Inglaterra y simbólicamente presentando al ejército japonés como alternativa al dominio inglés y liberador de las islas bajo su tutela [Fig. 98].

Mientras que en Alemania y Japón los filmes estadounidenses y los personajes animados asociados fueron inmediatamente prohibidos para la creación de los propios, en la vieja Italia Mussolini prohibió toda animación, excepto las cintas de Mickey Mouse, mejor conocido por los italianos como “Topolino”. La relación que tuvo Disney con el dictador estuvo envuelta en polémica, comenzando por la invitación que el *Duce* le extendió al animador para visitar su casa de campo en Villa Torlonia hasta la aparición paródica de Mussolini en ilustraciones del estudio.⁴²⁰ Aunque no hay mayor evidencia de una convivencia directa entre Disney y Mussolini que no sean los relatos de sus familiares más cercanos (Romano Mussolini, hijo del dictador, y Roy, hermano de Walt), Disney sí visitó Italia durante este período como parte de su agenda en el tour vacacional por Europa de 1935, promocionando a su maravilla animada,⁴²¹ que había recibido un cálido recibimiento previo a la llegada de su creador a Roma, lo cual resultó en un par de cameos o referencias a Mussolini en la obra de Disney.

Jugando con el apellido de Mickey y el del *Duche*, un anuncio en el Hollywood Reporter de 1932 nos muestra a Mickey, al igual que el político promedio, ante una gran multitud, acompañado de la leyenda “el nuevo dictador de la moda en las marquesinas”. Si bien no podemos llamar a Walt Disney fascista por este guiño, el comercial de *Mous-olini* vio la luz en un momento en el que la dictadura del *Duce* aún no estaba en su punto cúspide. Sin embargo, llama la atención que de alguna manera esta referencia no condene al régimen italiano, pues lo transforma en su composición como una situación positiva [Fig. 99].

⁴²⁰ Ignacio Fernández, “*Eccetto Topolino*. Fascismo Italiano, Antiamericanismo y *Fumetti*”, en *Tebeosfera. Cultura Grafica, Sevilla*, 3ra época, 2016. Revista digital disponible en: https://www.tebeosfera.com/documentos/fascismo_italiano_antiamericanismo_y_fumetti.html?fbclid=IwAR2_VVxZkIiAYrF7fEbosPoL8ApfK9D9cLpmvVz_HcXl1xEinImPR59Q7Hc, consultado el 22 de octubre de 2024.

⁴²¹ Jose Bellido, Kathy Bowrey, “Disney in Spain (1930–1935)”, en *Business History*. Canterbury, University of Kent, 2017, pp. 1-2.



Fig. 99. Promocional “Viva Mous-olini -- The Dictator of Marquee Fashions”, en *The Hollywood Reporter*. California, The Wilkerson Daily Corp., 1 de octubre, 1932, p. 6.

Tras el congreso de Bologna en 1938,⁴²² donde se debatieron y analizaron comics y otros materiales juveniles, se derivó la censura de una gran cantidad de material norteamericano, gracias a sus tramas consideradas inmorales o bien, que exaltaban el “*American way of life*”.⁴²³ El Ministerio de Cultura Popular emitió el documento *Direttive ministeriali nel campo della stampa giovanile* donde se establecía la censura y prohibición de cualquier material extranjero, la cual afectaba principalmente a las revistas y comics (conocidas en Italia como *fumetti*⁴²⁴), “con la excepción de las creaciones de Walt Disney, que se destacan de las restantes por su valor artístico y por sustancial moralidad”⁴²⁵, esto principalmente motivado por el favoritismo que Mussolini tuvo por el personaje de Mickey, similar a su suerte en la España franquista.

* * *

De esta etapa entreguerras, podemos concluir que el cine mundial (y comercial) estaba sumergido en una ardua competencia de productividad y supremacía que, bajo los efectos de la propaganda, reencarnaba antiguos estereotipos de las caricaturas decimonónicas

⁴²² Ente Nazionale per le Biblioteche Popolari e Scolastiche, Sindacato Nazionale Fascista Autori e Scrittori. *Convegno nazionale per la letteratura infantile e giovanile : Bologna, 1938 : relazioni*. Roma: [s.ed.], 1939.

⁴²³ *Idem*.

⁴²⁴ El termino era referido gracias a los globos de texto, que se asemejaban al humo del cigarro tras ser expulsado.

⁴²⁵ Ignacio Fernández, *Op. Cit.*

imperialistas. Sin embargo, no toda alusión a la guerra fue hostil y cargada imágenes de antiguos fantasmas nacidos del prejuicio. En contrapunto con la propaganda de Hollywood y las distorsiones animadas que nacieron en California, un par de filmes se acercaron de una manera más crítica, incluso siendo comedia. Personalmente, me hubiera gustado encontrarme con una animación que no apelara al ya citado manual de la BMP y al mismo tiempo, tocara el tema de la guerra, pero no fue así. Durante la etapa entreguerras, las producciones animadas que evocan la guerra están, de una manera u otra, “contaminadas” por la *American way of life* gubernamental y la agenda militar.

No es el mismo caso con una película *liveaction* en particular, cuyo clímax y discurso resulta perfecto para la conclusión de este capítulo, pues es una afronta al discurso de miles de materiales de la OWI, así como un complemento a las palabras del periodista y sobreviviente de guerra Eduardo de Guzmán que inauguran este apartado. Entre risas a costa del fascismo hitleriano, Charlie Chaplin -inspiración inicial para muchas estrellas animadas desde su génesis- logró consensuar en *El gran dictador* (1940) comedia y crítica en un intento honesto y altruista de tocar el corazón del espectador sin importar su nacionalidad, alejándose de la propaganda hollywoodense que se ha presentado a lo largo de este capítulo, ya que su estreno fue previo a las demandas del manual de la BMP.

Pensamos demasiado y sentimos muy poco.

Más que maquinaria, necesitamos humanidad.

Más que inteligencia, necesitamos amabilidad y bondad.

Sin estas cualidades, la vida será violenta y todo estará perdido.

Charles Chaplin.

Considero que las palabras de Charles Chaplin siguen siendo tan válidas y pertinentes como lo fueron hace 85 años; pues bien pueden aplicar a nuestra era, la cual continúa presenciando masacres en las salas de cine y fuera de estas.



Conclusiones

Tras este recorrido a través de distorsiones, chistes y alegorías, este breve estudio apenas logra abarcar una fracción de las posibilidades que ofrece la animación como fuente para la historia. Si bien los estigmas que son base de muchos estereotipos pueden tener un origen remoto, los estereotipos animados rescatan fundamentalmente elementos pictóricos de la caricatura decimonónica, que, a su vez, rescata símbolos o significantes más antiguos.

Aunado a su inherente función comunicativa al permitir el reconocimiento inmediato de los sujetos sociales o temas que representan,⁴²⁶ los estereotipos continúan empleándose hoy en día, quizás no con los mismos colores, pero si adaptados a la estética y personajes icónicos de nuestro tiempo, pues no nos hemos deshecho (del todo) de ellos, como si fuese una especie de mal necesario: la imagen genérica del charro sigue reproduciéndose en animaciones modernas como *Rick y Morty*, la sensual *dragon lady* continuó seduciendo al público en la aclamada *Kill Bill* por medio del personaje de O-Ren Shii, y el estereotipo del hombre sureño, protestante y extremista sigue acechando afroamericanos en sátiras animadas como *South Park* o *Padre de Familia*.

La segunda pregunta obtiene, por el momento, una respuesta un tanto ambigua, pues el carácter satírico de la animación de los años 20 y 30 apunta a una inspiración de sus tramas obtenida fundamentalmente de manifestaciones de la cultura popular o de experiencias cotidianas compartidas, como es el caso de incluir personajes existentes como las *flappers*, representar una huelga o hacer alusión a un tópico popular como lo fue la Ley Seca o la crisis del 29. Esta capacidad de asimilar y presentar la realidad, aunque distorsionada, le trae como consecuencia un aumento en su fama que, siendo una empresa, se traduce en éxito comercial. Sin embargo, creo que es pertinente recordar que las personas detrás de cada corto no son precisamente los CEOs de los estudios.

Ya sea la *Termite Terrace* de Warner Brothers, las producciones Disney o en el pequeño estudio de Pat Sullivan, los animadores y escritores son el alma de todo filme, y por

⁴²⁶ Nicholas Sammond, *Op. Cit.*, p. 130.

la naturaleza incipiente de la animación como industria, por lo general tienen un origen más modesto y, dependiendo de su pertenencia generacional así como clase social, reflejan en menor o mayor medida aspectos de la cultura popular de su tiempo, según sus propios intereses, como sucede en los cortos Tex Avery, donde se mezcla jazz, velocidad y un humor que rompe con los estándares de la década anterior. Por lo tanto, la animación de la primera mitad del siglo XX si es un producto comercial, pero desde mi punto de vista, la creatividad presente en cada corto, así como los temas que retoma le permite trascender dicha etiqueta como único valor o faceta, pues estos cortos acercan al espectador del presente no solo a una era en el tiempo, sino también a un fragmento de sus problemáticas.

Tras la observación de más de 70 cortos que vieron la luz durante tres décadas de la historia de Estados Unidos, el resultado fue la identificación de no solo estereotipos, sino también figuras inspiradas en miembros de las clases populares o grupos alternos que, a pesar de la distorsión que supone el estado ficticio de los personajes animados, son aún identificables por medio de la indumentaria, el lenguaje o incluso el movimiento. Es pertinente mencionar en este aspecto el caso de los grupos afrodescendientes.

Con base a los resultados de esta investigación, puedo afirmar que la cultura afroamericana ha sido la más influyente en cuanto al desarrollo de la animación estadounidense, así como una pieza clave de su éxito. La música, indumentaria y lenguaje de este grupo, son constantemente plasmados en las cintas animadas de principios de siglo XX, destacándose la presencia del *hepcat* en los diseños y manierismos de los personajes, la constante referencia o incluso colaboración directa entre animadores y artistas de la escena afroamericana como Cab Calloway o Louis Armstrong en las cintas, o bien, el uso constante de ritmos afroamericanos como es el jazz o el blues en la banda sonora de los cortos, mismos que entre 1920 y 1950 gozaron de una gran popularidad.

Sin embargo, la presencia de la cultura afroamericana en la animación también incluye los estereotipos asociados a la población afrodescendiente, los cuales fueron también los más constantes en el periodo que abarca la investigación, seguidos de los estereotipos de asiáticos, femeninos y judíos. En la animación, estos estereotipos lograron transmutar en cada década gracias a la experimentación en términos estéticos y su versatilidad a la hora de adaptarse a las variantes humorísticas que surgieron entre 1920 hasta finales de los 40.

Para el caso de imágenes sobre afrodescendientes, pude identificar dos tipos de dinámicas de estereotipos animados: representación como *minstrel* al retomar estereotipos del teatro del siglo XIX, representación como *hepcats*, al retomar la cultura *jive* y una tercera dinámica: *minstrel-jive*, donde encontramos fusionados los dos anteriores. Estas dinámicas están presentes tanto en la comedia física (*slapstick*) como en la comedia exagerada de los años 30 (*screwball*), siendo esta última la que trajo consigo la versión más extrema de dichos estereotipos, como puede apreciarse en el conjunto de cintas denominadas como *The Censored Eleven*, abordadas en el segundo apartado del texto.

En cuanto a la representación femenina en la animación, esta resultó ser un caso especial que fue abordado de una manera interseccional. Lo “femenino” en la animación es un concepto complejo que se compone no solo por factores estéticos (la belleza o la fealdad) o narrativos (ser pensados como arquetipos o estereotipos), ya que también incorpora aspectos raciales como se percibe en los estereotipos femeninos de afrodescendientes, o bien diferencias de clase como se percibe en la representación de mujeres *redneck*.

Avanzando hacia la década bélica de los 40, el análisis de la propaganda de la Segunda Guerra Mundial dio como resultado no solo identificar los principales estereotipos. Documentos como el manual de la BMP resultaron ser en gran medida, una herramienta de análisis contextual adicional. Siendo una muestra de la presión gubernamental hacia Hollywood, puedo concluir que el manual de la BMP dio luz verde a la representación de los estereotipos más mordaces y exagerados de la época, siendo estos no solo una manera irónica de abordar un conflicto bélico, sino también una herramienta educativa y un medio que utilizó los valores patrióticos para promocionar una visión oficial de la *American way of life*, como puede apreciarse en la animación diplomática dirigida a Latinoamérica.

Por otra parte, el análisis de la propaganda animada estadounidense y sus estereotipos es de gran ayuda para lograr un mayor entendimiento de la animación de entreguerras en otras latitudes. La respuesta cinematográfica de las potencias del Eje no se comprende sin tomar en cuenta la propaganda producida por Estados Unidos, así como su situación diplomática y militar con los países que conforman el Eje Berlín-Roma-Tokio. Como se revisó en el tercer apartado con la animación propagandística de Japón, existieron animaciones previas a la Segunda Guerra Mundial que ya visualizaban un futuro conflicto bélico. La revisión de la animación del bloque contrario a los Aliados dio como resultado

algo inesperado, pues arrojó luz sobre un antecedente y causa indirecta de la Segunda Guerra Mundial muy poco citada: la limitación de armamento y los tratados marítimos entre el Imperio Japonés y Estados Unidos que, en su momento, fueron combustible de gran tensión entre ambas naciones.

La animación me permitió acercarme de una manera inusual a los antecedentes de la Segunda Guerra Mundial, ya que situaciones políticas como fueron las limitaciones de operaciones ultramarinas lograron trascender al público general (de Japón) a través de la animación con el corto *Ehon 1936/Kuroneko Banzai* (1934). Adicional al ejercicio hermenéutico de relación “evento histórico-cinta cinematográfica”, el análisis de animaciones japonesas resultó en la identificación de estereotipos respecto a Estados Unidos como es la representación de los aliados como demonios u *oni*, así como de las figuras emblema de Japón como *Momotaro*, las cuales fueron reinterpretadas como estandarte de la causa bélica, similar al papel del pato Donald en Estados Unidos, que representa durante el conflicto los valores patrióticos o incluso a la misma nación.

Por otra parte, aunque no es objeto de estudio de este trabajo la percepción y opinión pública del siglo XXI (la cual se manifiesta hoy en día por medios digitales) sobre las animaciones que se han analizado, me parece importante mencionar su existencia. La desinformación es una situación común con todo tipo de tópicos, en el caso de la historia del cine y la percepción de estereotipos en medios de comunicación si se ven afectados de manera particular. Los documentos audiovisuales, así como las reflexiones en torno a este medio son constantemente descontextualizadas al punto de ser blanco de discursos de la llamada “cultura de la cancelación”.⁴²⁷ A diferencia de otras formas anteriores de humillación o señalización pública, la “cancelación” es un producto del internet y del auge de las redes sociales.⁴²⁸

⁴²⁷ Es puntual mencionar que una forma temprana de “cancelación” es la censura, aunque ambos conceptos son en esencia distintos la censura es una herramienta de coherción presente en diversas etapas históricas y puede ser ejercida tanto por una autoridad política (un rey, un gobierno, etc.) o moral (la Iglesia, un líder religioso, etc.), como por la opinión pública. La cancelación es un fenómeno social propio del siglo XXI, que surge a raíz del auge de las redes sociales, y una de sus consecuencias puede ser la censura de documentos, boicot a empresas o desprestigio de particulares. En esta investigación, la censura se aborda en el segundo capítulo.

⁴²⁸ Samantha Haskell, *Cancel culture: a qualitative analysis of the social media practice of canceling*, Master of Arts in Communication thesis, Idaho, Boise State University, Agosto, 2021, p. 21.

Un ejemplo de la relación entre la cultura de la cancelación y la animación es lo sucedido con el artículo de opinión del periodista Charles M. Blow, la cual discutió en torno a los estereotipos animados, la normalización de la cultura del acoso en los medios de comunicación y la necesidad de abandonar viejos modelos de personajes. En su artículo, Charles M. expresa que: "Algunas de las primeras caricaturas que recuerdo incluyen a Pepé Le Pew, que normalizó la cultura de la violación; Speedy Gonzales, cuyos amigos ayudaron a popularizar el estereotipo corrosivo de los mexicanos borrachos y letárgicos; y Mammy Two Shoes, una criada negra corpulenta que hablaba con un fuerte acento".⁴²⁹ Aunque el artículo de opinión alude a diversos personajes e incluye la mención de las caricaturas de *Dr. Seuss*, la atención del público y reacciones se centraron en la breve mención de Pepe Le Pew, conocido por ser la representación de un enamorado indeseado e insistente.

Más que cancelar, la reflexión de Charles M. se encaminaba a señalar la necesidad de crear nuevos productos culturales que no sigan los mismos patrones de los anteriores. Sin embargo, la declaración de que el personaje de *Looney Tunes* normalizaba la cultura de la violación, fue reinterpretado por usuarios y otros medios como una "cancelación" incitada por Charles M., cuando en inicio, ese nunca fue el objetivo del artículo. Las noticias de la supuesta "cancelación" fueron en su momento más difundidas que el propio artículo, desatando comentarios y nuevos artículos aprobaban la "cancelación" del personaje o incluso a la necesidad de desaparecer todo tipo de cintas con estereotipos presentes, más no poseían un análisis detallado de las cintas.

Considero que estas manifestaciones de la opinión pública no deben tomarse a la ligera y es justo por ello que las investigaciones que ahondan en la cultura popular tienen un compromiso con su realidad presente de combatir esta situación de desinformación, por medio de la investigación minuciosa de las cintas y su difusión. Si bien la cultura de la cancelación es un tema tan amplio que hubiera desviado el propósito original de esta investigación (entender el uso y cambios de los estereotipos que presenta la animación), considero vital evocar el concepto no solo porque es uno de los vínculos que tienen las cintas analizadas con el presente, sino también porque probablemente será un concepto esencial o

⁴²⁹ Charles M. Blow, "Six Seuss Books Bore a Bias", *The New York Times*, 3 de marzo de 2021. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/seuss-books-race-bias.html>, consultado el 2 de marzo de 2025.

incluso tema historiable en el futuro para entender la interacción de la sociedad del siglo XXI con los materiales del pasado que hoy son etiquetados como “problemáticos”, como es el caso de la animación del siglo XX.

Aunque no es exclusiva de mi objeto de estudio, el asunto de la cancelación si afecta de manera específica a las cintas cinematográficas, desde su percepción en la opinión pública hasta la consulta de dichos materiales. Con una opinión pública polarizada a menudo en redes sociales, las opiniones exageradas, en torno a la animación del siglo XX y los temas que presentan, abarcan desde una admiración exacerbada que intenta justificar el racismo en las cintas, o en el otro extremo, el deseo de borrar la existencia de los materiales. Por otra parte, la reacción de las empresas a estos fenómenos sociales tampoco se hace esperar; puesto que la presión de la opinión pública a menudo resulta en la censura parcial o total de los documentos, como ocurrió con las versiones alteradas en copias digitales donde destaca el caso de Disney y sus “restauraciones” en dvd, bluray, y por un tiempo, en servicios de *streaming*, donde cintas como *Fantasia* (1940) o *Dumbo* (1942) fueron despojadas de todo rastro de estereotipos raciales. En un caso más extremo encontramos la omisión total de los *Censored Eleven* en colecciones oficiales de Warner Brothers, siendo accesibles únicamente de manera extraoficial en recopilaciones independientes o servidores de internet. [Fig. 100]



Fig. 100. Centauro afroamericano de la versión original de *Fantasia* (izquierda) y censura posterior tras la remasterización de (izquierda). *Fantasia*, dir. James Algar, Hamilton Luske, Wilfred Jackson, et.al., Walt Disney Animation, 1940.

Además de los casos anteriormente expuestos sobre la cancelación de documentos audiovisuales, debo mencionar que la mentalidad de “cancelar” suscitó un par de problemas iniciales, en primer lugar, por la obtención de los materiales primarios. Si bien muchos de estos son de acceso libre o están resguardados en repositorios digitales como la British Paté

o la Biblioteca del Congreso (LOC), las animaciones que conforman el primer y segundo capítulo fueron los documentos más ambivalentes en cuanto a su posibilidad de consulta, puesto que un día podían aparecer en plataformas como *Youtube* o *Dailymotion* y, como por arte de magia, se esfumaban en un par de semanas (o incluso horas).

¿La solución? Crear mi propia base de datos y archivo personal de cortometrajes, principalmente conformado por aquellos que eran constantemente neutralizados del internet superficial o cuya aparición esporádica podía perderse. Considero que todo historiador que busque acercarse a este tipo de documentos tenga en cuenta este pequeño detalle, más en un mundo que insiste en deshacerse de los formatos físicos, confiando todo a los servicios de *streaming* o internet, que como he expuesto en los párrafos anteriores, no están absueltos de caer en la censura de las empresas que los poseen o de una eliminación arbitraria del contenido.

Es pertinente mencionar que, además de los materiales animados, es esencial adentrarse lo más posible en la década a estudiar, lo cual implica no solo un conocimiento general de las películas *liveaction* del momento (razón por la que el apartado referente a la filmografía alcanza el volumen que tiene), sino también del lenguaje de la época, por lo que recomiendo ampliamente elaborar (aunque sea para uso personal) un anexo de términos técnicos y en otros idiomas, puesto que hay conceptos que no tienen un equivalente al español más resultan mucho más claros y prácticos para referir ciertas temáticas así como una herramienta que facilita la búsqueda de documentos relacionados.

La animación debe abordarse no solo como una manifestación estética, sino que debe comprenderse como un todo, es decir, un medio que reúne tanto en su creación, distribución y contenido factores socioculturales, políticos y económicos gracias a sus diferentes facetas que abarcan el ser un producto comercial, un entretenimiento, un medio de propaganda, una herramienta de crítica social a través de la sátira, o bien, un referente cultural que sigue impactando la sociedad actual. La relevancia de este medio artístico y documento no ha quedado en el siglo pasado sino al contrario, en manos de numerosos artistas del actual siglo XXI, ha sido un lenguaje que sigue siendo tanto creado como consumido, y tal cual como quedó demostrado con su participación en la Segunda Guerra Mundial, posee un alto rango de influencia gracias a la capacidad de crear simpatía por medio de sus personajes, aspecto

que puede ser poderoso para la visibilización de tópicos sociales al volverlo un medio de preservación de la memoria histórica.

Los estereotipos más tempranos de la animación siguen siendo referenciados en producciones actuales. Un ejemplo es el video de Jay Z “*The story of OJ*”⁴³⁰, que retoma aquellos estereotipos racistas para relatar hechos históricos dolorosos como lo fueron la esclavitud y la segregación racial que se ha vivido en Estados Unidos a lo largo de su historia, dándole un resignificado a las representaciones del pasado. Imitando la animación *rubber hose* de los años 20, el video de Jay Z es una crítica poderosa a la hipocresía de la sociedad estadounidense, pues en sus escasos cuatro minutos, los estereotipos acompañan un nostálgico rap que critica como estas representaciones, aunque sean un tema tabú para los blancos, siguen emergiendo hoy en día y continúan afectando la vida de los afroamericanos sin importar su origen o posición social.

Si la animación es tan pertinente, considero que la difusión de los cortos, acompañados de la contextualización adecuada es aún más importante. Ya he aludido a la dificultad de recopilar estos materiales, sobre todo en el caso de animaciones previas a 1940 que presentan estereotipos. Cabe señalar que dicha difusión no solo aplica a la historia de la animación estadounidense, porque, ¿qué hay del caso mexicano? Me parece que la propuesta de Jeck Berry y su grupo de difusión *Cartoon Research* a la que me he referido en la introducción puede ser una propuesta interesante que inspire un proyecto similar si se desea que el estudio de la animación en México reúna más perspectivas y aportaciones.

De ser posible la creación de una red de investigadores en torno al mundo del cine y la animación, también sería relevante que los miembros de este grupo se dediquen no solo explorar la aún desconocida producción local o la del vecino del Norte, sino también seguir el rastro de la animación en otras latitudes, ya que cada una cuenta con características propias y, claramente, con arquetipos, estereotipos o símbolos que no necesariamente repiten los mismos patrones que en Occidente. Igual de pertinente, y con base a mi experiencia en la cruzada por obtener materiales, es prudente reflexionar que se está haciendo respecto a la

⁴³⁰ *The Story of OJ*, dir. Mark Romanek/Jay-Z, 5 de julio de 2017. Disponible en: {<https://www.youtube.com/watch?v=RM7lw0Ovzq0>}, consultado el 21 de enero de 2025.

conservación de estas cintas y bajo que parámetros (morales principalmente) estos materiales han sido agrupados, censurados, preservados o destruidos.

Finalmente, me parece vital invitar al lector a no subestimar la capacidad de asombro, así como el potencial de diversidad de análisis que poseen los medios audiovisuales. Como lo ha señalado sabiamente Masamune Shirow, “si todos reaccionáramos de la misma manera, seríamos predecibles y siempre hay más de una forma de ver una situación”. Si bien las palabras de Shirow evocaban la agudeza mental de la protagonista de *Ghost in the Shell* (1987) ante una problemática, no veo una razón por la que esta perspectiva no pueda aplicarse al estudio de la historia. La diversidad de perspectivas no solo le vuelven un arte emocionante y seductor provisto de matices por descubrir, también potencian la capacidad de esta noble disciplina -la historia- para desafiar los prejuicios de nuestro presente.

Me gustaría recalcar que esta humilde aportación es una invitación abierta a la búsqueda de nuevos enfoques y perspectivas para acercarnos a documentos que quizás, antes no hubiésemos percibido como históricos y que sin embargo poseen una riqueza increíble a nivel cultural o contextual de los periodos o temas que nos interesan y que, desde mi perspectiva, pueden ser abordados desde cualquier línea de la historia si hacemos las preguntas correctas. Lejos de ser un simple adorno visual, o mero producto comercial, el cine y particularmente la animación merecen por parte del historiador una valoración que supere la idea de que estos filmes solo son un conjunto de cintas curiosas plagadas de imágenes anticuadas. Su llamativa estética, símbolos y temáticas permiten aproximarse al pasado de una forma única, invitando a reflexionar y cuestionar nuestro presente, a menudo de forma satírica y catártica, dando rostro a emociones e ideas y, posiblemente, inspirándonos a soñar con mundos nuevos.

Anexo

Alien: Del latín *alius*, que se traduce como “otro”, *alien* pasa a significar “extranjero” o “foráneo”. La palabra se encuentra en libros, caricaturas y leyes. Con el éxito comercial de la ciencia ficción, el termino se transformó en sinónimo de “ser de otro planeta”.

Assembly Line: traducido como “línea de ensamblaje” o “cadena de montaje”, es un término para referirse a las secuencias animadas que simulan una fábrica.

Burlesque: Mezcla de las palabras ‘burla’ y ‘grotesco’, es un tipo de parodia que data del siglo XVII, donde la exageración y la sátira tocan de manera cómica temas delicados, figuras de autoridad o situaciones serias de una época determinada. Es también referida como una versión vulgar de la ópera cómica y se encuentra en variedades como el *vaudeville*.

Cliché: recurso narrativo o visual sobreexplotado que ya no genera sorpresa o novedad por ser un elemento predecible.

Dance hall: Antecedente de las discotecas y clubs nocturnos, el dance hall se traduce literalmente como “salón de baile”.

Dime Museums: museos itinerantes de corte popular, pues su costo era relativamente accesible (10 centavos). Comparten similitudes con los freak shows. Presentes en espacios como el circo, ferias y carnavales.

Fan art: Contenido artístico hecho por fanáticos sobre un personaje, artista o franquicia.

Flapper: Mujeres jóvenes, inmaduras, que usaban vestidos cortos y rectos o flapper dresses, y que, a pesar de perder su silueta, su cara mantenía una gran feminidad y estaba adornada con un maquillaje excesivo. El termino fue exportado de Inglaterra por H.L. Mencken en 1915.

Freak show: espectáculo popular a menudo itinerante. Tiene sus raíces en los zoológicos humanos y consiste en la presentación de animales y personas con alteraciones genéticas; personas o animales de culturas consideradas exóticas; animales entrenados; o personas con atributos o habilidades que les hacen diferentes (tatuajes, belleza, fuerza, equilibrio, etc.). Los *freaks* complementaron los actos en los circos, o bien, se presentaban por separado en ferias o carnavales, junto con otro tipo de actos teatrales.

Follie: traducido literalmente como “locura”, es un término derivado de la palabra “fool”. Los espectáculos de comedia en el teatro reciben este nombre. En la animación, *Follie* es empleado en juegos de palabras y títulos de filmes, haciendo referencia al *sketch* cómico, exageración humorística o algún tipo de *vaudeville*.

Gag (comedia): Chiste visual, sin dialogo.

Geheime Staatspolizei: Policía Secreta durante el tercer Reich (Gestapo)

Gibson girl: arquetipo ideal de belleza femenino de finales del siglo XIX y principios del XX, que toma su nombre del ilustrador Charles D. Gibson.

Gin Tonic: Bebida preparada a base de ginebra, limón y agua tónica. Su origen se encuentra en la Inglaterra del siglo XIX, como un esfuerzo de las clases altas para “suavizar” el áspero sabor del agua tónica, con la entonces estigmatizada ginebra, asociada a las clases bajas.

Hays Code: nombre alternativo para el *Motion Picture Production Code* [Código de producción cinematográfica], encargado de la censura cinematográfica.

Hepcat: hombre joven, usualmente afroamericano, que viste a la moda, es versado en la cultura del jazz. Posee un gran carisma, tiene soluciones ingeniosas a sus problemas y maneja a la perfección el *jive*, la jerga del Harlem. Otra manera de llamar a los *hepcats* era *cool cat*.

Jive: Término referente a la cultura y la jerga coloquial del Harlem, un barrio históricamente afroamericano de Nueva York.

Kamikaze: traducido como “viento divino”, hace referencia a las avionetas japonesas que realizan ataques suicidas.

Klansmen: miembro del Ku Klux Klan. Esta palabra es clave para buscar documentación primaria relacionados con los ataques y afiliados a esta sociedad secreta.

Kokutai: Traducido como “cuerpo nacional” o “esencia tradicional de Japón”, hace referencia al nacionalismo Japonés del Imperio, compuesto por el culto al emperador y la milicia. En la aviación, el término se emplea para referirse a un grupo de aviones kamikaze.

Live action (cine y tv): producciones que emplean primordialmente, actores, actrices e incluso animales reales. Las producciones que mezclan animación y actores reales también son consideradas *live action*.

Lunch break: Hora del almuerzo.

Ghetto: área dentro de una ciudad habitado por un grupo sociocultural o religioso. El término también es empleado para referirse a los barrios pobres o zonas de contención.

Growth stock: termino financiero para referirse a empresas que aumentan el precio de sus acciones, sus ingresos, sus ganancias o su flujo de caja a un ritmo más rápido que el mercado en general. Los inversores eligen acciones de crecimiento para obtener ganancias de la rápida apreciación de precios que ofrecen, en lugar de ingresos por dividendos.

Marketing: conjunto de herramientas que nos permiten orientar y lograr el encuentro entre producto y público.

Matinée: Funciones matutinas de cine, en especial enfocadas a niños.

Medicine show: espectáculo popular itinerante de origen estadounidense. Consiste en la presentación de productos milagro o sanación de enfermedades. Se presentaban en ferias, carnavales o circos, empleando la misma carreta o transporte del animador a modo de escenario. Los remedios usualmente eran estafas.

Minstrel: Entretenimiento teatral y cómico popular del siglo XIX, interpretado por actores blancos quienes se maquillaban la cara totalmente negra haciendo alusión a los grupos afroamericanos, exagerando características físicas (piel negra, labios gruesos, etc.). El programa de los espectáculos *minstrel* incluyeron rutinas de baile, comedia *slapstick* e improvisaciones, acompañado de música cajun o folk (posteriormente blues y jazz) interpretada en vivo. Todo esto era realizado por personajes carismáticos y exagerados.

Moonshine: bebida alcohólica casera, similar al whisky.

Music Hall: espacio donde se presentan espectáculos de variedades, principalmente de Estados Unidos.

Plasmaticidad: uso de las posibilidades polimorfos de un objeto. La plasmaticidad o base plasmático-originaria fue un concepto acuñado por el cineasta Serguei Eisenstein, para referirse a la capacidad de metamorfosis presente en la animación *rubber hose*, en particular a las cintas de Disney.

Pidgin english: término referente a la asimilación del idioma y cultura inglesa con otras culturas.

Pre-code: Traducido como “previo al código”, es un concepto para referirse a toda producción cinematográfica creada antes del 13 de junio de 1934, día de aplicación del *Hays Code*.

Nickelodeon: primeras salas de proyección cinematográfica de corte popular de inicios del siglo XX hasta finales de la década de 1920. El precio de las entradas variaba desde los 2 a 5 centavos por persona para filmes cortos, mientras que los largometrajes aumentaron el precio a 10 centavos.

Opium den: fumadero o tienda de opio.

Oni: demonio/ogro en japonés. Según la religión autóctona de Japón, el *shinto*, los *oni* habitan en las puertas del infierno o en la isla *Onigashima*.

Revista (teatro): Entretenimiento teatral lujoso que combina diferentes tipos de variedades. El autor Luciano Ramo diferencia a la revista de otros tipos de teatro por las cualidades del establecimiento; en estos se permite fumar, además de que es posible entrar y salir sin esperar los intermedios. Sin embargo, mantiene un carácter más formal que un cabaret o un circo. Consiste en dos partes: 1) canciones, dúos cómicos, números de orquesta y 2) ilusionistas, acróbatas, malabaristas, *vaudeville* y la presentación estelar de algún artista o *vedette* (número central del programa).

Rubber hose (animación): estética visual donde los personajes animados y el entorno pueden modificar su forma, interactuar entre sí o incluso fusionarse para volverse un ser u objeto totalmente distinto a su forma original. Es reconocible por sus personajes de cara blanca y cuerpo negro, o bien por sus extremidades redondas sin articulaciones.

Rum running: nombre que recibe el contrabando de bebidas alcohólicas durante la era de la Prohibición (1920-1933)

Screwball: comedia popular de los años 30 que mezcla comedia física (*slapstick*), romántica y situacional.

Sindicación: retransmisión en televisión de filmes a través tras la obtención de derechos y cesión de licencias.

Slapstick: Traducido como “cachetada y garrote”, es un tipo de comedia física donde los personajes sufren accidentes o golpes sin consecuencias graves.

Showgirl/Vedette: actrices, comediantes, bailarinas o acróbatas del teatro de variedades. Poseen una belleza y carisma exuberante, siendo su *performance* el estelar del programa.

Showman: presentador o animador de espectáculos masculino. El termino también alude al dueño de un espectáculo de variedades o circo, por lo que es un tipo de empresario. Se les representa usando una vestimenta de gala o formal.

Sociedad secreta: Se entiende por sociedad secreta cualquier tipo de organización, secta o mafia que permanece al margen de la sociedad. Estos grupos poseen códigos y rituales específico entre sus miembros. Sus fines pueden ser sociopolíticos, económicos, espirituales o delictivos o bien, combinar alguno o todos los anteriores.

Speakeasy: bar clandestino.

Talkies (cine): término de finales de los años 20 para referirse a películas sonoras.

Tear up / tearjerker (cine): Traducido literalmente como llorar, es un término coloquial para referirse a todo tipo de contenido con tramas tristes o emocionales que tienen el objetivo de despertar empatía o tristeza en el público. Las películas de drama y romance entran comúnmente en esta categoría.

Théâtre optique: teatro óptico.

Tong/T'ong: sociedad secreta china, asociada al mundo del crimen. *Tong* es una contracción de la pronunciación inglesa de Cantón (*kan-tong*), ciudad de origen de muchos migrantes chinos. Su uso abarca desde documentos gubernamentales hasta la jerga popular.

Workaholic: adicto al trabajo.

Variedades (teatro): Entretenimientos teatrales que incluyen su programa diversos espectáculos o *performances* como el burlesque, *vaudeville*, *freakshows*, arte circense, ballet, shows *minstrels*, vedettes, ilusionismo, proyecciones de cinematógrafo, etc. Este tipo de espectáculos también están presentes en espacios itinerantes como son los circos, ferias y carnavales.

Vaudeville/Vodevil: género del teatro de variedades que consiste en un acto cómico que mezcla baile, música y prosa. (p. 7) En occidente es posteriormente conocido como *sketch*. En Estados Unidos cobija subgéneros como son los *freakshows*, *medicine shows* y el *minstrel*. Está presente tanto en espacios de lujo (teatros) como en populares (circo, ferias, carnavales y carpas itinerantes).

Victory gardens: Traducido como “jardines de la victoria”, este término hace referencia a la propaganda que instruye a los ciudadanos a cultivar sus propios alimentos durante la Segunda Guerra Mundial, similar a un huerto urbano. Algunos lemas relacionados son “Will you have a part in Victory?” (¿Serás parte de la victoria?), “Sow the seeds of Victory!” (¡Planta semillas de la Victoria!) y “Plant & raise your own vegetables” (cultiva tus propios vegetales).

Yegg: ladrón o asaltabancos, también asociado al término popular *safecracker*.

Zootsuit: Vestimenta juvenil que se origina en la década de los 30s, en Harlem, Nueva York. Este traje consiste en pantalones holgados con cadenas, sacos largos y de hombros anchos, y ocasionalmente un sombrero, muy relacionado con la figura del “*hepcat*” o el “*dandy*”, y para el caso latino, con la del “*pachuco*”.

Palabras referentes al color de piel: *negro, nigga, nigger, darky, inky*.

Siglas y acrónimos:

AWS: Aircraft Warning Service (Servicio de alerta de aeronaves).

BMP: Bureau of Motion Pictures (Oficina cinematográfica).

CIAA: Oficina de Coordinación de Asuntos Interamericanos.

CPI: Committee on Public Information (Comisión de Información Pública, también conocido como Comité Creel).

DZF: Deutsche Zeichenfilme (estudio de animación alemán fundado el 7 de agosto de 1941).

GmbH: Traducido como “Compañía de Animación Alemana”. El termino *GmbH* es equivalente a “sociedad” “empresa” o “compañía”.

LOC: *Library of Congress* (Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos)

NAACP: *National Association for the Advancement of Colored People* (Asociación Nacional para el Progreso de las Personas de Color).

NACWC: *National Association of Colored Women's Clubs* (Asociación Nacional de Clubes de Mujeres de Color).

NKVD: Нарóдный Комиссариат Внутренних Дел СССР (Comisariado del Pueblo para Asuntos Internos de la Unión Soviética)

MGM: Metro Goldwyn Mayer.

MPPDA: *Motion Picture Producers and Distributors of America*. (Productores y distribuidores de películas de Estados Unidos).

PCA: *Production Code Administration* (Administración del Código de Producción, también conocida como la “Oficina Hays”)

OWI: Office of War Information (Oficina de Información de Guerra).

U.S. Congress: *United States Congress* (Congreso de los Estados Unidos).

USO TS Volunteers/USO.TS: Theatrical Society United Service Organ

VAD: Voluntary Aid Detachments (Destacamento de ayuda voluntaria)

VMA: *Vaudeville Managers Association* (Asociación de Empresarios de *Vaudeville*).

WPA: *Works Progress Administration* (Administración del Progreso del Trabajo).

WPB: War Production Board (Tablero de Producción de Guerra).

WRA: *War Relocation Authority* (Autoridad de Re-localización de Guerra).

Índice de imágenes.

	Pág.
Figura 1. Poster promocional de las Pantomimes Lumineusses	21
Figura 2. <i>Feline Follies</i>	24
Figura 3. Personal del estudio de Sullivan	26
Figura 4. <i>Koko in 1999</i>	29
Figura 5. <i>Sky Scrappers</i>	30
Figura 6. <i>Why's and otherwise</i>	31
Figura 7. Poster promocional de las <i>Paramount Screen Songs</i>	32
Figura 8. Minnie Mouse en <i>The Gallopin' Gaucho</i>	33
Figura 9. Huelga en <i>On strike</i>	36
Figura 10. Huelga en <i>Felix Revolts</i>	37
Figura 11. Desfile del Ku Klux Klan en los condados de Virginia	39
Figura 12. Anuncio promocional para la distribución de filmes de Krazy Kat	40
Figura 13. Miembro del Klan en <i>Alice's Mysterious Mystery</i>	41
Figura 14. Miembros de una sociedad secreta en <i>Bimbo's Initiation</i>	42
Figura 15. Sr. Dry y un miembro del Ku Klux Klan haciendo un juramento.	44
Figura 16. <i>Felix the Cat Woos Whoopee</i>	45
Figura 17. Comparativo entre el <i>gangster</i> de los 20s en <i>Felix finds out</i>	46
Figura 18. <i>Póster promocional de Springtime</i>	49
Figura 19. <i>Dizzy Dishes</i>	50
Figura 20. <i>The Coming Man</i>	54
Figura 21. <i>False Vases</i>	55
Figura 22. Estereotipo chino en <i>The chinaman</i>	56
Figura 23. Ceremonia del té en <i>Japanicky</i>	57

Figura 24. Vestimenta japonesa en <i>Japanicky</i>	58
Figura 25. Portada de la revista satírica <i>Simplicissimus</i>	60
Figura 26. Judío en <i>Swing You Sinners!</i>	61
Figura 27. <i>Harry Qubey's Dog Circus</i>	67
Figura 28. <i>Felix at the Fair</i>	68
Figura 29. Promocional neoyorkino de trajes en la revista <i>American Fashions</i>	69
Figura 30. Estereotipo Coon y judío en <i>Lighthing Sketches</i>	70
Figura 31. Sección de Vaudeville del periódico <i>The Billboard</i>	71
Figura 32. Jim Crow, Mr. Tambo y Zip Coon	72
Figura 33. <i>Ups and Downs</i>	79
Figura 34. Precios de las acciones comunes, 1920-1937.	80
Figura 35. <i>Confidence</i>	84
Figura 36. <i>How to Handle this Fellow</i>	87
Figura 37. <i>Thou Shalt Not</i>	90
Figura 38. <i>Mysterious Mose</i>	98
Figura 39. <i>Barnacle Bill</i>	99
Figura 40. <i>Minnie the Moocher</i>	100
Figura 41. <i>A Wild Hare</i>	103
Figura 42. Cartel promocional para el corto <i>The Zoot Cat</i>	106
Figura 43. Africanos en <i>I'll Be Glad When You're Dead You Rascal You</i>	108
Figura 44. Tío Tom en <i>Hittin' the Trail for Hallelujah Land</i>	109
Figura 45. <i>Sunday Go to Meetin' Time</i>	110
Figura 46. <i>Clean Pastures</i>	112
Figura 47. <i>Uncle Tom's Bungalow</i>	113
Figura 48. <i>Jungle Jitters</i>	114

Figura 49. <i>The Isle of Pingo Pongo</i>	115
Figura 50 <i>All This and Rabbit Stew</i>	115
Figura 51 y 52. <i>Coal Black and de Sebben Dwarfs</i>	116, 117
Figura 53. <i>Tin Pan Alley Cats</i>	118
Figura 54. <i>Angel Puss</i>	119
Figura 55. Cartel promotional de <i>Goldilocks and the Jivin' Bears</i>	120
Figura 56. <i>Inki and the Lion</i>	120
Figura 57. <i>Screw me mama with a boogie beat</i>	121
Figura 58. <i>Humourus Phase of Funny Phases</i>	122
Figura 59. Clara Bow.	123
Figura 60. Chica Gibson en <i>Sweetest Story Ever Told</i>	123
Figura 61. Evolución de los personajes femeninos en Fleischer Studios	124
Figura 62. Estereotipo de Mammy en <i>The Early Worm Gets the Bird</i>	126
Figura 63. <i>Dizzy Red Ridding Hood</i>	127
Figura 64. <i>Boop Oop A Doop</i>	128
Figura 65. Toodles en <i>Cassanova Cat</i>	129
Figura 66. <i>Any Little Girl</i>	130
Figura 67. <i>Piano Tooners</i>	131
Figura 68. Red y Mc.Wolf en <i>Red Hot Ridding Hood</i>	132
Figura 69. <i>Dose of luck</i>	144
Figura 70. <i>Food will Win the War</i>	148
Figura 71. <i>Keep your eyes open</i>	149
Figura 72 y 73. <i>Der Fuehrer's Face</i>	151,152
Figura 74. Germania por Lorenz Clasen en 1860 y en <i>Education for Death</i>	153
Figura 75. Transición de símbolos religiosos en <i>Education for Death</i>	154

Figura 76. Alusión a Hitler en <i>Fifth Column Mouse</i>	156
Figura 77. Comparativo entre características estereotípicas y retratos de Hitler, Mussolini y Hideki Tojo.	158
Figura 78. <i>Herr meets Hare</i>	161
Figura 79. <i>Waiting for the Signal From Home</i>	162
Figura 80. Ilustración de Miguel Covarrubias, <i>El japonés</i>	164
Figura 81 y 82. <i>Tokio Jokio</i>	166,167
Figura 83. Bugs Bunny en <i>drag</i> como <i>geisha</i> en <i>Nip the Nips</i>	168
Figura 84. Representación de la “Tokyo Rose”	169
Figura 85. <i>Tokio Woes</i>	169
Figura 86. <i>Americans all, let's fight for victory : Americanos todos, luchamos por la victoria</i>	170
Figura 87. Comparativo entre <i>Gaucha</i> por Eleodoro Marengo y el <i>Gaucha Goofy</i>	174
Figura 88. Poster promocional de <i>Saludos Amigos!</i> para cines estadounidenses	176
Figura 89, 90. <i>Los tres caballeros</i>	178,179
Figura 91. Miembro del Escuadrón 201	180
Figura 92. <i>Walt Disney es estudiado, diseccionado y analizado</i>	181
Figura 93. <i>Armer Hansi</i>	182
Figura 94. <i>Momotaro</i> por T. Hasegawa.	183
Figura 95. Churchill y Roosevelt, representados como <i>Oni</i> en un folleto japonés	184
Figura 96. Cartel promocional y fotogramas de <i>Kuroneko Banzai / Ehon 1936</i>	185
Figura 97. <i>Momotaro no Umiwashi</i>	186
Figura 98. <i>Momotaro Umi no Shinpei</i>	187
Figura 99. Promocional “Viva Mous-olini -- The Dictator of Marquee Fashions”	189
Figura 100. Centauro censurado en <i>Fantasia</i> (1940)	196

Filmografía

- A Tale of Two Kitties*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1942.
- All This and Rabbit Stew*, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1941.
- A Wild Hare*, dir. Tex Avery, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1941.
- Adiós a las armas*, dir. Frank Borzage, Paramount Pictures, 1932.
- Alice Mysterius Mistery*, Alice Comedies (series), dir. Walt Disney, Winkler Pictures, 1926.
- All is fair at the fair*, Color Classic (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1938.
- Angel Puss*, Looney Tunes (series), Warner Brothers, 1944.
- Any Little Girl*, Screensongs (series), Fleischer Studios, 1931.
- Armer Hansi* [Pobre Hansi], dir. Frank Leberecht, Deutsche Zeichenfilme GmbH, 1943.
- Bambi*, dir. David Hand, Walt Disney Productions, 1942.
- Barnacle Bill*, Talkartoons (series), Fleischer Studios, 1930.
- Ben-Hur*, dir. Fred Niblo y Charles Brabin (no acreditado), Metro-Goldwyn-Mayer, 1925.
- Betty Boop's Penthouse*, Betty Boop Cartoons (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1933.
- Blue Cat Blues*, Tom & Jerry (series), MGM, 1956.
- Boop Oop A Doop*, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1932.
- Cafe Society*, dir. Edward H. Griffith, Paramount Pictures, 1939.
- Coal Black and de Sebben Dwarfs*, dir. Robert Clampett, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1943.
- Confidence*, Oswald the Lucky Rabbit (series), dir. Walter Lantz, Universal Studios, 1933.
- Commando Duck*, dir. Jack King, Walt Disney Studios, 1944.
- Crazy Inventions*, Betty Boop Cartoons (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1933.

Der Fuehrer's Face, dir. Jack King, Walt Disney Studios, 1943.

D.M., Betty Boop Cartoons (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1932.

Dinner Time, Aesop's Fables (series), dir. Paul Terry-John Foster, Van Beuren Studios, 1928.

Dizzy Dishes, Tallkartoons (series), dir. Dave Fleisher, Fleischer Studios, 1930.

Dizzy Red Ridding Hood, dir. Dave Fleischer, Talkartoons (series), Fleischer Studios, 1931

Dr. Jekyll and Mr. Hyde, dir. Rouben Mamoulian, Paramount Pictures, 1931.

Dracula, dir. Tod Browning, Universal Pictures, 1931.

El gran dictador, dir. Charles Chaplin, Charles Chaplin Studios-United Artist, 1940.

El gran Ziegfeld, dir. Robert Z. Leonard, MGM, 1936.

Fantasia, dir. James Algar, Hamilton Luske, Wilfred Jackson, et.al., Walt Disney Animation, 1940.

False Vases, Felix the Cat (series), dir. Otto Messmer (no acreditado), Copley Pictures Corporation-Pat Sullivan Studios, 1929.

Feline Follies, Paramount Magazine(series), dir. Otto Mesmer (no acreditado), Pat Sullivan Studios, 1919.

Félix at the fair, dir. Pat Sullivan, Otto Mesmer (no acreditado), M.J.Winkler, 1922.

Felix Revolts, dir. Otto Mesmer (no acreditado), Pat Sullivan-Margaret J. Winkler, 1923.

Felix the Cat Woos Whoopee, Felix The Cat (series), dir. Otto Mesmer, Pat Sullivan Studios-Copley Pictures Co., 1928.

Felix The Cat: Uncle Tom's Crabbin, Felix The Cat (series), dir. Otto Mesmer, Pat Sullivan Studios-Bijou Films, 1928.

Freaks, dir. Tod Browning, MGM, 1932.

Fifth Column Mouse, Merrie Melodies, Warner Brothers, 1943.

Food will Win the War, dir. Hamilton Luske, Walt Disney Studio, 1942.

Frankenstein, dir. James Whale, Universal Pictures, 1931.

Gertie the Dinousaur, dir. Winsor McCay, Vitagraph Studios, 1914.

Golden Yeggs, Merrie Melodies (series), dir. Friz Freleng, Warner Bros. Pictures, 1950.

Have You Got Any Castles, Merrie Melodies (series), dir. Frank Tashlin y Fritz Freleng (sin acreditar), Warner Bros.-Vitaphone Co., 1938.

Humurous Phases of Funny Faces, dir. James Stuart Blackton, Vitagraph Studios, 1906.

I Ain't Got Nobody, Screen Songs (series), Fleischer Studios, 1933.

I Haven't Got a Hat, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1935.

I'll Be Glad When You're Dead You Rascal You, dir. Dave Fleischer, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1932.

Introducing Krazy Kat and Ignatz Mouse, dir. George Harriman, Hearst International News-Vitagraph Studios, 1916.

It Happened One Night, dir. Frank Capra, Columbia Pictures, 1934 *Herr meets Hare*, dir. Friz Freleng, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1945.

Japanicky, dir. Otto Messmer, Bijou Films-Pat Sullivan Studio, 1928.

Judge for a Day, Betty Boop Cartoons (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1935.

Kuroneko Banzai / Ehon 1936 nen [Libro Ilustrado, 1936], Omochabako (series), dir. Takao Nakano-Yoshitsugu Tanaka, J.O. Studio – PCL, 1934.

Krazy Kat and Ignatz Mouse at the Circus, dir. George Harriman, Hearst International News-Vitagraph Studios-International Film Service (IFS), 1916.

King Kong, dir. Merian C. Cooper y Ernest B. Schoedsack, RKO Pictures, 1933.

Koko in 1999, Out of the Inkwell (series), dir. Dave Fleischer, Out of the Inkwell Films, Inc., 1927.

La cucaracha, dir. Lloyd Corrigan, Pionner Pictures-RKO Pictures, 1934.

La Maison ensorcelée, dir. Segundo Víctor Aurelio Chomón y Ruiz, Pathé Frères, 1906.

La ley del hampa, dir. Josef von Sternberg, Paramount Pictures, 1927.

Los violentos años 20, dir. Raoul Walsh, Warner Bros. Pictures, 1939.

Metrópolis, dir. Fritz Lang, UFA, 1927.

Mighty Joe Young, dir. Ernest B. Schoedsack, ARKO-RKO Radio Pictures, 1949.

Minnie the Moocher, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1932.

Momotaro no Umiwashi [Momotaro y las águilas marinas], dir. Mitsuyo Seo, Geijutsu Eigasha, 1943.

Momotaro Umi no Shinpei [Momotaro, Dios de las Olas], dir. Mitsuyo Seo, Geijutsu Eigasha, 1945.

My Man Godfrey, dir. Gregory La Cava, Universal Pictures, 1936.

Nip the Nips, Looney Tunes (series), dir. Friz Freleng, Warner Brothers, 1994.

Old and New Detroit, Detroit News Pictorial, 1923.

On strike, Mutt and Jeff (series), dir. Charles Bowers, Bud Fisher Films Corporation, 1920.

Pantomimes Lumineuses, Théâtre Optique (series-colección), dir. Émile Reynaud, c.1892.

Plane Crazy, Mickey Mouse Sound Cartoon (series), dir. Ub Iwerks-Walt Disney, Walt Disney Studio, 1928.

Pigs in a Polka, dir. Friz Freleng, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1943.

Raymond Scott Quintette – Powerhouse, Your Hit Parade (serie de TV), NBC, 16 abril de 1955.

Red Hot Ridding Hood, dir. Tex Avery, Screwball (series), MGM, 1943.

Scarface, dir. Howard Hawks, The Caddo Company, 1932.

Sin Novedad en el frente, dir. Lewis Millestone, Universal Pictures, 1930.

Sky Scrappers, Oswald the Lucky Rabbit (series), Walt Disney-Universal Studios, 1928.

Snow White, dir. Dave Fleischer, Betty Boop (series), Fleischer Studios, 1933.

Sunday Go to Meetin' Time, dir. Friz Freleng, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1936.

Swing You Sinners!, Talkartoons (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1930.

The chinaman, Out of the Inkwell (series), dir. Max Fleischer, Inkwell Studios, 1920.

The Ducktators, dir. Norman McCabe, Looney Tunes, Warner Brothers, 1942.

The Early Worm Gets the Bird, dir. Tex Avery, Merrie Melodies (series), Warner Bros. Cartoons, 1940.

The Gallopin' Gaucho, dir. Ub Iwerks, Walt Disney Studio, 1928.

The Karnival Kid, Mickey Mouse Sound Cartoon (series), dir. Ub Iwerks-Walt Disney, Walt Disney Studio, 1929.

The Lives of a Bengal Lancer, dir. Henry Hathaway, Paramount Pictures, 1935

The Thin Man, dir. W. S. Van Dyke, MGM, 1934.

Three Little Pigs, Silly Symphonies (series), dir. Burt Gillet, Walt Disney Studios, 1933.

Tiempos modernos, Dir. Charles Chaplin, United Artist, 1936.

Tin Pan Alley Cats, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1943.

The Hep Cat, Merrie Melodies (series), Warner Brothers, 1942.

The Zoot Cat, dir. William Hanna y Joseph Barbera, Tom & Jerry (series), MGM, 1944

Tokio Jokio, Looney Tunes (series), dir. Norman McCabe, Warner Brothers, 1943.

Tokio Rose, dir. Lew Landers, Paramount Pictures, 1946.

Tokio Woes, Mr. Hook (series), dir. Robert Clampett, Warner Brothers Cartoons – US Navy, 1945.

Saludos Amigos, dir. Norman Ferguson, *et al.*, Walt Disney Productions-RKO Radio Pictures, 1943.

Los tres caballeros, dir. Norman Ferguson, *et al.*, Walt Disney Productions-RKO Radio Pictures, 1944.

The Gallopin' Gaucho, dir. Ub Iwerks, Walt Disney Studio, 1928.

Ups and Downs, Betty Boop (series), dir. Dave Fleischer, Fleischer Studios, 1932.

Woodland Café, Silly Symphonies (series), dir. Wilfred Jackson, Walt Disney Productions, 1937.

Why's and otherwise, Felix the cat (series), dir. Otto Messmer, Pat Sullivan-Bijou Films, 1927.

Fuentes de archivo y documentos primarios

905 Feet High - Final steelworks completed on Bank of Manhattan, World's highest building. Our cameraman was there - of course !, 1929. Archivo British Pathé, Grupo: Pathe Gazettes / Pathe Newsreels, Film ID:810.25. Disponible en: <https://www.britishpathe.com/asset/58010/>

Bureau of Naval Personnel. *New York City*. Washington, Bureau of navigation under authority of the secretary of the navy, 1920. Library of Congress, Clasificación: F128.5 .U53, disponible en: <https://lccn.loc.gov/21026473>

Bureau of the Census, *US. Bureau of the Census Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1970, Bicentennial Edition. Part I*, T. I, Washington, D.C., 1975. United States Bureau of the Census, disponible en: https://www.census.gov/library/publications/1975/compendia/hist_stats_colonial-1970.html

Bowles, Samuel, *Our new West. Records of travel between the Mississippi River and the Pacific Ocean. Over the plains--over the mountains--through the great interior basin--over the Sierra Nevadas--to and up and down the Pacific coast. With details of the wonderful natural scenery, agriculture, mines, business, social life, progress, and prospects ... including a full description of the Pacific railroad; and of the life of the Mormons, Indians, and Chinese. With map, portraits, and twelve full page illustrations* [Diario de viaje] New York, Hartford publishing co., 1869. Library of Congress, colección: American Memory, ID digital: amrvvg32. Disponible en: [https://memory.loc.gov/cgi-bin/query/r?ammem/consrvbib:@field\(NUMBER+@band\(amrvvg+vg32\)\)](https://memory.loc.gov/cgi-bin/query/r?ammem/consrvbib:@field(NUMBER+@band(amrvvg+vg32))), consultado el 19 de noviembre de 2023.

Conway, Moncure Daniel, *The wandering jew*, New York, Trow's Printing and Bookbinding Company, 1881. Library of Congress, call number: GR75.W3 C5. Disponible en: <https://www.loc.gov/item/unk83025090/>.

- Committee on the Cost of Medical Care, *Medical Care for the American People: the Final Report of the Committee On the Cost of Medical Care, Adopted October 31, 1932*. Washington, Department of Health, Education, and Welfare, Community Health Service, 1970 (reimpresión del original de octubre de 1932). Ohio State University, disponible en: <https://catalog.hathitrust.org/Record/102137782>
- Department of State, *Papers Relating to the Foreign Relations of the United States: 1922*, Vol. 1, Washington, United States Government Printing Office, 1938. The Office of the Historian- Department of State, colección: Taxonomy of the History of U.S. Foreign Relations, disponible en: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1922v01>
- Ente Nazionale per le Biblioteche Popolari e Scolastiche, Sindacato Nazionale Fascista Autori e Scrittori. *Convegno nazionale per la letteratura infantile e giovanile : Bologna, 1938 : relazioni* . Roma: [s./ed.], 1939.
- Ferriss, Hugh, *Metropolis of tomorrow*, New York, Ives Washburn Publisher, 1929.
- Fleischer Studios, *Standard Production Reference*, Florida, 1940. Colección de J.J. Sedelmaier. Disponible en: <https://archive.org/details/fleischer-studio-standard-production-reference/mode/1up> y <http://seymourkneitel.blogspot.com/p/standard-production-reference.html>
- Hart, Vincent, *All Motion Pictures Must Be Submitted for Production Code Including Vaudeville Shorts*. 20 de enero, 1934. MPPDA Digital Archive, MPPDA Record ID: 1030, disponible en: https://flinders.primo.exlibrisgroup.com/permalink/61FUL_INST/6lrc5h/alma997361423701771 .
- Hostetler, L. Merle, *75 Yrs. of American Finance: A Graphic Presentation, 1861 to 1935*. (Grafica estadística). Ohio, marzo de 1926. Federal Reserve Bank of St. Louis, disponible en: https://fraser.stlouisfed.org/title/162/item/5373?start_page=90 .
- Humboldt, Alexander, *Ensayo Político sobre el reino de la Nueva España*, T. I, Paris, Casa de Rosa, 1822, p. 142. Biblioteca del Banco de España, colección: Obras geográficas y de viajes, Signatura: FEV-SV-P-00196, disponible en: <https://repositorio.bde.es/handle/123456789/3038>.

National Resources Committee, *Consumer incomes in the United States: their distribution in 1935-1936*. Washington, U.S. Government Publishing Office, 1938. University of Michigan, disponible en: <https://catalog.hathitrust.org/Record/001312883> .

Office of War Information (OWI), Bureau of Motion Pictures (BMP), *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* (Manual de información gubernamental para la industria cinematográfica). Washington, D.C., Office of War Information, 1942. National Archives. Record group: 208, colección: Records Of The Office Of War Information - Records Of The Bureau Of Motion Pictures, Serie: 285, General File of the Chief of Newsreel Liaison "Hollywood Information Manual", fojas 1-5.

Rosenman, Samuel, *The Public Papers of Franklin D. Roosevelt, Volume Two: The Year of Crisis, 1933*, New York, Random House, 1938.

Roosevelt, Franklin D.,
Looking Forward, Londres, Windmill Press, 1933, p. 128. Disponible en:
https://gutenberg.ca/ebooks/rooseveltfld-lookingforward/rooseveltfld-lookingforward-00-h-dir/rooseveltfld-lookingforward-00-h.html#Page_125.

Executive Order 9066, Washington, 19 de febrero de 1942. National Archives, General Records of the United States Government; Record Group 11.

MPPDA Digital Archives (Documents from the Motion Picture Producers and Distributors of America, Inc., 1922 – 1939),

Condemning non-theatrical exhibition and MPRC for its support of it, Motion Picture Research Council, 25 de mayo de 1934. Index: MPTO – Buffalo, ID:1033, Reel 10, pp. 1676-1677. Disponible en: <https://mppda.flinders.edu.au/records/1025>

Motion Pictures: Will You Help Remove This Wall? Community Freedom in the Choice of Fi, lms, Motion Picture Research Council, 1935, Panfleto, Index: Motion Picture Research Council, Legacy ID:3370, Reel: 10, Frame Start:10-2555, Disponible en: <https://mppda.flinders.edu.au/records/3352>.

Motion Picture Association of America, "Motion Picture Production Code". 13 de julio, 1934, en *Motion Picture Herald*, Quigley Publishing Co., Vol. 110, No. 7, 11 de agosto 1934, pp. 11-13. Margaret Herrick Library, Periodical Core Collection,

disponible en:

<https://digitalcollections.oscars.org/digital/collection/p15759coll11/id/11866/rec/1>

Pistula Encyclica. Vigilanti Cura: De Cinematographicis Spectaculis [Encíclica. Vigilanti Cura: sobre la cinematografía], 29 de junio de 1936. Libreria Editrice Vaticana, Fondo: Acta Apostolicae Sedis [28] 1936, vol. XXVIII, Series. II, r. III, No. 8, pp. 249-263.

The Film Daily,

The 1945 Film Daily Year book of Motion Pictures, New York, Chas A. Alicoate, 1945.

The 1963 Film Daily Year book of Motion Pictures, New York, Chas A. Alicoate, 1963.

“*This soldier drives the Japanese from China's field and hills-- give him your help!*”.

Litografía a color. s/a, C. 1945. LOC, OWI Collection, serie: Artist poster filing, Digital Id: ppmsca 43535 //hdl.loc.gov/loc.pnp/ppmsca.43535, disponible en: <https://www.loc.gov/item/2015646606/>.

Treaty for the Limitation of Naval Armament (Tratado para la limitación del armamento naval). Londres, 25 de marzo de 1936. NavWeaps. Naval Weapons, Naval Technology and Naval Reunions, colección: Naval Limitation Treaties, disponible en: http://www.navweaps.com/index_tech/tech-089_London_Treaty_1936.php, consultado el 21 de octubre de 2024.

Starch, Daniel, *The income of the American family*. Nueva York, c. 1930, p. 7. University of Wisconsin, disponible en: <https://catalog.hathitrust.org/Record/006796859> .

U.S. Congress,

An Act to encourage national industrial recovery, to foster fair competition, and to provide for the construction of certain useful public works, and for other purposes, 16 de junio, 1933”. National archives, record group: General Records of the United States Government 1778-2006, No. 11, series: Enrolled Acts and Resolutions of Congress 1789 – 2013, disponible en: <https://catalog.archives.gov/id/5730902> .

Appendix – Congressional Record (Bound Edition), Vol. 91, 21 de diciembre de 1945, p. A2378. Library of Congress, colección: Additional Government Publications, Congressional Record (Bound Edition), SuDoc Class Number: X 1.1. Disponible

en: <https://www.govinfo.gov/app/details/GPO-CRECB-1945-pt11/GPO-CRECB-1945-pt11-1>.

The Statutes at Large of the United States of America, from December, 1881, to March, 1883, and Recent Treaties, Postal Conventions, and Executive Proclamations. Vol. XXII. Vol. 22, 47th Congress, 1883. Library of Congress, colección: U.S. Statutes at Large, disponible en: www.loc.gov/item/lsl-v22/

The Statutes at Large of the United States of America, from April, 1917, to March, 1919 Concurrent Resolutions of the Two Houses of Congress, and Recent Treaties, Conventions, and Executive Proclamations Amendment to the Constitution. Vol. XL, 65th Congress, Washington, 1919. Law Library of Congress, colección: U.S. Statutes at Large, disponible en: www.loc.gov/item/lsl-v41/.

19th Amendment to the U.S. Constitution: Women's Right to Vote, 66th Congress, 19 de mayo, 1919. National Archives, fondo: General Records of the United States Government, colección: Ratified Amendments, 1795-1992, grupo: 11, disponible en: <https://www.archives.gov/historical-docs/19th-amendment>.

U.S. Congress, Glass, Carter Steagall & Henry Bascom, “An Act to Provide for the Safer and More Effective Use of the Assets of Banks, to Regulate Interbank Control, to Prevent the Undue Diversion of Funds into Speculative Operations, and For Other Purposes”, en *Public Law*, 73^d Congress, secc. 73-66D, 16 de junio de 1933, pp. 1-37. Federal Reserve Bank of St. Louis, disponible en: <https://fraser.stlouisfed.org/title/991> .

Washington Department Of Commerce, Bureau of Foreign and Domestic Commerce, *Statistical Abstract of the United States: 1930*, Washington DC, United States Government Printing Office, No. 52, 1930.

Documentos hemerográficos

“Axis powers sign ten-year alliance to remake Europe”, en *The New York Times*. Vol. LXXXVIII, New York, 23 de mayo de 1939, p.46.

Fortune Magazine. Vol XXVI, New York, Time Inc., septiembre, 1942.

Graña, Manuel, “La “Legión de la decencia” en los Estados Unidos”, en *Caballeros Católicos de Cuba, Habana, Suplemento de Diario de la Marina*, año I, N° 3, 24 de junio de 1934, p. 4, 8, disponible en:
<https://www.filosofia.org/hem/193/9340624d.htm>

Look Magazine, Iowa, Cowles Media, 17 de enero, 1939, pp. 17-21.

Motion Picture Herald, Quigley Publishing Co., Vol. 110, No. 7, 11 de agosto 1934, pp. 11-13. Margaret Herrick Library, Periodical Core Collection, disponible en:
<https://digitalcollections.oscars.org/digital/collection/p15759coll11/id/11866/rec/1>

Motion Picture News, New York, Motion Picture News, Inc., Vol. XI, No. 14, 5 de octubre de 1929. Disponible en:
<https://archive.org/details/motionpicturenew40moti/page/n4/mode/1up>

"Prohibition Amendment Has Revolutionized Local Politics By Closing Saloons and Ousting Ward Heelers Roosting in Them", en *The Chicago Eagle*. Chiago, 17 de enero, 1920, p. 1, 1ra columna. Library of Congress, Chronicling America: Historic American Newspapers. Disponible:
<https://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn84025828/1920-01-17/ed-1/seq-1/#words=prohibition+PROHIBITION>

Seattle Union Record, 2 de febrero de 1919, p. 1. Washington State Library, PO, caja 42460. Disponible en:
<https://washingtondigitalnewspapers.org/?a=d&d=SUR19190203.1.1&e=-----en-20--1--txt-txIN----->

"Senate Puts Dry Nation Up to States", en *New York Tribune*, New York, 2 de Agosto, 1917, p. 1, columna 5. Library of Congress-Chronicling America: Historic American Newspapers. Disponible en:
<https://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83030214/1917-08-02/ed-1/seq-1/>

Shlaes,Amity, “The Myth of Gatsby’s suffering middle class” en *The New York Times*, 2 de junio de 2013, p. SR9.

The Billboard, Ohio, The Billboard Publishing Co., vol. 35, No. 11, 17 de marzo, 1923.

Disponible en: https://archive.org/details/sim_billboard_1923-03-17_35_11/page/26/mode/2up

The Hollywood Reporter. California, The Wilkerson Daily Corp., 1 de octubre, 1932, 8 pp.

Yank, the Army Weekly, vol. 4, No. 3, 6 de julio, 1945.

Bibliografía

Adolf Hitler, *Mi Lucha* [1925]. Chile, Jusego, 2003.

Aurrecochea, Juan Manuel, *Imperio, Revolución y caricaturas. El México bárbaro de John T. McCutcheon*. México, Itaca-Secretaría de Cultura, 2016.

Baez-Villaseñor, María Estela, *Bajo asedio del maligno. La persecución de la brujería en Salem, Massachusetts a finales del siglo XVII*. México, Universidad Autónoma Metropolitana-Ediciones del Lirio, 2022.

Baier, Teresa, “Germania-Allegorien in Heroiden und heroidenähnlicher Dichtung der Frühen Neuzeit”, en *National Figurations and Personifications in Early Modern Europe Interdisciplinary online conference of the research platform. 19th – 21st May 2021*. Mainz, Johannes Gutenberg- University Mainz- German Historical Institute Paris, 2021, pp. 59-68.

Barrier, Michael, *Hollywood Cartoons. American Animation in its Golden Age*. New York, Oxford University Press, 1999.

Bellido, Jose, Kathy Bowrey, “Disney in Spain (1930–1935)”, en *Business History*. Canterbury, University of Kent, 2017, pp. 1-31.

Beuchot, Mauricio, *Perfiles esenciales de la hermenéutica*, México, UNAM, 2008.

Brecher, Jeremy, *Strike!*, California, PM Press, 2020.

Brinkley, Alan, *American History, a survey*. 10th ed., Chicago, McGraw-Hill College, 1999.

Bossert, David A., *Oswald the Lucky Rabbit. The search for the lost Disney Cartoons*. California, Disney Editions, 2021.

- Cab Calloway, *Cab Calloway's Hepster's Dictionary: Language of Jive*, 1939. Rescatado de Andrew Clark, *Riffs and Choruses: A New Jazz Anthology*, New York, Continuum, 2001, pp. 351-356
- Canemaker, John, *Felix. The twisted tale of the world's famous cat*, New York, Pantheon Books, 1991.
- Cashman, Sean Dennis, *America in the twenties and thirties. The olympian age of Franklin Delano Roosevelt*, New York, New York University Press, 1989.
- Chartier, Roger, *El mundo como representación. Estudios sobre Historia Cultural*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- Brunetta, Gian Piero, *Historia Mundial del Cine. Estados Unidos*, T. I, Madrid, Akal, 2011.
- De Guzmán, Eduardo, *Nosotros, los asesinos. Memorias de la Guerra Civil Española. 1936-1939*. Madrid, G. Del Toro, 1976.
- Doherty, Thomas Patrick, *Pre-code Hollywood: sex, immorality, and insurrection in American cinema, 1930–1934*, New York, Columbia University Press, 1999.
- Eisenstein, Sergei, *Walt Disney*, Madrid, Casimiro, 2018.
- Fleischer, Richard, *Out of the Inkwell. Max Fleischer and the animation revolution*, Kentucky, The University Press of Kentucky, 2005.
- Fernández López, José Manuel, *Diccionario de películas. El cine bélico*. Madrid, Ministerio de Defensa-T&B Editores, 2009.
- Ferro, Marc, *Historia contemporánea y cine*. Barcelona, Ariel, 1995.
- Freidel, Frank, *Los Estados Unidos en el siglo veinte*. T. I, México, Novaro México, 1962.
- Goldmark, Daniel, *Funny Pictures: Animation and comedy in Studio-Era Hollywood*, California, University of California Press, 2011.
- Tunes for Toons: Music and the Hollywood Cartoon*, Berkeley, University of California Press, 2007.

- Hoberman, James, *Escritos sobre cine norteamericano*, Buenos Aires, El cuenco de Plata, 2015.
- Kothenschulte, Daniel, *Los Archivos de Walt Disney. Sus películas de animación, 1921-1968*. Boznia-Herzegovina, Taschen GmbH, 2016.
- Kottak, Phillip *Introducción a la antropología cultural: Espejo para la humanidad*, 5ta ed., Madrid, Mc Graw Hill, 2007.
- Lehman, Christopher P., *The colored cartoon: black representation in American animated short films, 1907-1954*, Massachusetts, University of Massachusetts Press, 2007.
- Maltin, Leonard y Jerry Beck, *Of Mouse and Magic. A History of American Animated Cartoons*, McGraw-Hill, 1980.
- McGowan, David, *Animated personalities: cartoon characters and stardom in American theatrical shorts*, Austin, University of Texas Press, 2019.
- Milberg, Doris, *The art of the screwball comedy: madcap entertainment from the 1930s to today*, North Carolina, McFarland & Co, 2013.
- Nguyen, Celeste, “Asian American Women Faculty: Stereotypes and Triumphs”, en Betty Taylor (Ed.), *Listening to the Voices: Mutli- ethnic Women in Education*. San Francisco, University of San Francisco, 2016, pp 129 – 136.
- Nowatzki, Robert, *Representing african americans in transatlantic abolitionism and blackface minstrelsy*, Louisiana, Louisiana State University Press, 2010.
- Rachel, Rubin, Jeffrey Melnick. *Immigration and American popular culture : an introduction*. New York, New York University Press, 2007.
- Ramírez Velázquez, Blanca Rebeca y Liliana López Levi, *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*, México, Instituto de Geografía UNAM, UAM Unidad Xochimilco, 2015.
- Ramo, Luciano, *Historia de las variedades*, trad. Baltasar Samper, México, Unión Tipográfica Editorial HispanoAmericana (UTEHA), 1961.
- Reinhart Koselleck, *Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*, Barcelona, Paidós, 1993.

- Ricoeur, Paul, *Tiempo y narración*, Vol. 1, México, Siglo XXI, 1995.
- Pedrini, Pier Paolo, *Propaganda, Persuasion and the Great War*, New York, Routledge, 2018.
- Perlmutter, David, *America Toons In. A History of Television Animation*, North Carolina, McFarland & Company, 2014.
- Reinhart Koselleck, *Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*, Barcelona, Paidós, 1993.
- Risieri Frondizi, *¿Qué son los valores? Introducción a la axiología*, México, Fondo de Cultura Económica, 1958.
- Sampson, Henry T., *That's enough, folks : Black images in animated cartoons, 1900-1960*, Maryland, Scarecrow Press, 1998
- Sadoul, Georges, *Historia del cine mundial desde los orígenes*, México, Siglo XXI, 1972.
- Santa Biblia*, trad. Reina Valera 1960, California, Vida, 2021.
- Takabatake Michitoshi, Lothar Knauth y Michiko Tanaka (comp.), *Política y pensamiento político en Japón. 1868-1925*. México, El Colegio de México, 1992.
- T. Shaefer, Richard, “The content of prejudice: stereotypes”, en *Race and Ethnicity in the United States*, 3ra ed., New Jersey, Pearson Education, 2005.
- Thompson, David, *La verdadera historia de Hollywood (The whole equation)*, trad. Alejandro Barrios, Madrid, T&B Editores, 2008.
- Thompson, Edward P., *La formación de la clase obrera en Inglaterra*, T. I, Barcelona, Critica, 2002.
- Whitley, David, *The idea of nature in Disney animation: from Snow White to WALL-E*, 2da. ed., Burlington, Ashgate, 2008.

Tesis

- Haskell, Samantha, *Cancel culture: a qualitative analysis of the social media practice of canceling*. Master of Arts in Communication thesis, Idaho, Boise State University, Agosto, 2021.
- Reseco Bresó, Inés, *Sexualidad, cine y censura: un estudio sobre la aplicación del Código Hays en la filmografía de Hitchcock*, tesis de grado en Comunicación Audiovisual, Gandia, Universitat Politècnica De València (sic.), 2019.
- Rivas, Jason Jonathan, *Scripting Memory: Hollywood, The Federal Government, And Public Memory In WWII*, Master of Arts with a Major in History thesis, Texas, Texas State University, 2020.
- Tordera Ruiz, Sofia, *La Educación Infantil En La Alemania Nazi*, Tesis De Grado En Educación Infantil. Valladolid, Universidad De Valladolid, 2018.

Revistas

- Alba, Victor, "The Mexican Revolution and the Cartoon", en *Comparative Studies in Society and History*, Vol. 9, No. 2, enero, 1967, pp. 121-136.
- Allue, Marta, "Inválidos, feos y freaks", en *Revista de Antropología Social*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, No. 21, 2012, pp. 273-286.
- Brady, Megan, "Feminism and Flapperdom: Sexual Liberation, Ownership of Body and Sexuality, & Constructions of Femininity in the Roaring 20's", en *SUNY Oneonta Academic Research (SOAR): A Journal of Undergraduate Social Science*, No. 3., 2019, pp. 49-63.
- Carman, Harry J., "Dangers to the american way of life", en *Phylon*. Atlanta, Clark Atlanta University, Vol. 16, No. 3, 3er trimestre, 1955, pp. 225-231.
- Casquete Badallo, Jesús, "La primera edición española de Mein Kampf", en *Revista de Estudios Políticos*, Bilbao, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, No. 184, 2019, pp. 197-223.
- Chinchilla, Perla "La historia practica: una propuesta", *Historia y grafía*, México, Universidad Iberoamericana, año 30, No. 60, enero-junio, 2023, pp. 35-71.

- Correa Henao, Juan David, “Panamericanismo versus latinoamericanismo: tensión geopolítica y civilizacional”, en *Analecta Política*, Vol. 10, No. 19, julio-diciembre, 2020, pp. 56-76.
- Craig, Steve, “How America Adopted Radio: Demographic Differences in Set Ownership Reported in the 1930-1950 U.S. Censuses”, en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Washington, Broadcast Education Association Vol. 48, No. 2, junio, 2004, pp. 179-195.
- Esquivel García, Cristabel, “Historia de la animación I. El dibujo animado”, en 925. *Artes y Diseño* [revista digital], México, UNAM, mayo, 2017. Disponible en: <https://revista925taxco.fad.unam.mx/index.php/2017/05/12/historia-de-la-animacion-i-el-dibujo-animado/>
- Horváth, Ádám, Balázs Gyenge, “Product placement in movies and its consumer perception”, en *International Journal of Business and Management Invention*. Vol. 6, No. 1, enero, 2017, pp. 33-37.
- Humphrey, Aaron, “The Cult of Krazy Kat: Memory and Recollection in the Age of Mechanical Reproduction”, en *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship* 7, 8, 2017, pp. 1–24. Disponible en: <https://doi.org/10.16995/cg.97> , consultado el 18 de abril de 2023.
- Fernández, Ignacio, “*Eccetto Topolino. Fascismo Italiano, Antiamericanismo y Fumetti*”, en *Tebeosfera. Cultura Grafica, Sevilla*, 3ra época, 2016. Revista digital disponible en: https://www.tebeosfera.com/documentos/fascismo_italiano_antiamericanismo_y_fumetti.html?fbclid=IwAR2_VVxZkIiAYrF7fEbosPoL8ApfK9D9cLpmvVz_HcX1xzEin1mPR59Q7Hc, consultado el 22 de octubre de 2024.
- Girona, Ramon, Jordi Xifra, “From the “strategy of truth” to the “weapon of truth”: The Government Information Manual for the Motion Picture Industry, 1942”, en *Public Relations Review*, Vol. 36, No. 3, septiembre, 2010, pp. 306-309.g
- Gupta, Pola B., Stephen J. Gould. “Consumers’ Perceptions of the Ethics and Acceptability of Product Placements in Movies: Product Category and Individual Differences.”,

en *Journal of Current Issues & Research in Advertising*. Philadelphia, Vol. 19, No. 1, 1997, pp. 37–50.

Jiménez Gascón, Zoraida, “La construcción del villano como personaje cinematográfico”, en *FRAME. Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, Sevilla, Biblioteca de la Facultad de Comunicación- Universidad de Sevilla, No. 6, febrero, 2010, pp. 285 - 311.

Laguado Duca, Arturo Claudio “El gaucho en la escena argentina”, *Boletín Cultural y Bibliográfico*, Bogota, Banco de la República-Talleres Gráficos, Vol. 10, N°. 3, 1967, pp. 629-634.

Langer, Mark, “Institutional Power and the Fleischer Studios: The Standard Production Reference”, en *Cinema Journal*, Texas, University of Texas Press, Vol. 30, No. 2, invierno, 1991, pp. 3-22.

Lozano, Sandra, “Mirada al pasado: Estereotipos y arquetipos de género en series históricas españolas (2011-2018)”, en *Comunicación y Medios*, Vol. 29, No. 41, enero-junio, 2020, p. 69.

Luque Nadal, Lucía, “Análisis lingüístico-cultural del imaginario de los judíos a través los refranes”, en *Hikma. Revista de Traducción*, Cordoba, UCO Press-Universidad de Córdoba, Vol. 11, octubre, 2012, pp. 103-112. Disponible en: <https://journals.uco.es/hikma/article/view/5247>.

Meira Carvalho, Marina Helena, “Três papagaios e o Brasil na Segunda Guerra Mundial. Disputas representacionais e o cotidiano de guerra”, en *Revista Maracanán*, Río de Janeiro, No. 30, mayo-agosto, 2022, pp. 175-202.

Moreno Rubio, Sergio, “Usos y desusos de la categoría de clase trabajadora en la historia social: ¿por qué insistir en la vigencia del análisis sociohistórico?” en, *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*. Bogotá, Vol. 41, No. 2, 2014, pp. 291-327.

Muñiz Jaén, Ignacio, “De la cultura popular a la cultura del espectáculo”, en *Revista PH*. Andalucía, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico No. 99 febrero 2020 pp. 150-152.

- Núñez De Prado Clavel, Sara, Javier Rodríguez Abengozar, “La Quinta Columna Y El Cuerpo diplomático en la Guerra Civil española”, en *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*. Alicante, Universidad de Alicante, No. 19, 2019, pp. 183-203.
- Olivera, Luis, “El marketing en la política”, en *Conexión*. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, No. 5, 2016, pp. 48-59.
- Padilla Castillo Graciela, Paula Requeijo Rey, “La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas”, en *Fonseca: Journal of Communication*, Salamanca, Universidad de Salamanca, No. 1, 2010 pp. 188-218.
- Peiró, Marisa, “Momotaro se fue a la guerra: infancia, propaganda y animacion I” en *Revista Ecos de Asia*, Zaragoza, No 16, mayo, 2015, pp. 38-29.
- Rieselman, Deborah, “What are values?”, en *Cincinnati Horizons* [revista digital], Cincinnati, University of Cincinnati, Agosto, 2005, disponible en: <https://magazine.uc.edu/issues/0805.html>
- Rivera, Ricardo, “Análisis y actualidad del fascismo”, en *Realidad: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. El Salvador, Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", No. 114, 2007, pp. 595-619.
- Sagredo Santos, Antonia, “Crisis agraria y éxodo rural en Estados Unidos en los años 20 y 30”, en *REDEN. Revista Española de Estudios Norteamericanos*, No. 21-22, 2001, pp. 75-88.
- Short, K. R. M., “Washington’s information manual for Hollywood, 1942”, en *Historical Journal of Film, Radio and Television*. Londres, Routledge, Vol. 3, No. 2, 1983, pp. 171–180.
- Terris, Milton, “Violencia en una sociedad violenta”, en Facultad Nacional de Salud Pública: El escenario para la salud pública desde la ciencia, Medellín, Universidad de Antioquia, Vol. 17, N°. 1, 1999, pp. 37-51.
- Toledo, Charlotte N., "She Would Not Be Silenced: Mae West's Struggle Against Censorship.", en *The Downtown Review*, Vol. 3, No. 2, diciembre, 2016, pp. 1-8.
- Quesada Monge, Rodrigo, “La carga del hombre blanco: Rudyard Kipling y el imperialismo británico (1850-1920)”, en *Revista Perspectivas: Estudios Sociales y*

Educación Cívica, Heredia, Universidad Nacional Costa Rica, enero-junio, 1999, p. 71-84.

Vargas Gené de Fournier, Alicia, “La política de la "Buena Vecindad"”, en *Revista Estudios*. San José, Universidad de Costa Rica, N°. 1, 1978, pp. 52-58.

Vergara, Camilo José, “El paisaje del *ghetto*”, en *Bifurcaciones: revista de estudios culturales urbanos*, Nueva York, Columbia University, No. 20, 2015. Disponible en: <http://www.bifurcaciones.cl/2015/12/vergara/>

Victoria Uribe, Ricardo, Marco Antonio García Albarrán, “*Kawaii!* La ternura como herramienta para el diseño emocional y sustentable”, en *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, Estado de México, Universidad Autónoma del Estado de México, vol. 17, núm. 31, 2022, pp. 1-13.

Páginas web consultadas

Association Française du Cinéma d’Animation (AFCA), “Qu’est-ce que la fête?”, en *La Fête du cinéma d’animation*, consultado el: 21 de marzo de 2023. Disponible en: [<https://www.fete-cinema-animation.fr/a-propos/fete-cinema-animation.html#:~:text=La%20F%C3%AAte%20du%20cin%C3%A9ma%20d'animation%20a%20pour%20vocation%20de,films%20et%20de%20leurs%20auteurs.>]

Barger, Robert, “It Happened One Night & The Roots of the Rom-Com”, en *Cultured Vultures*, 9 de junio, 2021, disponible en: <https://culturedvultures.com/it-happened-one-night-roots-of-the-rom-com/> .

Bolewski, Norbert, “Traumschmelze – der deutsche Zeichenanimationsfilm 1930-1950”, en *FKTG. Gesellschaft Für Elektronische Medien*, 2013. Disponible en: <https://www.fktg.org/node/5140/traumschmelze>.

“Chronologie zum Animationsfilm in Deutschland 1940–49”, en *DIAF: Deutsches Institut für Animationsfilm*. Disponible en: <https://www.diaf.de/forschung/chronologie-zum-animationsfilm-in-deutschland/chronologie-zum-animationsfilm-in-deutschland-1940-49/>.

Curry, Benjamin, “What Are Growth Stocks?”, en *Forbes Advisor*. Disponible en: <https://www.forbes.com/advisor/investing/growth-stocks/>.

Domínguez, Iñaki, “Los mecanismos de la doble moral”, en *Ethic*, 17 de junio de 2024, disponible en: <https://ethic.es/2024/06/los-mecanismos-de-la-doble-moral/>.

“Extremist in America. Ku Klx Klan”, en ADL. Anti-Defamation League, 12 de febrero, 2011. Disponible en: https://web.archive.org/web/20060821181750/https://www.adl.org/learn/ext_us/KKK.asp?LEARN_Cat=Extremism&LEARN_SubCat=Extremism_in_America&xpick=4&item=kkk.

FBI, “Famous Cases and Criminals. KKK Series”, en Federal Bureau of Investigation, consultado el 10 de febrero de 2024. Disponible en: <https://www.fbi.gov/history/famous-cases/kkk-series>

Gregory, Alice, “A Brief History of the Zoot Suit. Unraveling the jazzy life of a snazzy style”, en *Smithsonian Magazine*, Abril, 2016, disponible en: <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/brief-history-zoot-suit-180958507/>.

Horiuchi, Lynne “History of the War Relocation Authority (WRA) Sites”, en National Japanese American Historical Society. Texto digital disponible en: <https://njahs.org/confinementsites/history/>

Imhoff, Miles, “Toho’s Forgotten Years” en *Toho Kingdom*, 9 de agosto, 2014, disponible en: <https://www.tohokingdom.com/blog/tohos-forgotten-years/>

Iitomi, Keske, “Charlie Chaplin y Japón: una historia de amor con tempura e intentos de asesinato”, en *Japonistas Chile*, 11 de abril de 2022. Disponible en: <https://www.japonistaschile.com/single-post/charlie-chaplin-y-jap%C3%B3n#:~:text=De%20la%20misma%20forma%2C%20el,fue%20muy%20divertido%20en%20general%22.&text=%2DAkutagawa%2C%20Ryunosuke.,1984>.

Lehman, Christopher P., “Klanimation”, en *Cartoon Research*, 3 de diciembre de 2016. Disponible en: <https://cartoonresearch.com/index.php/klanimation/>

The Censored 11: “Hittin’ the Trail for Hallelujah Land” (1931)”, en *Cartoon Research*, 5 de agosto de 2017, disponible en: <https://cartoonresearch.com/index.php/the-censored-11-hittin-the-trail-for-hallelujahland-1931/>.

- “The Censored 11: “Sunday Go to Meetin’ Time” (1936)” en *Cartoon Research*, 5 de agosto de 2017, disponible en: <https://cartoonresearch.com/index.php/the-censored-11-sunday-go-to-meetin-time-1936/>.
- Llorente, Analía, “¿Cómo y cuándo surgieron las expresiones "sueño americano" y "América primero"?”, en BBC News, 29 enero 2019, disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46965869> .
- Charles M. Blow, “Six Seuss Books Bore a Bias”, *The New York Times*, 3 de marzo de 2021. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2021/03/04/opinion/suess-books-race-bias.html>
- Margarita Rodríguez, “Cómo fue la primera gran ley para prohibir la inmigración a EE.UU. 130 años antes de la llegada de Donald Trump al poder” en BBC Mundo, 26 febrero 2017.
- National Museum of American History, “We Did It Before and We Can Do It Again”, en National Museum of American History. Disponible en: https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_681578.
- Nwelue, Onyeka, “On Writing in Pidgin English, and Other Colloquial Dialects”, en *Brittle Paper*. Nigeria, 20 de septiembre de 2021. Texto en línea disponible en: <https://brittlepaper.com/2021/09/on-writing-in-pidgin-english-and-other-colloquial-dialects-onyeka-nwelue-essay/> , consultado el 19 de enero de 2025.
- Patenaude, Bertrand M., “Food as weapon”, en *Hoover Institute*, 30 de enero, 2007. Disponible en: <https://www.hoover.org/research/food-weapon>.
- Robley, Les Paul, “Fabulous Technicolor! A History of Low Fade Color Print Stocks”, en *The 70mm Newsletter*. California, The 70mm. Large Formate Film History, 9 de febrero de 2010. Disponible en: 70mm.com.
- Sela, Shlomo, “Saturn and the Jews”, en Herbert D. Katz Center for Advanced Judaic Studies, University of Pennsylvania, Pennsylvania, 10 de noviembre, 2017, disponible en: <https://katz.sas.upenn.edu/resources/blog/saturn-and-jews>
- Shawn Lay, “Ku Klux Klan in the Twentieth Century”, en *New Georgia Encyclopedia*, 7 de Julio de 2005, disponible en [<https://www.georgiaencyclopedia.org/articles/history-archaeology/ku-klux-klan-twentieth-century>], consultado el 19 de noviembre 2020.

The National World War II Museum, “Research Starters: US Military by the Numbers”.

The National WW II Museum. Estadísticas disponibles en:

<https://www.nationalww2museum.org/students-teachers/student-resources/research-starters/research-starters-us-military-numbers>.

Trust, Gary, “The First Billboard: All That Was ‘New, Bright and Interesting on the Boards’”, en *Billboard*, 11 de enero de 2022. Disponible en:

[<https://www.billboard.com/pro/first-billboard-issue-november-1-1894/>]

United States Department of State, “The Immigration Act of 1924 (The Johnson-Reed Act)”, en *Office of the Historian*. 17 de noviembre, 2013. Disponible en:

<https://history.state.gov/milestones/1921-1936/immigration-act>

Vincent, Alexander, “How The Hays Code Censored Cartoons And How Animators Responded”, en *Cartoon Brew*, 16 de febrero de 2023, disponible en:

<https://www.cartoonbrew.com/cartoon-study/cartoons-and-the-hays-code-study-225994.html> .



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00486

Matrícula: 2223802428

Cartoonland. Estereotipos y representación de la cultura popular en la animación estadounidense (1920-1945)

En la Ciudad de México, se presentaron a las 11:00 horas del día 16 del mes de abril del año 2025 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DRA. MARIA ESTELA BAEZ VILLASEÑOR MORENO
DRA. LUZ OLIVIA DOMINGUEZ PRIETO
DRA. IRMA HERNANDEZ BOLAÑOS

Bajo la Presidencia de la primera y con carácter de Secretaria la última, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRA EN HUMANIDADES (HISTORIA)

DE: ALEJANDRA VENEGAS SANCHEZ

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobar

Acto continuo, la presidenta del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

REVISÓ

MTRA. ROSALIA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTORA DE LA DIVISIÓN DE CSH

[Signature]
DRA. SONIA PEREZ TOLEDO

PRESIDENTA

[Signature]
DRA. MARIA ESTELA BAEZ VILLASEÑOR MORENO

VOCAL

[Signature]
DRA. LUZ OLIVIA DOMINGUEZ PRIETO

SECRETARIA

[Signature]
DRA. IRMA HERNANDEZ BOLAÑOS