

JORGE ALBERTO RIVERO MORA*

El humor puede ser muy *chango*. La obra de Ernesto García Cabral en los carteles fílmicos de *Tin Tan*

Humor may be very *Chango*.
Ernesto García Cabral's work in *Tin Tan* film posters

Resumen

En el presente ensayo exploraré los diferentes sentidos e intencionalidades que ofrecen algunos carteles representativos de la época de oro del cine mexicano. Específicamente, ahondaré en los carteles fílmicos que el notable dibujante, Ernesto García Cabral, elaboró para algunas de las películas más exitosas de Germán Valdés *Tin Tan*. De esta manera, si bien los carteles modificaron el entorno urbano y las representaciones de la realidad, me interesa examinar cómo su universo representacional –basado en el sentido del humor y en el relajó– influyó en la construcción de interesantes imaginarios.

Palabras clave: imagen, historiografía, cinematografía, representación, discurso

Abstract

In this essay I will explore the different meanings and purposes that some representative posters show of the golden age of Mexican cinema. Specifically I delve into film posters that the remarkable artist, Ernesto García Cabral, *El Chango*, created for some of the most successful films of German Valdés, *Tin Tan*. Although the posters changed the urban environment and the representations of reality, I'm interested in examining how their representational universe –hilarious sense of humor– influenced the creation of collective imageries.

Key words: image, historiography, film, performance, speech

Fuentes Humanísticas > Año 29 > Número 50 > I Semestre 2015 > pp. 137-155
Fecha de recepción 16/07/13 > Fecha de aceptación 10/10/13

* Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

¹ Este artículo forma parte de la investigación: Wachando a Tin Tan. *Análisis historiográfico de un personaje fílmico (1944-1958)*. Véase agradecimiento y nota aclaratoria p. 155.

I. Imagen, representación y realidad histórica

La historia no debe ser reconstruida únicamente en papel, puede existir otro modo de concebir el pasado... el sonido, la imagen, la emoción, el montaje.

Robert Rosenstone

En la reconstrucción de un problema histórico o historiográfico es una tarea común la revisión de textos escritos, archivos y registros tradicionales. Sin embargo, la conveniencia de contar con gráficas alternas a dichos discursos (imágenes, mapas, construcciones arquitectónicas, monumentos, películas o carteles) radica en que estas huellas permiten al ser humano extraer información importante sobre la manera de vivir y representar la realidad y cómo concibe su visión de mundo, su cotidianidad y sus expectativas.

La importancia de retomar estas otras maneras de aprehender y representar la realidad es mayúscula, porque permite profundizar en el análisis reflexivo y crítico de la escritura de la historia. Sin embargo, en el ámbito de la historiografía crítica,¹ las imágenes sobrepasan, por mucho, la limitada función de simples “evidencias” que puede otorgárseles, por-

que éstas no funcionan meramente como instrumentos de apoyo que den paso a juicios valorativos (de verdad o falsedad) de los testimonios construidos, también la imagen es en sí misma una manera de representación de la realidad histórica.

En esta dirección, la imagen obliga a reflexionar en el quién, el cómo, de qué manera, en qué tiempo y desde qué espacio se materializa; implica pensar en los aspectos subjetivos y objetivos adheridos en la historicidad misma que conforma el fundamento de la interpretación ya que, como puntualiza Gabrielle Spiegel, el poder de toda representación deriva de su contexto social y del vínculo que mantiene con el conjunto de redes sociales y políticas en las que se mueve.²

De esta manera, la correlación entre la representación y la realidad histórica está posibilitada por la historicidad, ya que ésta condiciona su existencia a partir de que en ella se enlazan ambos conceptos (representación y realidad histórica) en una tensión temporal entre el presente y el pasado. Por lo antes citado, la representación de la historia (en cualquiera de sus modalidades o de sus gráficas) y la realidad histórica juegan una vinculación dialéctica que las complementa: sin realidad no puede haber representación y viceversa, sin representación no puede haber alguna señal tangible que dé sustento a la realidad histórica misma.³

¹ La historiografía crítica propone analizar, problematizar e historizar los objetos de estudio y su recepción, pero también los dos tipos de discursos que en las ciencias sociales, humanas y de la conducta sirven para explicar y apoyar la comprensión de estos objetos: los discursos teóricos y los paradigmas que los sostienen, así como los modelos que se utilizan para privilegiar ciertos discursos y erigirlos en contextos históricos. Silvia Pappe *et al*, *Historiografía crítica. Una reflexión teórica*, p. 161.

² Gabrielle Spiegel, “Historia, historicismo y lógica social del texto en la Edad Media”, Françoise Perus (comp.), *Historia y literatura*, pp. 123-161.

³ La historicidad se refiere a la posibilidad, la condición y la necesidad para la constitución de lo histórico (Historia, historias e historiografía) con base en una tensión entre por lo menos dos tiempos: el presente y cualquier modalidad del pasado. Véase Silvia Pappe *et al*, *Metodología I. Discursos*,

Habitualmente, el análisis del discurso se ocupa de examinar textos verbales, es decir, de grafías escriturísticas que de modo recurrente son exploradas por historiadores o historiógrafos para llevar a cabo su quehacer. En este sentido, la grafía escrita en tanto representación material asume una peculiar narrativa para reconstruir el pasado o hacer una descripción puntual de la realidad. Sobre el tema Silvia Pappe señala:

¿Qué hacemos cuando escribimos historia?: darle presencia física a algo —la historia— que existe, pero que aun no dispone de esta presencia. Lo que nos debe de preocupar no es, entonces, la historia sin escribir frente a la historia escrita: lo que nos obsesiona es la escritura de la historia como posibilidad y como constitución de la misma, entendiendo constitución como proceso de estructuración, de significación.⁴

Este proceso de estructuración y significación al que alude Pappe, me lleva a reflexionar que en ocasiones no se cavila con detenimiento en las posibilidades que ofrecen otros discursos alternos a los textos escritos, como las imágenes, las cuales tienen una determinada intencionalidad al momento de su emisión; son concebidas en un periodo histórico específico, son fuentes relevantes para construir y entender la historia de la cual formamos parte y pueden ser interpretadas desde diferentes horizontes de enunciación.

En este sentido, generalmente cuando uno habla de un poeta o de algún novelista ponemos a prueba la memoria al preguntar a nuestro interlocutor qué versos o qué pasajes de una novela podría repetir textualmente, lo mismo podría decirse respecto de una película. ¿Qué imagen o imágenes se recuerdan? La pregunta se complejiza si, como decía Jean Luc Godard, la fotografía es verdad y el cine es una verdad que corre veinticuatro veces por segundo. ¿Qué pasa cuando queremos detener tal celeridad de las secuencias y congelamos o sintetizamos todos los recuerdos de un filme en una imagen?

Así, por ejemplo, al recuperar escenas de la época de oro del cine mexicano, se pueden evocar imágenes que permanecen intactas en la memoria: la bravía presencia de Jorge Negrete o Pedro Armendáriz; la belleza serena y elegante de Dolores del Río; los bellos ojos de María Félix en *close up* en *Enamorada*; la desesperación de Blanca Estela Pavón y Pedro Infante al ver a su hijo carbonizado en *Ustedes los ricos*; la picardía de Cantinflas y la energía de Joaquín Pardavé en *Ahí está el detalle*; la seguridad triunfante de Roberto Cobo en *Los olvidados*; el encuentro musical de *Tin Tan* y *Vitola* en *El rey del barrio*, etcétera, escenas memorables en que los artistas citados apuestan su fuerza expresiva al poder receptivo de sus imágenes.

En este punto, quiero hacer un breve paréntesis para señalar que la palabra imagen se usa con mucha libertad porque en torno de ella existe una conceptualización extremadamente amplia, flexible y aun vaga; como una especie de palabra comodín que explica, pero no del todo, las enormes posibilidades que estos discursos encierran; por ejemplo, se puede examinar la imagen como un discurso aislado

temporalidad, y espacio en la historiografía crítica, p. 68.

⁴ Silvia Pappe, "¿La historia se puede escribir? (itinerario y trayecto de una pregunta)", *Formatos, géneros y discursos*, p. 404.

y autónomo, pero también como parte de una cadena que da sentido a una trama o como atmósfera de un mensaje determinado.

En efecto, no se debe olvidar que las imágenes aluden a construcciones selectivas que son, al mismo tiempo, referentes, construcciones conceptuales, ideas y formas de pensamiento, pero también incorporan fenómenos más amplios y complejos como los imaginarios y las "visiones de mundo". En este orden de ideas, un enorme abanico de posibilidades se despliega y se puede debatir en torno de los diferentes significados que estos discursos proyectan en el periodo histórico en que cobran auge, aunque después puedan caer en desuso y ser intercambiados por nuevas imágenes del mundo.

Por lo anterior, las imágenes son un importante insumo que ahonda en la representación del pasado histórico y son un eficaz medio de expresión y difusión de la cotidianidad de un tiempo y espacio específicos, pero también son discursos que estimulan la reflexión en torno a las fuentes visuales en las que se puede respaldar el historiador o el historiógrafo para realizar su trabajo.

Al respecto Max Weber subrayaba que el hombre es un animal suspendido en redes o tramas de significación que él mismo ha tejido y Clifford Geertz añadiría: "la cultura es esa urdimbre, y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones"⁵. En este sen-

tido, la historiografía examina esa urdimbre compuesta de una multiplicidad de discursos e invita a reflexionar en torno de las significaciones existentes en relación con las redes culturales en que se emitan, todo desde una perspectiva transdisciplinaria.⁶

En esta directriz, este trabajo pretende examinar un discurso visual poco apreciado en la gestación de la resonancia de varias de las estrellas míticas del cine nacional: los carteles publicitarios de sus cintas, es decir, examinaré historiográficamente cómo los protagonistas de la época de oro de nuestra cinematografía, en específico Germán Valdés *Tin Tan*, se nutrieron de los afiches filmicos en tanto formas de expresión cultural, viables de ser historizadas.

en las que se ensartan los hechos, y por tanto, debería constituirse en la base de la descripción etnográfica. Clifford Geertz, *La Interpretación de las culturas*, pp. 20-22.

⁶ Los discursos pueden variar dependiendo del espacio, tradición, ideología y horizonte de enunciación (historia, sociología, semiótica, filosofía, etcétera) en que se emitan. Lo meritorio de la historiografía radica en el uso de la transdisciplinarietà, en este continuo fluir de conocimientos extraídos de otros saberes, metodologías y perspectivas de análisis de otras disciplinas. Cf. Silvia Pappe *et al*, "Teoría y análisis del discurso", *Cuaderno de Posgrado* (nivel doctorado).

⁵ Geertz recurre a un concepto acuñado por Gilbert Ryle: la descripción densa que recoge "la jerarquía estratificada de estructuras significativas"

II. El cartel cinematográfico: nutriente de imaginarios

Un cartel publicitario es como un grito pegado a la pared.

José Renau

El investigador José Ronzón advierte que en los últimos años diversos analistas del acontecer humano se han preocupado por extraer información del pasado a través de las imágenes y, por ello, cada vez son más abundantes los proyectos que examinan, tanto las representaciones estáticas (fotografía, cartel, caricatura), como las imágenes en movimiento (cine, televisión, documental o video), debido a que estas grafías inciden de manera directa en el conocimiento de la sociedad de una época y también en la gestación de imaginarios.⁷

Precisamente, los carteles cinematográficos creados *ex profeso* para la difusión de dicho espectáculo, son una de las primeras y más tradicionales formas de acercarse al llamado séptimo arte. Y es que no obstante el extraordinario alcance que ofrecen las nuevas tecnologías (especialmente internet o los programas de animación electrónica), los carteles impresos se mantienen como un eficaz medio para cautivar al público.

En esta dirección, en numerosas ocasiones la primera aproximación que el espectador tiene a una obra fílmica la obtiene del cartel pegado fuera de la sala. Y esta breve o detallada lectura que el

receptor hace a este discurso visual (que alberga en su interior distintas imágenes: dibujo, fotografía o caricatura) le permite obtener pistas de lo que el autor del afiche logró sintetizar de la trama y evaluar si vale la pena o no consumir dicha propuesta cinematográfica.

Como subraya la diseñadora de arte Donis A. Dondis, resulta necesario hacer una adecuada lectura gramatical de las imágenes para la comprensión de la realidad social. Sobre todo en esta época en que la cultura está constituida cada vez más por una multitud de elementos visuales, procedentes de campos tan próximos y tan diversos al mismo tiempo: la fotografía, el cine, la televisión, el video, el cartel, el diseño gráfico, las historietas, etcétera. Es decir, para un análisis más completo se debe reparar en torno al diálogo existente entre los numerosos medios de comunicación masivos.⁸

Para el caso que me ocupa, la cinematografía desde sus inicios ha sido una actividad lúdica con una íntima cercanía con el cartel publicitario, porque más allá de sus amplias posibilidades de comunicación el afiche fílmico, que se caracteriza por ser el portador de todo un discurso sintetizado visualmente en unas cuantas imágenes, tiene una intención comercial y utilitaria: atraer a la gente a los cines y estimular a los espectadores a gastar en un producto cultural como son las películas.

Ahondando en lo anterior, la temporalidad y espacialidad juegan un papel muy relevante en la lectura que el receptor hace de un cartel fílmico, puesto que entre mejor disposición espacial tenga éste en las salas, así como el tiempo adecuado

⁷ José Ronzón, "La imagen como fuente para la historiografía. Construcción de sus significados", *Formatos, géneros y discursos*, pp. 133-144.

⁸ Doris Dondis, *La sintaxis de la Imagen*.

para su lectura, el espectador apreciará si las expectativas que tiene en torno de la cinta se cumplen o no. Pero más aún, con el paso del tiempo el cartel que es exhibido de manera efímera, dependiendo del éxito o fracaso de la película, se convierte en un documento histórico u objeto de culto que cobra nuevas significaciones o lecturas del periodo histórico en que fue elaborado.⁹

A partir de la década de los treinta, los carteles fueron uno de los recursos de promoción para las masas de aficionados que acudían gozosas a los festejos taurinos, a la lucha libre y al box, y paralelamente se desarrolló una amplia iconografía a través de calendarios o cromos publicitarios que no solamente ilustraron los contenidos textuales de cada gráfica, sino que estimularon ampliamente la generación de estereotipos. En este tipo de producción, durante la segunda mitad del siglo pasado destacó el notable pintor Jesús Helguera con sus famosas pinturas coloristas que eran distribuidas en almanaques y calendarios anuales por la empresa Compañía Cigarrera La Moderna, S.A. de C.V.

Sin embargo, en 1931 se gestaría la primera, ambiciosa y costosa campaña publicitaria realizada *ex profeso* para la

célebre película *Santa*, basada en la novela de Federico Gamboa, dirigida por Antonio Moreno y estelarizada por Lupita Tovar y Carlos Orellana. En este panorama, el pionero de la publicidad fílmica organizada es Juan Antonio Vargas y dicha campaña incluyó exhibiciones especiales para la prensa, publicidad pagada en los diarios más importantes, así como fotografías y carteles de la cinta.¹⁰

Para los años cuarenta, es tan fuerte el poder comercial y de mercado que cobra este tipo de gráficas, que diversos ilustradores, encabezados por Juan Antonio Vargas, Ángel Alcántara y Luis Cruz, a través del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC), integran la sección 46, con artistas plásticos dedicados a la realización de anuncios para los periódicos, fotomontajes y carteles.¹¹

Con el paso de los años, la sección cobra una notable fuerza y para 1955 cuenta con un centenar de miembros, entre ellos los críticos de cine Efraín Huerta y Francisco Pina; los caricaturistas Ernesto García Cabral, Andrés Audiffred y Abel Quezada; y los cartelistas españoles Josep Renau y Francisco Rivero Gil. Sin embargo, el monopolio del estadounidense William Jenkins, que acaparaba casi 80% de las salas cinematográficas del país a través de Operadora de Teatros y Cadena de Oro, se extendió y controló a las dos principales agencias de publicidad: Caisa y Ars-Una, empresas encargadas de pro-

⁹ Desde sus inicios, en 1896, la exhibición cinematográfica en nuestro país se valió de las técnicas de difusión prevaletentes en la época. En 1906, por ejemplo, el grabador José Guadalupe Posada elaboró un anuncio para la película *La gallina de los huevos de oro*. Más adelante, en pleno movimiento armado revolucionario, las compañía estadounidense *Mutual Films Corp.*, con Francisco Villa como su figura protagónica, se valió del cartel publicitario para redimensionar su obra y para dotar de mayor autenticidad los dramas nacionales que el espectador veía en la pantalla. Véase Jorge Alberto Lozoya, "El mensaje fugaz del cartel cinematográfico", *México en el Tiempo*.

¹⁰ Armando Bartra, *Sueños de papel: el cartel cinematográfico mexicano de la época de oro*, p. 96. Véase también Álvaro Vázquez Mantecón, *Orígenes literarios de un arquetipo fílmico. Adaptaciones cinematográficas a Santa de Federico Gamboa*, pp. 96-101.

¹¹ Armando Bartra, *op. cit.*, pp. 96-97.

ducir los carteles cinematográficos y anuncios periodísticos.¹²

Como evoca el investigador Armando Bartra, en 1950 el costo por la creación de un afiche fluctuaba entre 100 y 150 pesos, que incluían entre 15 y 30% de comisión que cobraba la agencia. El problema estaba en que el productor debía trabajar con las empresas publicitarias del monopolio si no quería que su película fuera bloqueada por los exhibidores. Sobre este tema cito al director y productor Miguel Contreras Torres, quien junto al gran escritor José Revueltas impugnaron, sin éxito, el monopolio de Jenkins:

Si [Jenkins] ha de exhibir una película, la propaganda ha de ser por cuenta del productor. Pero la propaganda debe hacerla la empresa de publicidad de Jenkins, *Publicidad Caisa*. Esta empresa cobra un modesto 30% de comisiones sobre la publicidad, al productor. ¿Qué el productor quiere que sea otra empresa publicitaria la que le trabaje? pues tiene que pagar de todas maneras 30% de comisiones a la *Caisa*, como si hubiera hecho el trabajo...¹³

Empero, más allá del poderío de Jenkins, que ilustra las prácticas monopólicas insertas en el cine mexicano, los carteles publicitarios de las películas fueron un éxito notable para la comercialización de los filmes de aquella época y en la difusión de las estrellas de los mismos.¹⁴ En

este escenario, para propósito de este ensayo quiero destacar cómo diversos y notables artistas de la primera mitad del siglo veinte (caricaturistas, pintores y grabadores), como Andrés Audiffred, Antonio Arias, Miguel Covarrubias, Josep Renau o Leopoldo Méndez, trasladaron sus trazos y dominio de los colores a los carteles cinematográficos, lo que brindó mayor fuerza iconográfica a las figuras del cine nacional.

En este panorama, quiero enfocar mi análisis en la inspección de la obra del artista veracruzano Ernesto García Cabral, y de varios afiches de su autoría quien, con sus trazos y dominio de los colores, brindó mayor fuerza iconográfica a las estrellas cinematográficas de la época. Para lo anterior, examinaré cómo los carteles filmicos de García Cabral adicionaron de sentido algunos de los filmes más taquilleros del actor Germán Valdés *Tin Tan* y, por lo tanto, el cartel filmico, en tanto forma de expresión cultural, puede ser evaluado histórica e historiográficamente como se explicará a continuación.

¹²La empresa Ars-Una era propiedad del productor de cine Salvador Elizondo, fundador en 1935 de la empresa Cinematográfica Latinoamericana, S. A. (CLASA).

¹³Armando Bartra, *op. cit.*, p. 97.

¹⁴Poco a poco las necesidades de exhibición nacional cambiaron ya que en 1934 había 282 cines en

México, pero en 1947 la cifra subió a 1 726 y en 1952, cuando el cine mexicano había alcanzado su apogeo comercial, existían 2 449. Por lo tanto, el tiraje de los carteles publicitarios aumentó con la misma celeridad que las salas cinematográficas. Posteriormente, con la crisis misma del cine nacional en los años sesenta, la trayectoria del cartel ha tenido una serie de altibajos muy marcados que a últimas fechas ha buscado rectificar el camino con las propuestas de nuevos diseñadores que han sabido adaptarse a la renovación temática del cine mexicano. *Vid. ibid.*

III. El cartel filmico. Un discurso multidimensional

*El cine nacional es el surtidor de la popularidad
y los cárteles de las películas son fábulas
de la comunidad.*

Carlos Monsiváis

Más allá de lo cuestionable de la acepción, la llamada época de oro del cine nacional fue la etapa más fecunda, tanto por el número de obras cinematográficas de distintos formatos y géneros, como por la gestación de relevantes figuras protagónicas que encabezaron los filmes, así como la consolidación de importantes directores: Fernando de Fuentes, Emilio Fernández, Julio Bracho, Luis Buñuel, Roberto Gavaldón, Alejandro Galindo, Ismael Rodríguez o Gilberto Martínez Solares.

Basado en una emulación del modelo estadounidense, con diferentes estereotipos y producciones fastuosas, México se convirtió en "La Meca" del cine latinoamericano de 1936 a 1955, e hizo de una incipiente actividad, una industria muy rentable en términos económicos, debido principalmente a la contracción del cine internacional por conflictos bélicos como la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Civil Española.

El cine mexicano entonces imitó el modelo estadounidense con técnicas, estrategias de mercado, casas productoras, distribuidoras e incluso premiaciones (por ejemplo la preseña Ariel de la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas, fundada en 1946, fue creada muy a la usanza del premio Oscar estadounidense); u órganos de censura (La Liga de la

Decencia y el Departamento de Censura Cinematográfica)¹⁵.

Así, en la mitificada época de oro del cine mexicano (1936-1955) el cartel cinematográfico cobra un auge hasta entonces desconocido debido a que las productoras de cine competían –con las reglas de Jenkins– por la preferencia del público. En este escenario, los carteles estaban estructurados por tres elementos principales: 1) tipografía de gran tamaño que anuncia el título de la película y el elenco de la misma; 2) ilustración a colores en la que se magnifican los gestos, figuras y ambientes; 3) fotografía de alguna escena en la que aparezcan los protagonistas.¹⁶ (Ver figura 1)

Así, el diseño de los carteles cinematográficos de la época de oro (1936-1955) se apegó a las formas visuales de la estética popular "colorista" –las películas eran en blanco y negro– con tentadores llamados al público. Es decir, los grados de abstracción eran mínimos o estaban prácticamente ausentes, como se advierte en la imagen anterior. Hoy en día los afiches de la época de oro del cine mexicano poseen una enorme valía cultural puesto que son revalorados como verdaderas obras de arte o documentos históricos, como los carteles cinematográficos de José Clemente Orozco y Leopoldo Méndez en las películas de Emilio *El Indio* Fernández (*La perla* y *Río escondido*, respectivamente).

¹⁵ Jorge Alberto Rivero Mora, "El cine mexicano al servicio del poder o la otra cara de la época de oro", revista electrónica *Mainstream*.

¹⁶ Fernando Vizcarra, "De 'Historia de un gran amor' a 'Amores perros'. El cartel en el cine mexicano", *Culturales*, pp. 146-151.



Figura 1. Cartel cinematográfico de *El vagabundo*, Ernesto García Cabral, 1953. (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.)

te) o el español Josep Renau, en varias de las cintas de Pedro Infante.¹⁷

Así, hoy en día los carteles de la época de oro del cine mexicano poseen una enorme valía cultural puesto que son revalorados como verdaderas obras de arte o documentos históricos, tanto por la estética de los trazos como por el prestigio de sus autores, como a continuación ilustraré con la obra de Ernesto García Cabral en los carteles publicitarios de las películas cómicas de Germán Valdés *Tin Tan*.

IV. García Cabral: un dibujante muy “chango”

¿Cómo hablarás, Ernesto de humorismo?

¿Cómo de bromas, leves o pesadas?

¿Cómo de risas ni de carcajadas?

Sin hablar, como es justo de ti mismo.

Prueba viviente tú del darwinismo, tú demuestras que el hombre en sus pasadas épocas de mono fue, y a las andadas suele volver –simiesco mimetismo...

Salvador Novo

El caricaturista y curador de arte Rafael Barajas *El Fisgón*, relata que al escritor Juan José Arreola le gustaba evocar la ocasión en que Diego Rivera y José Clemente Orozco súbitamente fueron abordados por un periodista que, en tono confrontador, les preguntó quién era el mejor dibujante. Se dice que los muralistas hicieron un breve conciliábulo antes de responder que el mejor dibujante de México era Ernesto García Cabral, *El Chango*. Sea verdad o parte del mito que se ha creado en torno de este excelso dibujante, lo cierto es que García Cabral fue un extraordinario artista.¹⁸

Ernesto García Cabral nació en Huastusco, Veracruz, en 1890, y muy joven fue un crítico mordaz del presidente Francisco I. Madero, quien lejos de reprimirlo decidió cooptarlo y alejarlo del país a través de una beca a Francia que García Cabral aceptó gustoso. Tras el asesinato de Madero, el joven dibujante se trasladó a Argentina, hasta su regreso a México

¹⁷ Jorge Alberto Rivero, *op. cit.*, pp. 217- 218.

¹⁸ Rafael Barajas, *et al.*, *Homenaje a Ernesto El Chango García Cabral, maestro de la línea*, p. 33.



Figura 2. Caricatura "D. Francisco I. Madero", Ernesto García Cabral, 1912.



Figura 3. Portada de *Revista de Revistas*, Ernesto García Cabral, s/f.
(D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.)

en 1918. De inmediato consiguió trabajo en los suplementos culturales de *Revista de Revistas* y *Jueves de Excelsior* del diario del mismo nombre, e ilustró cerca de ochocientas portadas. (Ver figuras 2 y 3)

Asimismo, García Cabral fue actor de cine mudo en los años veinte y un importante artista gráfico que gestó medio centenar de carteles publicitarios de películas para la imprenta Ars-Una (destacan los elaborados para las cintas más populares de Germán Valdés *Tin Tan*). Además, fue colaborador en distintos programas de televisión como "Duelo de Dibujantes" con caricaturistas consagrados como Alberto

Isaac y Rafael Freyre. Murió el 8 de agosto de 1968.¹⁹

Por su parte y sucintamente Germán Valdés *Tin Tan*, durante su etapa de mayor éxito y creatividad (1946-1952), a través del doblaje, interpretaciones musicales y películas, supo insertar un punto de vista humorístico novedoso que pudo convivir con los diferentes tipos de cinematografía reinantes de la época de oro –que tenían fuertes visos nacionalistas, melodramáticos y sentimentaloides–, como se expresó

¹⁹Sobre la obra y legado de Ernesto García Cabral, revise el artículo de Carlos Monsiváis, "El nuevo darwinismo: 'el hombre desciende de la caricatura'", *Confabulario*, suplemento cultural de *El Universal*.

en la obra de directores como Juan Bustillo Oro, Emilio *El Indio* Fernández o Ismael Rodríguez.²⁰

Ya fuera como pachuco o como pícaro urbano, *Tin Tan* y su equipo gestaron un discurso cinematográfico diferente a los que se generaban en aquellos años y, de inmediato, el actor cómico fincó su humor en el sincretismo, en la americanización, en el erotismo y en el relajó, que difiere de otros discursos paralelos como los generados por estrellas como Pedro Armendáriz, María Félix, Mario Moreno *Cantinflas* o Pedro Infante.

Sobre este particular quiero retomar a Jean Starobinski, quien en su texto *1789, los emblemas de la razón*, explicó la relación existente entre los acontecimientos históricos y las expresiones artísticas y argumentó que las huellas del pasado (pintura, música o arquitectura) no se limitan a “descifrar” el ambiente político de la época, sino que dichos discursos, no textuales, encierran diversas posibilidades de comprensión que el historiador aprehende para sus particulares análisis.²¹

En la misma dirección, el historiador de arte Francis Haskell, ha evaluado los problemas y las posibilidades de la interpretación y asegura que las grafías no textuales no se cierran a interpretaciones

obvias o predecibles; por el contrario, Haskell opina que si bien deben construirse teorías, se debe discrepar de las mismas puesto que no existen leyes absolutas que sean válidas en todas las circunstancias.²²

Si atendemos a Haskell, más allá de la gestación de teorías, hoy en día el cartel publicitario estimula a mantener la memoria del pasado artístico de México y reconoce estéticamente el extraordinario trabajo de dibujantes como Ernesto García Cabral, cuyos trazos caricaturescos se nutren del notable colorido que este gran artista había anticipado en sus trabajos previos en publicaciones como *Frivolidades* o *Revista de Revistas*.

Carlos Monsiváis aludió así a la obra de este singular artista:

En los *posters*, Cabral toma figuras y prototipos de la industria filmica, y los devuelve gozosamente irreales, a la altura de la galería donde se alojan a los “tarzanes” (cinturitas o padrotes) a los que visibiliza Lucha Reyes con una sola canción; las criadas respondonas de la actriz Delia Magaña eleva a el rango del exorcismo doméstico; los policías que el actor Miguel Inclán encumbra en *Salón México*; las borrachitas de pulquería magnificadas por Amelia Wilhelmy y Delia Magaña en *Nosotros los pobres y Ustedes los ricos*. Si alguien entiende las funciones enaltecedoras del arte gráfico, ese es García Cabral.²³

Con lo antes citado, los carteles publicitarios de *El Chango* García Cabral ayudaron a fortalecer la imagen cómica de varios

²⁰Respecto de la trayectoria y obra fílmica de *Tin Tan* revísense los trabajos de Emilio García Riera, *Las películas de Tin Tan*, y Rafael Aviña, *Ya llegó su pachucote... ¡Noooo! Una biografía de Germán Valdés*.

²¹En su ensayo explora las posibilidades de comprensión que encerraban las manifestaciones artísticas en territorio europeo, en el mítico año de 1789, con sus coyunturas revolucionarias, y cómo muchas de ellas no necesariamente fueron producto de aquel acontecimiento sino que fueron concebidas en periodos de tiempo antecedentes o subsecuentes. Starobinski, *1789, los emblemas de la razón*.

²²Véase Francis Haskell, *History and its images*, pp. 131-158.

²³Monsiváis, “El nuevo darwinismo”, *loc. cit.*

íconos del cine nacional, entre ellos Germán Valdés *Tin Tan*. Por ello, a la par de sus películas, los carteles ilustraron la evolución de su personaje, que en un inicio se basó en el arquetipo-estereotipo que lo proyectaría y daría fama, el pachuco, para mutarse en nuevas formas de representación de la realidad basadas en la “parodización”; es decir, *Tin Tan* apostó por el relajó y la picardía como una actitud de vida y los carteles de García Cabral lo sustentan.²⁴

De esta manera, podemos apreciar que la riqueza expresiva y discursiva de los carteles de García Cabral estriba en su estructura visual, ya que al disminuir (o en ocasiones eliminar) la reproducción fotográfica, no sólo el artista participa en la construcción del personaje fílmico de *Tin Tan* sino que lo redimensiona. Por ello resulta oportuno destacar cómo el oficio de los ilustradores o caricaturistas relevantes de aquellos años (Miguel Covarrubias, Josep Renau, Antonio Arias Bernal) se convierte en un innegable factor creativo para la representación de los personajes.

En el caso específico de Germán Valdés *Tin Tan*, quien siempre se caracterizó en sus películas por la autocrítica a sus rasgos físicos —boca prominente, grandes dientes, baja estatura y gestos exagerados—, la actitud relajienta, gozosa y sin preocupaciones exhibidas por su personaje, se adicionó de un mayor impacto con los carteles de García Cabral para



Figura 4. Cartel cinematográfico de *El rey del barrio*, Ernesto García Cabral, 1949.
(D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.)

comercializar sus películas. (Véanse figuras 4 y 5)

Así, por ejemplo, uno de los afiches cinematográficos más emblemáticos de la carrera artística de Valdés, fue el elaborado por García Cabral para su filme más celebrado, *El Rey del barrio* (1949). En esta grafía de detalles coloridos (ver figura 4) destaca en primer plano el personaje de gánster que, en la cinta, se desdobra en un cúmulo de caracterizaciones para fracasar en cada intento de fechoría. En este sentido, Cabral atiende fielmente el discurso gestual que caracterizó al cómico durante su trayectoria fílmica y con notables detalles humorísticos resalta sus ojos expresivos y su prominente boca para evi-

²⁴Conviene aclarar que por arquetipo aludo al modelo original y primario y por estereotipo a un “tipo ideal” o modelo, pero que es asimilado y aceptado por un grupo social. Respecto de la figura del pachuco revítese el texto de Octavio Paz, *El laberinto de la soledad*. Asimismo, resulta muy útil revisar la concepción de relajó que desarrolló el filósofo mexicano Jorge Portilla, *La fenomenología del relajó*.



Figura 5. Cartel cinematográfico de *El bello durmiente*, Ernesto García Cabral, 1952. (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.)

denciar cómo la actitud de un gesto proyecta el pleno dominio del personaje en un espacio ciudadano nocturno ante el azoro y temor de sus observadores.

En este horizonte, el humor, el relajo y la irreverencia, tan característicos en las obras fílmicas y caricaturescas de *Tin Tan* y *El Chango* Cabral, respectivamente, pueden apreciarse más allá de su condición lúdica o de entretenimiento, también permiten vislumbrar su particular representación chusca de la realidad de la época en distintos horizontes (político, económico, social o cultural), ya fuera en

imágenes fijas (carteles de García Cabral) o en movimiento (los filmes de *Tin Tan*).²⁵

Sobre el relajo, el *Diccionario de la Real Academia Española* lo define como “desorden, falta de seriedad, barullo; holganza y laxitud en el cumplimiento de las normas”. En las sociedades muy rígidas, el relajo es visto como un desfogue necesario y hay culturas que establecen tiempos y lugares para el relajamiento de las normas. La cultura mexicana del relajo tiene una larga tradición ya que desde mediados de los años cuarenta, el grupo Hiperión se preocupó por esclarecer la propia realidad y se propuso dilucidar racionalmente la identidad del mexicano y lo mexicano.

Uno de los representantes más célebres de este grupo fue Jorge Portilla, quien con su obra *Fenomenología del relajo* planteó que la importancia de este desorden, de esta forma de burla colectiva, reiterada y estruendosa, que surge esporádicamente en la vida diaria de nuestro país, puede servir como clave para comprender los rasgos esenciales de la condición humana o para penetrar en la estructura espiritual de un pueblo, y en este derrotero, el universo representacional de la cinematografía tintanesca se enriqueció notablemente con los loables carteles de García Cabral.²⁶

Con base en lo anterior, revalorar el arte del cartel del cine mexicano y a los notables dibujantes que lo hicieron posible, como Ernesto García Cabral, permite mirar este tipo de representaciones desde un enfoque artístico (color, trazo,

²⁵Sobre los temas del humor y el relajo en el discurso tintanesco véase Jorge Alberto Rivero Mora, “¿Tons qué con el humor político de Tin Tan?”, suplemento cultural *Confabulario* de *El Universal*, pp. 8-10.

²⁶Portilla, *op. cit.*, 1997.

perspectiva, técnica y relieve), pero también simbólico (sentido, discurso, emisión o recepción), lo que permite vincular estos referentes con los temas de la memoria, el olvido y la identidad inherentes en ellos. (Ver mapa conceptual 1)

En este panorama, la construcción y elaboración de los carteles cinematográficos está relacionado con el mensaje que la casa productora proyecta sobre la trama de una cinta y para ahondar el peso que una determinada estrella cinematográfica otorga a la obra, y obviamente los diseñadores juegan un rol importante para que dichos carteles luzcan atractivos al público. Por ejemplo: el cartel puede acentuar los rasgos físicos y la sensualidad de las protagonistas (Ninón Sevilla o Lilia Prado) o poner énfasis en la virilidad de "los machos y férreos" interpretes (Pedro Armendáriz, Jorge Negrete o David Silva).

Sin embargo, el género de la comedia, que tradicionalmente se ha visto como un estilo narrativo menor, más que la acentuación de virtudes físicas o sensuales de los personajes principales, en los carteles de García Cabral se ridiculizaron dichos rasgos y se recalcaron los defectos físicos de los protagonistas para provocar, en el receptor, la primera de las varias risas que la cinta promete si el espectador compra su boleto.

De esta manera, el legado de García Cabral, además de enunciarse como una expresión artística de calidad, también se manifestó como un medio gráfico importante en sí mismo, por ser una forma de arte popular con una honda incidencia en la construcción de imaginarios en la sociedad de la época, ya que los carteles adicionaron de sentido a las cintas tintanescas que ilustró. (Ver mapa conceptual 2)

En resumen, Ernesto García Cabral supo imprimir la actitud festiva, de gozo e irreverencia que *Tin Tan* inyectó a su discurso cinematográfico. En este sentido, *El Chango* García Cabral, quien elaboró carteles publicitarios a quince de las más exitosas películas de *Tin Tan*, ayudó a concebir una importante iconografía para varios de los seguidores del cómico y con ello la repercusión de su personaje. Cito a Carlos Monsiváis:

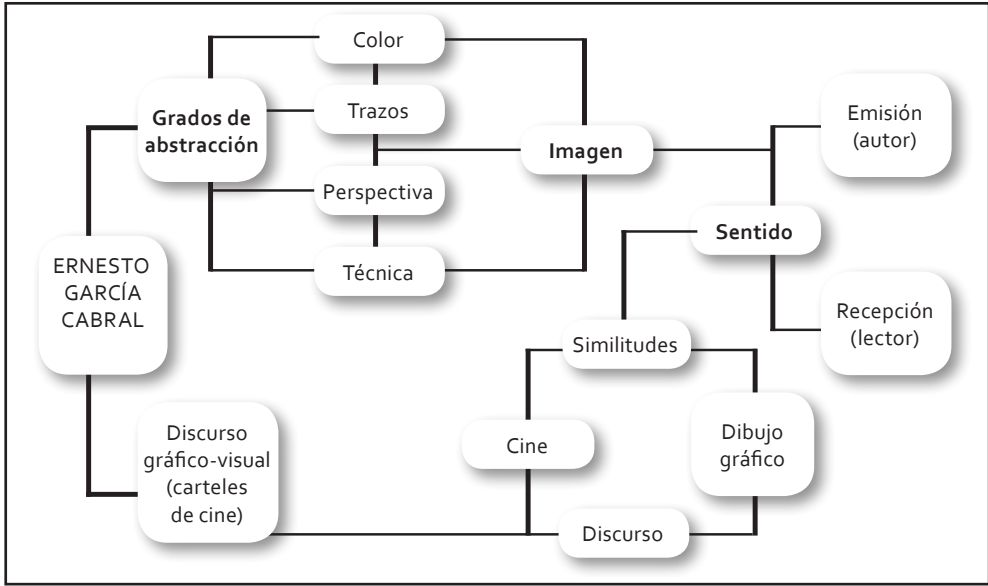
El cine nacional es el surtidor de la popularidad y de la mayoría de los criterios inapelables de lo popular. Y los carteles de películas son fábulas de la comunidad en las que se especializa Cabral, que aprovecha la intención publicitaria y la trasciende: da oportunidad a las estrellas de cine de reencarnarse de pósters y convierte los anuncios de estreno en ofrecimientos de proezas. Véase la serie de carteles de los filmes de *Tin Tan*, donde el cómico es el fauno victorioso y el póster hace las veces de escudo heráldico. Si Cabral carece de ideología precisa, abundan en admiraciones y su pósters de *El Rey del Barrio*, para citar un ejemplo clásico, proclama el triunfo irremediable del relajó.²⁷

Reflexiones abiertas o ventanas que no se cierran

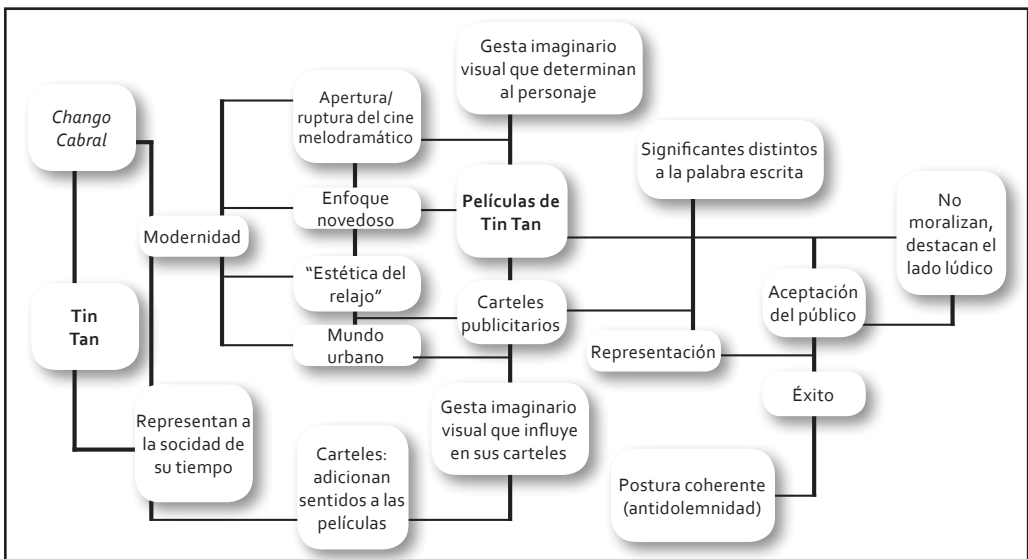
Por lo antes señalado, resulta erróneo concebir que un artista filmico de la época de oro del cine nacional como *Tin Tan* construye su discurso por sí mismo, ya que su personaje y sus cintas fueron forjadas también por un conjunto de personas a

²⁷ Carlos Monsiváis, "El nuevo darwinismo", *loc. cit.*

Mapa conceptual 1



Mapa conceptual 2
El cartel cinematográfico y la adición del sentido



su alrededor: el productor que financia los filmes, el director que plantea su visión cinematográfica, el grupo de actores que lo acompañan, el fotógrafo que ilustra estéticamente las tramas, los compositores que elaboran un discurso musical complementario, el guionista que dotará de fluidez a la trama como referente de la realidad o de la ficción a representar, o el dibujante que ilustra la cinta en afiches publicitarios para interesar al espectador a consumir la obra.

En este sentido, la ponderación de discursos como los carteles cinematográficos de las películas de *Tin Tan*, elaborados por *El Chango* García Cabral, me llevó a abordar otros discursos adicionales a los filmes en sí. En este trabajo, entonces, puse énfasis en cómo en las imágenes de los carteles filmicos de Ernesto García Cabral, específicamente de algunas cintas de *Tin Tan*, se puede extraer el imaginario de toda una época, los vínculos con la política cultural de la misma, así como las prácticas de exhibición y comercialización de las películas de aquellos años, etcétera.

La imagen, entonces, proyecta y espere significados en espera de ser leídos, interpretados y representados como discursos. Por lo tanto, la ponderación de diferentes discursos visuales me ayudó a explorar cómo los carteles cinematográficos de Ernesto García Cabral, no solamente pueden describir el contenido y la trama de las películas de *Tin Tan*, en términos comerciales, sino también puede reflejar la realidad histórica de un periodo determinado, en este caso, el sexenio alemánista (1946-1952).²⁸

De esta manera, los carteles publicitarios de García Cabral para promocionar los filmes de *Tin Tan*, alientan a examinar la imagen como texto y como representación del pasado, a observar la representación de dicho pretérito a través del arte gráfico; a evaluar cómo la imagen, en tanto discurso, no tiene una jerarquía inferior a otro tipo de grafías; por lo tanto, el cartel publicitario no solamente ilustra o complementa lo que el texto escrito emite, también debe ser visto como un discurso independiente.

Lo anterior me ayudó a orientar la emisión, recepción y legado del discurso de *Tin Tan* y a la vez acercarme a la realidad de un contexto particular, en el entendido de que su personaje puede examinarse y evaluarse como parte de una narratividad peculiar que trasciende el tiempo, que vence al olvido y que recupera la memoria. Y es en el ámbito de la recepción que puede extraer posibilidades de análisis y significación cultural para una determinada época histórica.

En otras palabras, los carteles cinematográficos, en tanto discursos o testimonios visuales, son importantes indicadores de referencia para ubicar un particular espacio y tiempo históricos y adentrarme en el examen y el conocimiento del pasado que dio forma al discurso cinematográfico de Germán Valdés *Tin Tan*, pero ahora adicionado con los carteles publicitarios de García Cabral, quien no solamente logró comercializar con éxito sus películas, sino también potenciar la figura irreverente del actor.

Con base en lo anterior, el presente escrito me ayudó a reflexionar en la puesta en forma de las representaciones simbólicas, en la formalización de las mismas. Es decir, más allá de las palabras

²⁸Sobre el periodo alemánista revítese Tzvi Medin, *El sexenio alemánista: ideología y praxis política de Miguel Alemán*.

o del discurso escrito, procuré trasladar mis reflexiones hacia discursos hechos imágenes iconográficas, como los carteles de García Cabral, por ello ahondé en la "gramática" o "sintaxis visual" del discurso de *Tin Tan* en unidades formales de representación de la realidad, como los citados carteles.

En otras palabras, en el presente escrito examiné los procesos de producción de sentido y las estructuras simbólicas que suscitan los carteles publicitarios de películas representativas de la época de oro del cine nacional, como los filmes de *Tin Tan*, carteles de la autoría de Ernesto García Cabral, importantes unidades en las que una vez aisladas y decantadas se puede apreciar el universo representacional que estos discursos irradian, así como los imaginarios de todo un periodo histórico digno de recuperarse.

Bibliografía

- Aviña, Rafael. *Ya llegó su pachucote... ¡Noooo! Una biografía de Germán Valdés*. México, Conaculta, 2009.
- Barajas, Rafael, et al. *Homenaje a Ernesto El Chango García Cabral, maestro de la línea*. México, Intituto Nacional de Bellas Artes-Museo Mural Diego Rivera-Editorial RM, 2008.
- Bartra, Armando. *Sueños de papel: el cartel cinematográfico mexicano de la época de oro*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2010.
- Dondis, Donis A. *La sintaxis de la Imagen*. España, Gustavo Gili, 2008.
- García Riera, Emilio. *Las películas de Tin Tan*. México, Universidad de Guadalajara/ Cineteca Nacional, 2008.
- Geertz, Clifford. *La Interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- Haskell, Francis. *History and its images. "Problems of Interpretation"*. Yale University Press, 1995, pp. 131-158.
- Medin, Tzvi. *El sexenio alemanista: ideología y praxis política de Miguel Alemán*. México, ERA, 1990.
- Pappe, Silvia. "¿La historia se puede escribir? (itinerario y trayecto de una pregunta)". José Ronzón et al (coords.). *Formatos, géneros y discursos*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2000.
- _____ y María Luna. *Metodología I. Discursos, temporalidad, y espacio en la historiografía crítica*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2000.
- _____ y Saúl Jerónimo. "Teoría y análisis del discurso". *Cuaderno de Posgrado* (nivel doctorado). México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2008.
- Paz, Octavio. *El laberinto de la soledad*. México, Fondo de Cultura Económica, 1992. (Colección Popular)
- Portilla, Jorge. *La fenomenología del relato*. México, Fondo de Cultura Económica, 1997.
- Rivero Mora, Jorge Alberto. *Wachando a Tin Tan. Análisis historiográfico de un personaje filmico (1944-1958)*. Tesis de Doctorado en Historiografía. México, 2012.
- Ronzón, José. "La imagen como fuente para la historiografía. Construcción de sus significados". José Ronzón y Saúl Jerónimo. *Reflexiones en torno a la historiografía contemporánea*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, pp. 133-144, 2003.

- Spiegel, Gabrielle. "Historia, historicismo y lógica social del texto en la Edad Media". Françoise Perus, *Historia y literatura*. México, Instituto Mora, 1994.
- Starobinski, Jean. *1789, los emblemas de la razón*. Madrid, Taurus, 1988.
- Vázquez, Álvaro. *Orígenes literarios de un arquetipo filmico. Adaptaciones cinematográficas a Santa de Federico Gamboa*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2005.

Hemerografía

- Lozoya, Jorge Alberto. "El mensaje fugaz del cartel cinematográfico". *México en el Tiempo*. México, núm. 8, agosto-septiembre, 1995.
- Monsiváis, Carlos. "El nuevo darwinismo: 'El hombre desciende de la caricatura'". *Confabulario*, suplemento cultural de *El Universal*. México, 28 de enero de 2006.
- Pérez Vega, Jorge. "El cartel, mensaje y respuesta". *México en el Tiempo*. México, núm. 32, septiembre-octubre, 1999.
- Rivero Mora, Jorge Alberto. *¿Tons qué con el humor político de Tin Tan?* Suplemento cultural *Confabulario* de *El Universal*. México, época II, número 6, 30 de junio de 2013.
- Vizcarra, Fernando. "De 'Historia de un gran amor' a 'Amores perros'. El cartel en el cine mexicano". *Culturales*, Universidad Autónoma de Baja California, vol. I, núm. 2, julio-diciembre, 2005.

Cibergrafía

- Rivero Mora, Jorge Alberto. "El cine mexicano al servicio del poder o la otra cara de la época de oro". Revista electrónica *Mainstream*. México, 27 de octubre de 2013, <http://mainstream.com.mx/2013/10/27/el-cine-mexicano-al-servicio-del-poder-o-la-otra-cara-de-la-epoca-de-oro/>

Imágenes

Figura 1.

Cartel cinematográfico de *El Vagabundo*, Ernesto García Cabral, 1953 (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.).

Figura 2.

Caricatura "D. Francisco I. Madero", Ernesto García Cabral, 1912 (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.).

Figura 3.

Portada de *Revista de Revistas*, Ernesto García Cabral, s/f (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.).

Figura 4.

Cartel cinematográfico de *El rey del barrio*, Ernesto García Cabral, 1949 (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.).

Figura 5.

Cartel cinematográfico de *El bello durmiente*, Ernesto García Cabral, 1952 (D. R. Taller Ernesto García Cabral, A. C.).

Agradecimiento y Nota aclaratoria

El uso de las imágenes de Ernesto García Cabral *El chango*, en el presente artículo, difunde sin afán de lucro y de muy buena fe, la extraordinaria obra y legado de este extraordinario artista. Quiero puntualizar que Ernesto García Cabral Sans, primogénito del gran dibujante y director del *Taller Ernesto García Cabral A. C.*, institución que resguarda y posee los derechos reservados

de la obra material de este notable artista, se mantuvo atento y agradecido por mi labor desde la elaboración de mi tesis doctoral (*Wachando a Tin Tan. Análisis historiográfico de un personaje fílmico. 1944-1958*. México, Posgrado de Historiografía, 2012) ya que en dicha investigación examiné relevantes aspectos de emisión y recepción de los carteles de *El Chango* García Cabral para las películas de *Tin Tan* y me autorizó, en lo sucesivo, utilizar imágenes de la obra de su padre (obviamente con las citas y créditos correspondientes), como consta en el presente escrito.

