

HOLLYWOOD VA A LA GUERRA: LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL Y EL CINE ESTADOUNIDENSE (1917-1918)

Juan Vaccaro

Centre d'Investigacions Film-Història,
Universitat de Barcelona

En la presente comunicación, trataré de realizar una panorámica sobre el cine estadounidense durante la intervención de la potencia norteamericana en la Primera Guerra Mundial, dedicando especial atención a la creación y funcionamiento de su principal órgano propagandístico, el *Committee on Public Information*.

Por primera vez en la historia, la joven industria del cine se ponía a las órdenes de un Gobierno, en este caso la Administración Wilson, para vender un producto: la guerra. Las películas realizadas en 1917-1918, tendrán una clara intención: borrar de la mente del ciudadano de a pie cualquier idea de neutralidad y aislacionismo, propugnar la intervención armada en Europa, instar al alistamiento de jóvenes y apelar al esfuerzo de guerra a todos los ciudadanos. Para ello, el Gobierno creó una serie de instituciones que gestionaron la utilización de la propaganda de guerra, además de servir de nexo entre la Administración y la industria del cine. El órgano de propaganda de Estados Unidos no será original, pero sí una enorme mejora de los aparatos de propaganda de sus aliados y de su principal enemigo, Alemania. En esta comunicación incluiré, además, cuáles fueron las tendencias cinematográficas dentro del cine de propaganda, así como los títulos más importantes y su recepción.

SITUACIÓN ANTERIOR A LA INTERVENCIÓN (1914-1917)

Cuando estalla la guerra en 1914, Hollywood no era la potencia hegemónica dentro del Séptimo Arte; ese papel estaba reservado para Francia y sus grandes firmas como *Pathé Frères* o *Gaumont*. La guerra fue una bendición para la industria cinematográfica norteamericana, ya que durante ella fue escalando posiciones en el mercado internacional¹ hasta hacerse con él de manera preponderante, situación que todavía perdura en nuestros días.

Durante los primeros meses del conflicto, el país se había manifestado partidario del aislacionismo y la no intervención en la guerra. La industria no tardó en

dejarse oír. Al principio, el público se sintió fascinado por los filmes documentales que mostraban la guerra que se desarrollaba en Europa, como *War in Europe* o el noticiario de la *Universal*, *Universal Animated Weekly*. Pero la gente ansiaba más, se debatían entre la fascinación por la guerra y su rechazo. La última tendencia sería la preponderante y Hollywood la mostró en numerosas cintas como *Lay Down your Arms* (Holger Madsen, 1914) —con guión de Carl Theodor Dreyer— *Prince of Peace* (J. Searle Dawley, 1914), *Be Neutral* (Francis Ford, 1914), *War is Hell* (Ethyle Batley, 1915) o *One of Millions* (J. Searle Dawley, 1914). Durante el año siguiente, se estrenaron algunos títulos más dentro de esta corriente como *The Blood of His Brother* (Henry MacRae). Como se puede ver por los títulos, eran filmes claramente pacifistas que criticaban la barbarie que estaba ocurriendo en el Viejo Continente y se mostraban contrarios a los países europeos por engarzarse en una pelea que, en lugar de resolver los problemas de las diferentes potencias, lo que hacía era causar dolor y destrucción entre la población.

Tres títulos destacan entre los producidos en estos años: *Intolerancia* (*Intolerance*, David W. Griffith, 1916), *La cruz de la humanidad* (*Civilization*, Thomas H. Ince, 1916) y *War Brides* (Herbert Brenon, 1916). Las dos primeras cintas fueron muy significativas. La de Griffith, como obra maestra del Séptimo Arte, cuyo valor perdura hoy en día, y *La cruz de la humanidad*, como ejemplo de las diferentes lecturas que puede tener una obra, dependiendo del lugar y el tiempo en que se realice. En el caso de la película de Ince, fue estrenada como un alegato anti-belicista, aunque curiosamente los «malos» de la película vestían uniforme alemán. Por otro lado, cuando fue exhibida en Gran Bretaña durante octubre de 1917, llevó por título: *Civilization, What Every True Briton is Fighting For*. De filme pacifista, pasó a intervencionista y belicista, merced a algunas modificaciones en el montaje y los intertítulos.² *War Brides*³ fue una magnífica película que cosechó un gran éxito entre el público. En ella, su protagonista —la estrella Alla Nazimova— pierde a su marido y tres cuñados en la guerra. El gobierno, una monarquía de corte centroeuropeo, emprenderá una desafortunada campaña de natalidad para poder tener futuros soldados que enviar al frente. Ella se negará y finalmente se suicidará. Sin más niños, no habrá más guerras.

Sin embargo, el impacto de estas cintas en muchos sectores fue nulo. Personajes como el antiguo presidente del país, Teddy Roosevelt, el senador y rival de Woodrow Wilson, Herbert Cabot Lodge o en general el mundo de los negocios, con los fabricantes de armas y los banqueros en primera fila, tenían demasiados intereses en juego para dejar que Estados Unidos continuara su política de no intervención.

Las ansias de dichos sectores por unirse a los aliados y también de un sector de público cada vez más airado por las continuas agresiones alemanas⁴, hicieron que el cine se fuera adaptando al tema y modificara su mensaje de forma pro-

gresiva. El cambio tendrá un agente principal: J. Stuart Blackton. Amigo íntimo de Teddy Roosevelt y dueño de la *Vitagraph*, Blackton financió diversas películas que apoyaban la intervención. La más famosa de ellas fue *El clarín de la paz* (*The Battle Cry of Peace*, 1915). En ella, un país indeterminado –curiosamente vuelven a aparecer los uniformes alemanes– ataca Estados Unidos y éstos se rinden al no estar preparados para la agresión. La cinta fue un enorme éxito y Blackton realizó otros títulos de igual mensaje que fueron muy bien recibidos: *Womanhood, The Glory of the Nation* (1917) o *Safe for Democracy* (1918). Los títulos pro-intervención fueron cada vez más importantes. Muchos de ellos hacían mofa de los pacifistas y gentes que apoyaban la neutralidad, por ejemplo *The Fall of a Nation* (1916), sátira anti-pacifista producida por el reverendo Thomas A. Dixon, autor de la novela *The Clansman*, en la que se basó Griffith para realizar *El nacimiento de una nación* (*The Birth of a Nation*, 1914).

Otros títulos que se tomaban a broma la postura pacifista fueron, *In Again, Out Again* (John Emerson, 1917), con Douglas Fairbanks, *The Man Without a Country* (Ernest C. Warde, 1917) o *The Nation's Peril* (George Terwilliger, 1917), filmes que como indican su título eran poco sutiles en su crítica a la no intervención. Los filmes de espías, que podríamos considerar un subgénero dentro del género bélico⁵, nos empiezan a presentar a los pacifistas como posibles traidores o quintacolumnistas: *The Hero of Submarine D-12* (Paul Scardon, 1916) o *Shell 42* (Reginald Baker). En este momento, empiezan a aparecer filmes que presentan a los alemanes como bestias, circunstancia que se verá amplificada con la entrada en guerra. Un primerizo ejemplo de ello es la cinta *On Dangerous Ground* (Murdock MacQuarrie, 1916), donde la novia del protagonista es brutalmente maltratada. El peso de los acontecimientos⁶ hizo que finalmente Estados Unidos entrara en la guerra.

LA ENTRADA EN GUERRA

A partir de ese momento, abril de 1917, la postura no intervencionista, el pacifismo o cualquier crítica a los países aliados serán tomadas como traición a la patria. Dos filmes de Cecil B. DeMille fueron decisivos en aquel momento: *Juana de Arco* (*Joan the Woman*, 1917), excelente filme que alternaba las trincheras del frente occidental y la historia de Juana de Arco; y *La pequeña heroína* (*The Little American*, 1917), donde la «Novia de América», Mary Pickford, se verá en peligro y tendrá que escapar de las garras prusianas. El filme era un completo catálogo de las atrocidades alemanas: los asesinatos de Bélgica, el hundimiento del *Lusitania*⁷.

Desde que la Administración Wilson decide entrar en guerra contra los Imperios Centrales, se tendrá claro que el cine será un arma más para combatir a éstos. No obstante, no será el primer país en liza que creará en el cine como arma

de propaganda. Rusia, Francia, Alemania e Inglaterra, tenían ya al cine como medio propagandístico, con mayor o menor fortuna. Estados Unidos emuló la labor de los países mencionados, pero con una diferencia crucial y que contradice la siguiente cita de M^a Antonia Paz y Julio Montero: «*El género informativo –noticiarios y documentales– encauza la propaganda directa por la credibilidad que se ha ganado entre el público, mientras que las películas de ficción se dedican, en general, a distraer la retaguardia*». Si bien en un principio el cine propagandístico estadounidense optó –como sus aliados y también sus enemigos– por los documentales y noticiarios, la entrada en escena de la industria cinematográfica significó una nueva y exitosa apuesta: el cine de ficción.

EL COMMITTEE ON PUBLIC INFORMATION

Sólo hay que observar las fechas de la creación del organismo que centralizaba la propaganda del país para darse cuenta de la inusitada rapidez de la Administración Wilson a la hora de abordar el tema. El 6 de abril de 1917 se declaraba la guerra a Alemania, siete días después –el 13 de abril– la Orden Ejecutiva 2594 permitía la creación del *Committee on Public Information* (CPI) más conocido como *Creel Committee*, por la persona que estaba al frente de éste: George Creel⁸, publicista y amigo de Woodrow Wilson, que entendió a la primera la misión de este organismo: influenciar de manera positiva a la población norteamericana de la intervención del país en la guerra que se estaba desarrollando en Europa, es decir, convencer a los no convencidos y reafirmar en su posición a los que desde un primer momento estuvieron a favor de la no neutralidad, en palabras del mismo George Creel: «*To devise machinery with which to make the fight for royalty and unity at home and for the friendship and understanding of neutral nations of the world*»⁹.

El Comité usó periódicos, octavillas, radio, telégrafo, carteles, anuncios de prensa protagonizados por estrellas del cine¹⁰ y, por supuesto, películas, para extender su mensaje de repulsa ante cualquier acción alemana así como el apoyo incondicional a sus aliados, Francia e Inglaterra, principalmente. George Creel era un hombre hábil que de inmediato entendió la importancia del cine para conseguir los propósitos de la Administración. Para ello, el 25 de septiembre de 1917 se crea una *Division of Films* en el seno del CPI con el objetivo de vender la guerra al pueblo americano mediante un mensaje de un nacionalismo exacerbado, ajeno a la crueldad emanada por la guerra, que mostraba a los *doughboys* como auténticos paladines de la paz, valientes, honorables y sin ningún temor ante los salvajes alemanes. La *Division of Films* controlaba la producción, distribución y exhibición de filmes, así como su posterior distribución al extranjero, además de funcionar como órgano de censura, al prohibir cualquier tipo de película con mensaje pacifista, además de otros múltiples cometidos, que iremos

desengranando a lo largo de estas páginas, todos ellos convergentes en un mismo objetivo: la propaganda.

En septiembre de 1917 se iniciará la producción de filmes propagandísticos del CPI. Creel y su equipo contaron con la ayuda de empresas privadas e importantes mecenas para llevar a cabo su trabajo. Firmas como *Heinz* —famosa por sus salsas—, *General Electric*, *Eastman Kodak*, o personalidades como Henry Ford y Thomas A. Edison, no dudaron en sumarse al esfuerzo de guerra donando suculentas sumas de dinero a la joven organización¹¹. Estaba claro, que además de realizar una ayuda al país, se ayudaban a sí mismos¹². Aparecer en los títulos de crédito de una película o en la marquesina de un cine como responsable de un filme era una excelente publicidad. Desde el inicio de su actividad, la *Division of Films* tendrá claro que su cometido principal será la realización de cortos educacionales y documentales que mostrarán diversos aspectos de la guerra, en especial del llamado *Home Front*, es decir, la retaguardia.

Las primeras cintas generadas por este organismo mostraban a los jóvenes reclutas en sus campos de entrenamiento, desfiles y revistas de unidades del Ejército, por ejemplo. *The Boys from your State* o *When your Soldiers Hit*, estrenadas al inicio de 1918, son una buena muestra de estos filmes. Eran películas de corta duración que hacían hincapié en el excelente estado de las Fuerzas Armadas estadounidenses, en la simpatía y arrojo de los jóvenes soldados, o como sucedía en *When your Soldiers Hit*, las maravillas de los servicios sanitarios del *U.S. Army*. Estas cintas compartían protagonismo con otras de tipo educativo con un alto contenido patriótico, e incluso *chauvinista*, donde se daba una imagen del país ciertamente idílica. En *My Own United States* (John W. Noble), *American Achievements* y *The Settlement of America*, Estados Unidos se rebelaba como único y verdadero país democrata, alejado de las intrigas cortesanas que todavía dominaban Europa —y que habían sido causa importante del estallido de la guerra—, un lugar fundado bajo los auspicios de una serie de valores —honestidad, democracia, igualdad, justicia— que estaban ausentes al otro lado del Atlántico¹³. La misión, por tanto, de los Estados Unidos de América era servir como portavoz de estas virtudes en el Viejo Continente. En un momento en el que el centro de origen de millones de estadounidenses reinaba el desorden y el terror, el hijo pródigo debía acudir en ayuda del padre enfermo. Este mismo mensaje era el imperante en otras cintas de cariz informativo que daban a los ciudadanos unas pautas sobre cómo ayudar desde casa sin ir a las trincheras. Dichos filmes explicaban cómo ahorrar comida, electricidad, cómo actuar en caso de incendio, cómo funcionaba un hospital, etc. Los títulos son ilustrativos: *Keep the Home Fires Burning* (Harry Levey, 1918), *Smile a While*, *A Baby's Prayer at Twilight*.

Sin embargo, este primer esfuerzo de producción de la *Division of Films* se saldó con un sonoro fracaso. Las películas citadas no eran obras maestras del Séptimo Arte, pero sí buenos instrumentos de propaganda, bien realizados, bien escritos pero con un grave defecto: aburrían al público¹⁴. El ciudadano de a pie dio la espalda a los filmes realizados por los equipos de Creel, no por hastío del conflicto, sino porque querían algo más, comedias, dramas, películas de espías, aventuras, etc., y el CPI no se lo ofrecía. Meses antes de los fracasos antes mencionados se dio un paso vital en la historia de la guerra que salvó los muebles del Comité Creel: la colaboración con la industria del cine.

CPI Y NAMPI: INTERESES ENCONTRADOS

El 23 de mayo de 1917 es una fecha clave en el desarrollo de la propaganda de guerra cinematográfica durante el conflicto. Ese día se celebró una reunión en Washington entre William Gibbs McAdoo¹⁵, Secretario del Tesoro, y William Brady, presidente de la NAMPI, para discernir la función de este último organismo en la primera campaña de venta de bonos de guerra. ¿Qué era la NAMPI? Las siglas correspondían a la *National Association of Motion Picture Industry*, organismo creado en julio de 1916 que englobaba a la industria del cine¹⁶, desde productores a estrellas, pasando por guionistas, técnicos, maquilladores, etc. La NAMPI tenía multitud de funciones: facilitar negociaciones económicas –salarios, tasas, financiación de películas–, regular las relaciones industria-público, publicidad de filmes, legislación que incumbía a la industria, realización de pólizas y seguros, regulación de instalaciones anti-incendios, derechos de autor¹⁷.

Viendo el escaso eco producido por las películas de la *Division of Films* del CPI, fue el propio Wilson quien sugirió la colaboración de la Administración con Hollywood¹⁸. En una carta¹⁹ dirigida a William Brady, Wilson dice: «*It is in my mind not only to bring the motion picture industry into the fullest and most effective contact with the nation's needs, but to give some measure of official recognition to this increasingly important factor in the development of our national life. The film has come to rank as the very highest medium for the dissemination of public intelligence, and since it speaks universal language, it lends itself importantly to the presentation of America's plans and purposes*»²⁰. Así pues, Wilson estaba convencido de que el cine jugaría un papel determinante en el esfuerzo de guerra que llevaba a cabo el país. Será de nuevo el presidente de Estados Unidos, el artífice junto a William Brady de la creación de un organismo especial dentro de la NAMPI, que sería el nexo entre industria y el *Creel Committee* –además de otros organismos como la Cruz Roja y diversas agencias gubernamentales–: el *War Cooperation Committee*, fundado en julio de 1917. Al frente del WCC estaba el mismo William Brady, que contó con la colaboración de distinguidos miembros del cine como David W. Griffith, en funciones de vice-presidente, o bien Adolph

Zukor y Marcus Loew como tesoreros. Una de las tareas más importantes del *War Cooperation Committee* fue la distribución de los filmes realizados por la *Division of Films/NAMPI* a Europa.

Este trabajo fue encomendado a Jules E. Brulator, tesorero de la NAMPI y empleado de *Eastman Kodak*. Brulator se rodeó de los grandes de la industria como Carl Laemmle, Adolph Zukor o Samuel Goldwyn, que utilizaron sus oficinas y personal en Europa como centro de distribución. Como vemos, patriotismo y negocios iban cogidos de la mano. Los acontecimientos del momento, y los de un futuro que estaba próximo, confirmaban la reunión de mayo de 1917 como un éxito rotundo. Con la industria al frente de la propaganda de guerra, el público no se podría resistir. Ya a finales de año y a lo largo de 1918, diversas agencias del gobierno, creadas ex profeso para la guerra, solicitaron la ayuda de la NAMPI. La *United States Food Administration* creó una *Film Division* auspiciada por la NAMPI que contó con anuncios y películas educativas que provenían de la *Mutual* o *Pathé*, que contaron con la participación de reconocidas estrellas como Mabel Normand en *Assisting Mr. Hoover*. A su vez, la *U.S. Food Administration*, apoyó filmes comerciales. Sería el caso de *The Patriot*, que incluía secuencias en las que el protagonista se mostraba a favor de la conservación de alimentos. Este hecho agradó a la *U.S. Food Administration*, que recomendó la cinta en sus carteles y octavillas. Lo mismo ocurrió con la *U.S. Fuel Administration*, la *United States Civil Service Commission*, el *U.S. Department of Labor*, el *U.S. Department of Agriculture* o la Cruz Roja, que recibieron la ayuda de la NAMPI en forma de filmes educativos que se exhibieron en centenares de salas a lo largo y ancho de Estados Unidos. Al igual sucedió con el *War Department*. Desde poco después de su creación, el CPI controlaría el material rodado por el *Signal Corps*²¹ del Ejército, más de 9.000 metros de película a la semana. Las imágenes obtenidas por los *cameramen* de este cuerpo del *U.S. Army* formaban el grueso de un noticiario²² semanal que el *Creel Committee* producía y que era distribuido por *Pathé Exchange*.

Estos *newsreels* eran fruto de un trabajo en equipo entre Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia. Cada país incluía 75 metros de material rodado, de manera que el público podía obtener una visión más global de la guerra. El noticiario, denominado *Allied Nations' Official War Review* tenía su centro neurálgico en New York, donde la mayor parte de distribuidoras estadounidenses y europeas tenían sus oficinas. A inicios de 1918, el *War Department* solicitó ayuda para la ofensiva que se iniciaría en breve. Necesitaba imágenes, dibujos, fotografías, etc., de los lugares por los que, en teoría, debían pasar las tropas, tanto de la *AEF* como aliadas. El material de las *Allied Nations' Official War Review* resultó crucial²³. Pero será el Departamento del Tesoro, el gran beneficiado de la tarea de la NAMPI, gracias a la inestimable colaboración que ésta brindó en la venta de bonos de guerra.

LOS LIBERTY LOANS Y LAS ESTRELLAS

El inicio de la colaboración entre el gobierno y la industria del cine tendrá lugar semanas antes de la celebración de la primera campaña de venta de bonos de guerra, los denominados *Lyberty Loans*. Los bonos²⁴ son papeles de deuda que obligan al emisor —en el caso que nos ocupa, el Gobierno de Woodrow Wilson— a pagar intereses, semestrales o anuales, y a devolverle el dinero al tenedor del papel en el plazo estipulado. Es decir, los ciudadanos compraban deuda pública en forma de bonos, y en caso de no tener suficiente dinero, existían equivalentes en forma de sellos o certificados para cantidades modestas. Los bonos de guerra fueron una de las soluciones más arriesgadas en materia económica que creó William Gibbs McAdoo ¿Qué hubiera ocurrido con el dinero prestado si Estados Unidos hubiera perdido la guerra? Dado lo aventurado de su apuesta, McAdoo no dudó en pedir ayuda a William Brady para publicitar la venta de bonos, que respaldarían la puesta en marcha de la industria armamentística *yanquee* y a mantener un Ejército que crecía a un ritmo inusitado. Como vimos anteriormente, la colaboración de la NAMPI con el gobierno se abrirá debido a la primera campaña de venta de bonos. La asociación cinematográfica aceptó desde un primer momento. Se acordaron una serie de medidas con tal de facilitar la venta de empréstitos de guerra: anuncios en periódicos de gran tirada y revistas, la creación de 30.000 diapositivas publicitarias que se verían en salas de cine —13.000 de ellas distribuidas por la NAMPI— y un corto que contaba con la presencia de Wilson realizando un discurso sobre el esfuerzo de guerra, del que distribuyeron 8.000 copias.

Esta primera campaña, efectuada a mediados de 1917 fue un éxito, pero no fue la única, hubo cuatro más; siendo la tercera, la más famosa gracias al espectacular respaldo de las *stars* de Hollywood. Para los actores y actrices de moda era una manera de ayudar al país, pero también de continuar en la cresta de la ola. El matrimonio más popular de la época, Douglas Fairbanks y Mary Pickford, visitaron decenas de ciudades donde consiguieron un enorme éxito. En Chicago, Douglas Fairbanks obtuvo más de un millón de dólares después de un vitoreado *speech*, al igual que la *novia de América*, Mary Pickford, en San Francisco. Junto a ellos, Charles Chaplin, William S. Hart, Marie Dressler y Marguerite Clark, viajaron por toda la geografía norteamericana. En aquellas fechas, Theda Bara, la célebre *vamp*, vendía fotos donde animaba a sus *fans* a comprar bonos²⁵, o Mabel Normand y Marion Davies aparecían en los periódicos por las cuantiosas compras de bonos que realizaban²⁶.

Las campañas apoyadas por las estrellas resultaron un éxito²⁷. Muchos de los actores y actrices que vendieron bonos de guerra consumaron durante aquellos meses su mejor papel. El público veneraba a la pareja Fairbanks-Pickford. Ídolos de chicos y jovencitas, que veían en el apuesto galán y en la pequeña, pero decidi-

da Pickford, un ejemplo de vida realizada y romántica, pero a la vez comprometida con la sociedad; al igual que Charles Chaplin, emigrante de orígenes humildes que había conseguido ser el mejor comediante de la época y que aun siendo británico estaba ayudando a su país de acogida²⁸. El americano de a pie se lanzó a la calle a imitar a unos seres idealizados, pero a la vez cercanos. Basta recordar las fotografías de Douglas Fairbanks y Mary Pickford en New York durante los discursos que realizaron en la tercera campaña de venta de bonos, rodeados de un gentío colosal, imágenes que se repetirían, tan solo, el Día de la Victoria. El poder de convocatoria de Hollywood fue irresistible²⁹.

PRACTICAL PATRIOTISM

Si las estrellas y estudios se volcaron en el esfuerzo de guerra, los exhibidores y sus salas no fueron menos. Durante los 19 meses que duró la intervención americana en Europa, las salas de cine se convirtieron en el centro neurálgico de la sociedad norteamericana. Se habla del nacimiento del *practical patriotism*. Los exhibidores ganaban dinero mediante el patriotismo, poniéndose de acuerdo con el Gobierno. Un tanto por ciento de la entrada iba a parar a los bonos de guerra y otro para ellos, como incentivo. Los cines se convirtieron en un escaparate patriótico. En ellos se realizaban campañas de reclutamiento, recogida de comidas, venta de bonos³⁰, se vendían banderitas, retratos de Wilson, incluso muchos cines se ellos se convirtieron en salas de debate. Con ayuda del gobierno federal los propietarios de las salas emprendieron dos iniciativas más, que fueron muy populares durante la guerra. La primera eran los denominados *Smiles Film*. A cambio de un donativo, una persona pasaba a ser filmada y la cinta resultante, con decenas de hombres, niños, mujeres... saludando y sonriendo a la cámara, era enviada al frente con mensajes de apoyo. Ciertamente, una iniciativa sorprendente. La otra era el llamado «*Four Minute Men to invoke the American Revolution and to signal the time limit for their talks, these speakers used material generated in Washington to inform and persuade movie audiences during World War One. Topics included reasons to contribute to the first Liberty Loan, food conservation, ways of maintaining morale on the home front, and why Americans were fighting in the war*»³¹. No hay que decir que las personas que se designaban para realizar esta función eran sumamente populares en su población.

TENDENCIAS

Será durante la intervención americana en la guerra en que surgirá un subgénero de enorme éxito, que los historiadores anglosajones denominan *Hate the Hun Movies*, es decir películas que fomentaban el odio hacia los alemanes. El público

vibraba con ellas. Dichas cintas, muchas de ellas perdidas, mostraban a los alemanes como bestias inhumanas, capaces de las torturas más crueles, sedientas de sexo, violentas, adictas a cometer los más viles asesinatos. Las más famosas tenían como centro de atención al Káiser Guillermo II. Su figura, su bigote y su vestimenta eran objeto de broma continua en periódicos y películas. Por ejemplo, en *To Hell with the Kaiser* (George Irving, 1918), éste se alía con el diablo. En muchas de estas cintas, el monarca era víctima de linchamientos, asesinatos y todo tipo de burla. Los títulos de las películas así lo atestiguan: *Wanted for Murder* (Frank Hall Crane, 1918), *The Kaiser, the Beast of Berlin* (Rupert Julian, 1918), *The Evil Eye* (George Melford, 1917), etc... Los alemanes eran retratados como auténticos salvajes capaces incluso de empalar bebés en sus bayonetas como en *Escaping the Hun* (1918), Según Ivan Butler, «eran películas históricamente belicosas, llenas de atrocidades y caricaturas»³². Estos filmes racistas gustaban al público, ya que además de ver al Káiser y a sus acólitos en apuros, las películas eran un carrusel de aventuras, amoríos, intrigas... protagonizadas por hombres y mujeres corrientes. Era lo que demandaba el público, un tanto harto de noticiarios y documentales.

Una reseña de *Photoplay* del filme *For France* —uno de los éxitos de este tipo de filmes— nos dice que la película «relata, naturalmente, el saqueo de una fábrica y los malos tratos que la borda alemana inflinge a la población, pero cuando matan al comandante alemán ¡los aplausos hacen retumbar la sala!»³³ El cénit de este género llegó con lo que se podían llamar «documentales auténticos». Estas cintas narraban las atrocidades alemanas basándose en testimonios de primera mano, no por eso fiables, que habían sido recogidos en libros o artículos periodísticos. Las más conocidas fueron *My Four Years in Germany* (William Nigh, 1918), *The Evil Eye* (George Melford, 1917) y *The German Curse in Russia* (1918). La primera de ellas, se basaba en las memorias del embajador norteamericano en Berlín, James W. Gerard. La cinta mostraba la dureza de los campos prisioneros prusianos e instaba a los americanos de origen alemán a hacer todo lo posible para eliminar la amenaza alemana. *The Evil Eye* fue supervisada por el jefe del Servicio Secreto de Estados Unidos, y era un compendio de todos los clichés que afectaban a la población alemana.

La última de las cintas citadas presentaba a los prusianos cómo unos sutiles maquinadores políticos que intentaron hacer con Estados Unidos lo mismo que con Rusia: sumirla en el caos y obligarla a rendirse, ya que se creía que la Revolución había sido causada por agentes alemanes. Incluso los emigrados alemanes en Estados Unidos fueron objeto de escarnio en numerosas cintas. En *The Immigrant*, producción que cosechó una importante taquilla, se daban una serie de directrices a los emigrantes alemanes o a los americanos de origen alemán para ser buenos norteamericanos. Estas directrices incluían el odio a la cultura germana, el desprecio ante todo lo alemán y la lealtad a las barras y estrellas. Evidentemente, el cine también mostró a alemanes buenos. Pero estos no eran muchos y normalmente morían a los pocos minutos de su aparición en pantalla,

caso de un alemán amante de la música en *The Unbeliever*³⁴. o de los alemanes de *The Zeppelin's Last Raid*, curiosa cinta donde un grupo de soldados alemanes se embarcan en un dirigible para bombardear la residencia del Káiser e instaurar la democracia en Alemania. Por desgracia un accidente destruye al Zeppelin y a sus ocupantes.

Todas estas cintas hicieron palidecer los intentos del *Creel Committee* por controlar la propaganda filmica del país. Desde el momento en que se creó la *NAMPI*, la suerte de las primerizas cintas del comité estaba sujeta al fracaso. Mientras que sus filmes eran patrioterías y chauvinistas, las películas que ofrecía Hollywood iban más lejos y daban a manos llenas lo que quería o pedía el público. El gobierno siempre se mostró contrario a las cintas que eran insultantes con el enemigo, pero el público disfrutaba de ellas y la demanda era cada vez mayor. La visión peyorativa de los alemanes no se circunscribe a este momento. Antes del estallido de la guerra muchos norteamericanos veían con malos ojos a los prusianos, por su cada vez mayor importancia en la economía, cultura y política. Los choques coloniales en Filipinas, China, Samoa y Latinoamérica también resultaron dañinos para la imagen de Alemania.

Otras películas que gozaron de gran aceptación eran aquellas que exhortaban al alistamiento, como *The Spirit of '17* (William Desmond Taylor, 1918), *Vive la France!* (Roy William Nelly, 1918), *A Call to Arms*, *The Slacker* (Christy Cabanne, 1917)... También se realizaron películas para el «reclutamiento moral» de las mujeres. Su labor en casa era decisiva para el esfuerzo de guerra. La exaltación de su heroísmo, su abnegación, la fidelidad y el espíritu guerrero³⁵ eran reflejados en filmes como *Missing* (James Young, 1918), con guión de J. Stuart Blackton, *An Alien Enemy* (Wallace Worsley, 1918), *Daughter of Destiny* (George Irving, 1917) o *Betty Ross*. En muchos de estos filmes aparecían personajes que maduraban gracias a la guerra, de cobardes y miedosos, gracias al conflicto –y al buen hacer de la chica protagonista– se tornaban en heroicos ciudadanos de Estados Unidos, como por ejemplo en *Safe for Democracy* (J. Stuart Blackton, 1918), *The Pride of New York* (Raoul Walsh, 1917), *The Battle Cry of Liberty*... herederos directos de las primeras películas que denigraban a los alemanes –las realizadas en el período 1914-1917– pero también hablaban a los ciudadanos de cómo la guerra mejoraría la sociedad: no habría distinción de clases, el progreso afectaría a todo el mundo... todo ello bajo la bandera y frecuentes escenas de batallas donde se mostraba todo tipo de armamento moderno en lugar de la destrucción y la indefensión del ser humano ante un conflicto bélico. Ya en aquella época, el *Motion Picture Magazine* declaraba en 1916 «Es extraño que estas películas no muestren las monstruosas calamidades causadas por la guerra. No han mostrado los millones de viudas, los millones de huérfanos, que constituyen el resultado del conflicto. No han mostrado la ruina, la desesperación, el hambre y el sufrimiento, sus consecuencias inevitables. Estos filmes no han aportado argumentos convincentes a favor de la paz. Al contrario: han sido militaristas y belicistas hasta la exacerbación.»³⁶

Durante el conflicto también tuvieron éxito los filmes de espías como *War and the Woman* (Ernest C. Warde, 1917), *The Greatest Power* (Edwin Carene y Edward Le Saint, 1917), *The Secret Game* (William C. DeMille, 1917) o *Berlin Via America* (Francis Ford, 1918) —protagonizada por Francis Ford, hermano de John Ford—, al igual que los filmes sobre conspiraciones, precursores de los *thrillers* actuales: *The Eagle's Eye* (Wellington A. Playter y George Lessey, 1918), *The Kaiser's Shadow* (Roy William Neill, 1918) o *Suspicion* (John M. Stahl, 1918). En estos dos géneros, los espías alemanes surgen por doquier en territorio americano para sembrar el pánico entre la población³⁷. Por ejemplo, en *The Eagle's Eye*, los saboteadores prusianos extienden el germen de la polio sobre ciudades de Estados Unidos. Es lamentable, que incluso los alemanes que vivían en Estados Unidos desde hacía generaciones, salieran malparados³⁸. Muchas de estas cintas los mostraban con un enorme odio, en especial *The Prussian Cur* (1918) de Raoul Walsh, quizás una de las cumbres del mal gusto filmico de aquel período. Otros géneros no tuvieron tan buena aceptación, en especial las comedias. Películas protagonizadas por Harold Lloyd fueron un sonado fracaso, como es el caso de *Kicking the German out of Germany* (1918). No será hasta después de la guerra, en que el género volverá a revitalizarse.

En los últimos meses de la Gran Guerra se estrenaron dos filmes que siguieron la senda abierta por filmes como *To Hell with the Kaiser* (George Irving) y que fueron las películas más populares de la guerra: *Corazones del mundo* (*Hearts of the World*, D.W. Griffith) y la genial *Armas al hombro* (*Shoulder Arms*, Charles Chaplin), ambas de 1918. Filmes enormemente deudores de las películas citadas anteriormente, pero que al mismo tiempo presagiaban, en su tratamiento cinematográfico —la pintura del campo de batalla, la relación del soldado americano y la campesina francesa— los clásicos de los años veinte y treinta; que a pesar de su tono humanista y pacifista, tendrán en más de una ocasión, múltiples similitudes con las cintas producidas durante la guerra.

Está claro que el cine norteamericano fue una fuerza muy poderosa para impulsar al país a entrar en guerra con las potencias centrales. Sirva de ejemplo las palabras de Louella Parsons en la revista *Photoplay* de septiembre de 1918: «Si el vandalismo alemán pudiera atravesar el océano, el Káiser ordenaría la destrucción completa de todos los estudios cinematográficos y el aniquilamiento minucioso de todos los cines. Nada ha hecho tanto daño al imperio prusiano como esas películas sobre las atrocidades alemanas. Los espectadores han comprobado con sus propios ojos que la Alemania militarista se ha lanzado contra la civilización. Han visto la invasión de Bélgica, la devastación de Francia y los siniestros planes contra América... y mientras estas películas fortalecían al máximo el patriotismo aliado, los dientes de Alemania rechinaban de rabia y de impotencia»³⁹. No se podía hablar más claro. Uno puede ver gráficos de producción de armas, de hundimiento de navíos americanos, relatos sobre las atrocidades alemanas en Bélgica, leer memorias de excombatientes..., pero sin visionar un documento tan importante

como las películas contemporáneas al conflicto no se puede tener una idea clara de cómo y por qué entraron los Estados Unidos en la Primera Guerra Mundial. Las películas y su mundo nos dan una nueva y diferente perspectiva.

NOTAS

- 1 Sobre el paulatino dominio de la industria de Estados Unidos en los mercados mundiales vid. THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907-1934*, Londres, BFI Books, 1985.
- 2 No es de extrañar la jugada de Ince, pues tiempo después produciría algunos de los alegatos más salvajes contra los alemanes.
- 3 Cuando Estados Unidos entre en guerra, la película será prohibida, ya que era una clara incitación al antimilitarismo. Decenas de cintas similares corrieron la misma suerte. Vid. Andrew KELLY, *Cinema and the Great War*, Londres, Routledge, 1997, p.18.
- 4 Los diversos hundimientos de buques comerciales estadounidenses, con la consiguiente pérdida de vidas humanas, fue una constante hasta la entrada en guerra en abril de 1917. Vid. Robert H. ZIEGER, *America's Great War. World War I and the American Experience*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2000
- 5 Sobre este tema, ver el libro de Leonard RUBENSTEIN, *The Great Spy Film*, Secaucus, N. J. The Citadel Press, 1979.
- 6 Acerca de la entrada en guerra de Estados Unidos Vid. Robert H. ZIEGER, *America's Great War...*pp. 27-57.
- 7 Para la polémica del hundimiento del *Lusitania*, vid. Philippe MASSON, <Le torpillage du R.M.S. Lusitania>, 14-18 *Le Magazine de la Grande Guerre*, Núm. 5 (2002): 26-31.
- 8 Creel contó desde un primer momento con la inestimable ayuda de Walter Lippmann y Edward Bernays, consejeros de Wilson y convencidos defensores de la propaganda como arma política de primer orden. A ellos se debe gran parte del contenido ideológico de muchos de los eslóganes, carteles, y escritos emanados del Comité. Fiel a su profesión, desde un primer momento George Creel se mostró entusiasmado ante la titánica tarea, definiéndola como «the world's greatest adventure in advertising.» Vid. MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, Madison, University of Wisconsin Press, 1997, p. 108 («La aventura más grande del mundo en publicidad»).
- 9 MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit., pp.107-108. «Establecer una maquinaria con la cual luchar por la lealtad y unidad en casa, y por la amistad y comprensión de las naciones neutrales del mundo».
- 10 Era famoso el de Fatty Arbuckle, mostrando cómo le sobraban varias tallas de unos pantalones. Había adelgazado para ayudar a los chicos que estaban en Francia. A pesar de ser un comilón, no le importaba pasar hambre. Esta anécdota y otras, recogidas en JACOBS, Lewis, *La azarosa historia del cine americano*, Barcelona, Lumen, 1981, p. 326.
- 11 THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907-1934*, cit.
- 12 Sobre el aprovechamiento de la *Division of Films* y en definitiva del CPI como vehículo de enriquecimiento para Creel, sus compañeros y, por supuesto, de los magnates de la industria del cine gracias a su labor en la guerra, corrieron ríos de tinta. Ya en la época fue motivo de controversia, hasta el punto que se llevó a cabo una investigación desde el Congreso.

- 13 Sobre estas películas en concreto vid. JEAUVONS, Clyde, *A Pictorial History of War Films*, Hamlyn, Londres, 1974.
- 14 Esto no quiere decir que las películas realizadas por el CPI fueran todas ellas un fracaso. Hubo tres excepciones muy notables: *Under Four Flags*, *Pershing's Crusaders* y *America's Answer*. Las tres cintas mostraban las nuevas armas de las tropas desplegadas en el Frente Occidental, los soldados, los desfiles, etc. Los *doughboys* eran la solución largamente esperada por los aliados para poner fin a la guerra, sin ellos la Alemania del Káiser se erigiría como vencedora. No obstante, a pesar del despliegue de medios, la guerra nunca se muestra, son películas asépticas en ese sentido, ofrecen una imagen victoriosa de los soldados estadounidenses y sus aliados, mientras que ridiculiza a alemanes y austriacos; sin realizar ningún análisis de las causas del conflicto o de la entrada de Estados Unidos en éste. Los tres títulos fueron un gran éxito de taquilla. *Pershing's Crusaders* se exhibió en 4.189 cines, *America's Answer* —que también encandiló en Europa, pero con el título *America's Answer to the Hun*— se vio en 4.548 pantallas y *Under Four Flags* en 1.820 salas; si tenemos en cuenta que existían 12.000 cines en la geografía norteamericana, veremos la importancia de dichas obras. Sobre ellas vid. ISENBERG, Michael T., *War on Film. The American Cinema and World War I. 1914-1941*, Farleigh, Dickinson University Press.; JEAUVONS, Clyde, *A Pictorial History of War Films*, cit.; y THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907-1934*, cit.
- 15 McAdoo fue una figura de vital importancia en la Administración Wilson. Por un lado, era un gran emprendedor y hombre de negocios que condujo con mano firme la economía americana durante el conflicto; por otro, fue una persona en la que Wilson depositaba gran confianza. No en vano era sureño y estaba casado con la hija de éste, Eleanor Randolph Wilson. Vid. http://en.wikipedia.org/wiki/William_McAdoo. William Brady era uno de los negociadores más duros en la industria del cine, y desde un primer momento se rebeló como la persona idónea para su cargo.
- 16 Si bien en sus inicios no contó con un gran número de afiliados, en marzo de 1918, un 90% de integrantes de la industria —en su mayoría personal perteneciente a los grandes estudios— formaba parte de dicho organismo. En MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit., p. 107.
- 17 Sobre la NAMPI, su funcionamiento y papel durante la Guerra, vid. BROWNLOW, Kevin, *The War, the West and the Wilderness*, cit. MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *The United States' Film Industry and World War One* en PARIS, Michael (ed.), *The First World War and Popular Cinema. 1914 to the Present*, Edimburgo, Edinburgh University Press, 1999, pp. 138-162; MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit.; y THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907-1934*, cit.
- 18 No sé hasta que punto es correcto utilizar la palabra Hollywood para referirse a la industria del cine en Estados Unidos para estos años. Si bien es cierto que el grueso de ésta se encontraba en California, también lo es que la Costa Este seguía siendo importante, aunque Los Ángeles se erigió como Meca del Cine durante la guerra, por lo que seguiré utilizando Hollywood para referirme al cine realizado por los grandes estudios en Estados Unidos.
- 19 La carta de Woodrow Wilson a Brady se encuentra en su totalidad en MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit., p. 109.
- 20 THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907-1934*, cit. p. 94. «Está en mi mente no sólo llevar la industria cinematográfica como

el máximo y más efectivo contacto con las necesidades de la nación, sino también dar una muestra de reconocimiento oficial de la cada vez mayor importancia de este medio en nuestra vida. Las películas se han revelado como el mejor medio para la diseminación de la inteligencia pública y al hablar un lenguaje universal, presenta, de manera importante, los planes y propósitos de América.»

- 21 El *Signal Corps* era el cuerpo fotográfico del Ejército. Hacían fotografías y películas para uso militar, y como vemos, civil. Sus miembros eran militares profesionales y voluntarios provenientes del mundo del cine. Durante la Gran Guerra sirvieron en él, entre otros, Ernest B. Shoedshack, co-autor de *King Kong* 1933, Merian C. Cooper y Ernest B. Shoedshack), Irwin Willat –cámara de *La cruz de la humanidad (Civilization)* y más tarde director de *Behind the Door* (1918) célebre cinta anti-alemana– Lewis Milestone –director de *Sin novedad en el frente–*, Al Kaufman –pariente de Adolph Zukor y director de *Famous Players Lasky–* o Harris Thorpe –fotógrafo de diversas cintas de Douglas Fairbanks–. Sobre la labor del *Signal Corps*, vid. BROWNLOW, Kevin, *The War, the West and the Wilderness*, Londres, Secker and Warburg, 1979.
- 22 Sobre el noticiario, vid. THOMPSON, Kristin, *Exporting Entertainment. America in the World Film Market, 1907-1934*, cit. p. 94.
- 23 Acerca de la estrecha colaboración entre las distintas agencias del gobierno y la NAMPI, vid. MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit., pp. 104-137.
- 24 En torno a los bonos de guerra, vid. MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit.; y ZIEGER, Robert H. *America's Great War. World War I and the American Experience*, cit., pp. 75-83.
- 25 «Buy a bond and help the cause of Humanity» era la frase que aparecía en las fotos de Theda Bara. Vid. MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit., p. 120 («Compra un bono y ayuda a la causa de la Humanidad»).
- 26 6.000 dólares Mabel Normand y 3.000 dólares Marion Davies, según decía el *New York Times* en su publicidad e incluso en las notas de sociedad. Op. cit., p. 120.
- 27 El gobierno recaudó 20 billones de dólares y la guerra costó a la Administración Wilson la friolera de 30 billones de dólares, ciertamente las campañas de venta de bonos fueron algo más que un espaldarazo a la economía de guerra. Vid. Op. cit., pp. 75.
- 28 No es oro todo lo que reluce. El papel de Chaplin durante la Gran Guerra, no estuvo exento de polémica, especialmente en su Inglaterra natal, donde fue tildado de cobarde al no acudir al llamamiento a filas. Vid. BROWNLOW, Kevin, *The War, the West and the Wilderness*, cit.; MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie, *Reel Patriotism. The Movies and World War I*, cit., p. 155.
- 29 Una buena prueba de la adhesión de la gente humilde a estas campañas es el hecho de que un 30% de los compradores de bonos de guerra eran personas con salarios por debajo de los 2.000 dólares al año. Vid. ZIEGER, Robert H., *America's Great War. World War I and the American Experience*, cit., pp. 76.
- 30 El Departamento del Tesoro realizó 17.500 juegos de diapositivas (3 diapositivas por juego), que se proyectaban antes del filme, donde se informaba sobre la venta de bonos, recogidas de comida u otras ayudas que se podían prestar a organizaciones como la Cruz Roja. Ver MIDKIFF DeBAUCHE, Leslie *The United States' Film Industry and World War One* en PARIS, Michael (ed.) *The First World War and Popular Cinema. 1914 to the Present*, Cit. p. 150.

- 31 *Op. cit.*, p. 145. «Los hombres de los cuatro minutos, por invocar la Revolución Americana y por la duración límite de sus discursos. Los ponentes utilizaban material creado en Washington para informar y persuadir a las audiencias durante la guerra. Los temas incluían: razones por las que se debía colaborar en los bonos de guerra, conservación de alimentos, vías para mantener la moral en casa, y porqué los americanos estaban luchando en la guerra».
- 32 Ivan BUTLER, *The War Film*, New York, Barnes and Co, 1974, p. 23.
- 33 JACOBS, Lewis, *La azarosa historia del cine americano*, cit., p. 329.
- 34 El actor y director austriaco Eric Von Stroheim fue el más popular intérprete de este tipo de películas, hasta el punto de que era abucheado cuando aparecía en la pantalla y a ser promocionado como *El hombre que deseará odiar*. Por desgracia para tan genial creador, arrastró su fama de germano cruel durante el resto de su carrera.
- 35 Sin ser un filme de esta tendencia, *Juana de Arco* resumía perfectamente las virtudes que debía tener la mujer americana durante la guerra.
- 36 JACOBS, Lewis, *La azarosa historia del cine americano*, Cit., p. 324.
- 37 La paranoia por las acciones en la retaguardia durante la guerra no era injustificada. A lo largo del conflicto se registraron cerca de 200 acciones de sabotaje en suelo estadounidense. Vid. WITCOVER, Jules, *Sabotage at Black Tom: Imperial Germany's Secret War in America, 1914-1917*. Chapel Hill, Algonquin Books, 1989.
- 38 Cine y se realidad se superponían. Gran número de germanoamericanos residentes en Estados Unidos sufrieron la suerte de campos de internamiento, penas de cárcel, además de la mofa, escarnio y sospecha de sus vecinos. Vid. Robert H. Zieger, *America's Great War*, cit. pp. 217-220.
- 39 JACOBS, Lewis, *La azarosa historia del cine americano*, cit. p. 335.