



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Bellas Artes
Maestría en Arte Moderno y Contemporáneo

*Las Entrevistas Imposibles de Miguel Covarrubias:
Redefiniendo una Cultura de la Celebridad*

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestro en Arte Moderno y Contemporáneo

Presenta:

David Bryant Richards

Dirigido por:

Dra. María Teresa Bordons Gangas

SINODALES

Dra. María Teresa Bordons Gangas
Presidente

Dr. Alejandro Ortiz Bullé Goyri
Secretario

M. en A. Pamela Jiménez Draguicevic
Vocal

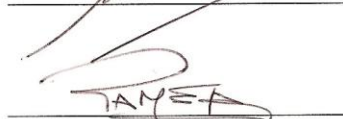
M. en A. Teresa García García Besné
Suplente

M. en A. Mar Marcos Carretero
Suplente

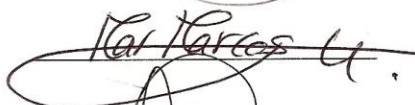
M en F Jorge Humberto Martínez Marín
Director de la Facultad

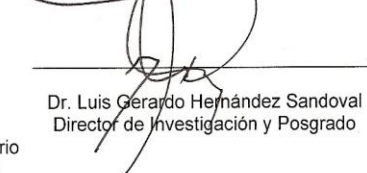

Bordons




JANE A




Mar Marcos



Dr. Luis Gerardo Hernández Sandoval
Director de Investigación y Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
(fecha)
México

Para Lenny

RESUMEN

El artista mexicano Miguel Covarrubias ya era famoso como caricaturista en Estados Unidos, cuando en 1931 empezó lo que serían las *Entrevistas Imposibles*, las caricaturas más astutas e innovadoras de su carrera. Hizo la serie de 38 guaches –más o menos uno cada mes- para la revista *Vanity Fair* y cuando esta publicación fracasó en 1935, siguió con su revista hermana *Vogue*. Las *Entrevistas Imposibles* no sólo representan el pináculo de su obra como caricaturista, sino también marcan un paso significativo en el desarrollo del mundo posmoderno. La tesis que propongo, “Las *Entrevistas Imposibles* de Miguel Covarrubias: Redefiniendo una cultura de la celebridad”, examina la importancia artística de esta serie en la obra de Covarrubias, y muestra cómo ella encarnaba nuevos conceptos de la fama, de la identidad y del éxito, y cómo contribuyó a la formación de lo que el filósofo francés Guy Debord llamó “la société du spectacle”. Cada entrevista, que era acompañada por un diálogo satírico escrito por Corey Ford, representaba el encuentro entre dos personas muy conocidas por el público, pero que no se conocían entre sí, ni tenían nada en común aparte de la fama. (Así, por ejemplo, Jean Harlow, la estrella plateada de Hollywood y Sigmund Freud, el psicoanalista.) Porque Covarrubias hizo la mayoría de sus caricaturas en Estados Unidos para revistas neoyorkinas, gran parte de la documentación de su carrera como caricaturista se encuentra, sobre todo, en Washington, D.C. (The National Portrait Gallery, The Library of Congress), en Nueva York (The New York Public Library, The Library for the Performing Arts) y en Austin, Texas (The Harry Ransom Humanities Research Center). A partir de las *Entrevistas Imposibles*, la tesis explica los cambios culturales importantes que tuvieron lugar en Estados Unidos en los años 30. Al mismo tiempo, muestra cómo las entrevistas anuncian el siglo 21 y un sistema social que valoriza la celebridad, la máscara y el simulacro más que la realidad misma. Además la tesis se basa en observaciones de tales expertos en la caricatura como Beverly Cox, Wendy Rick Reaves, Sylvia Navarrete, Adriana Williams y Daniel Boorstin.

(palabras clave: Miguel Covarrubias, caricatura, *Entrevistas Imposibles*)

SUMMARY

The Mexican artist Miguel Covarrubias was already famous in the United States as a caricaturist, when in 1931 he began the series, “Impossible Interviews”, easily the most innovative caricatures of his career. All told, he produced 38 gouaches, roughly one per month, for the magazine *Vanity Fair* and then, when that publication folded in 1935, for its sister publication, *Vogue*. The *Impossible Interviews* not only represent the pinnacle of his caricatural work, but also mark a significant step in the development of the postmodern world. The thesis which I propose – “The *Impossible Interviews* of Miguel Covarrubias: Redefining a Culture of Celebrity,” examines the artistic importance of these works and shows how they incorporated new definitions of fame, identity and success, and contributed to the development of what French philosopher Guy Debord called “la société du spectacle”. Each caricature, which was accompanied by an imaginary conversation written by Corey Ford, paired two celebrities, well known to the public, but who had never actually met in real life (for example, psychiatrist Sigmund Freud and screen star Jean Harlow). Since Covarrubias did the majority of his caricatures in the United States before returning to Mexico in the mid-1930s, much of the documentation for the thesis is to be found in The National Portrait Gallery and The Library of Congress (Washington, D.C.), The New York Public Library and the Library for the Performing Arts (New York) and The Harry Ransom Humanities Research Center (Austin, Texas). Using the *Impossible Interviews*, the thesis illuminates important cultural changes that took place in America in the 1930s. At the same time, it will show how they anticipate the 21st century and a social system which values fame, the mask, and the simulacrum more than reality itself. In addition, the thesis relies upon observations by Covarrubias’s contemporaries, as well as latter-day experts in caricature and celebrity, such as Beverly Cox, Wendy Rick Reaves Reaves, Sylvia Navarrete, Adriana Williams and Daniel Boorstin.

(key words: Miguel Covarrubias, caricature, *Impossible Interviews*)

ÍNDICE

	Página
Resumen	i
Summary	ii
Índice	iii
Índice de figuras	iv
Introducción	1
I. Nueva York	5
II. La nueva fama	15
III. Descubriendo un mundo exótico	27
IV. Del <i>boom</i> a la quiebra	35
V. Las primeras <i>Entrevistas Imposibles</i>	44
VI. De vuelta a pedido del público	58
VII. <i>Vogue</i> : la decadencia y la caída	67
VIII. Hacia una sociedad de simulaciones	71
Literatura citada	80
Apéndice	83
Figuras	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Página
1	Covarrubias, por Barton (véase p. 14)	93
2	Calvin Coolidge (véase p. 20)	94
3	José Juan Tablada (véase p. 23)	95
4	Pablo Picasso (véase p. 23)	96
5	Paul Whiteman (véase p. 23)	97
6	Irving Berlin (véase p. 23)	98
7	That Teasin' Yella Gal (véase p. 27)	99
8	Cakewalk (véase p. 30)	100
9	Dancing Waiter (véase p. 30)	101
10	Hansom Driver (véase p. 33)	102
11	Happy Days in Berlin (véase p. 34)	103
12	Mae West (véase p. 39)	104
13	Lynn Fontanne, Alfred Lunt, Helen Westley (véase p. 39)	105
14	Sinclair Lewis (véase p. 46)	106
15	Mahatma Gandhi/Aimée Semple McPherson (véase p. 47)	107
16	Albert Einstein/Evangeline Adams (véase p. 50)	108
17	Pablo Picasso/Howard Chandler Christy (véase p. 50)	109
18	Herbert Hoover/Jim Landis (véase p. 52)	110
19	Senator Brookhart/Marlene Deitrich (véase p. 53)	111
20	Clark Gable/The Prince of Wales (véase p. 54)	112
21	Adolf Hitler/Huey S. Long, Benito Mussolini/Josef Stalin (véase p. 55)	113
22	Emily Post (véase p. 57)	114
23	Sand Rand/Martha Graham (véase p. 58)	115
24	Jean Harlow/Sigmund Freud (véase p. 60)	116
25	George Arlis and roles (véase p. 63)	117
26	Josef Stalin/Elsa Schiaparelli (véase p. 69)	118

INTRODUCCIÓN

La fotografía apareció en miles de periódicos en docenas de países. Mostraba, tal vez, a la pareja más famosa del planeta: Angelina Jolie, la reina del cine, vestida de negro con un collar de perlas, una expresión de serenidad en su cara sensual, sus ojos luminosos fijados no en el horizonte, sino en las puertas del paraíso. A su lado, Brad Pitt, el rey del cine, pensativo, más informal con la visera de su gorra puesta hacia atrás. Y enfrente de ellos, en una cuna real, durmiendo boquiabierta, la bebé más famosa del planeta —por lo menos durante la semana en que apareció la fotografía.

Lo que había captado el fotógrafo era un nacimiento moderno. Por meses, millones de personas alrededor del mundo habían esperado el milagro con curiosidad y con pasión. Ahora podían contemplar el equivalente secular de la familia sagrada, ya inmortalizada por la industria publicitaria y los medios de comunicación masiva. El artículo que acompañaba la fotografía revelaba que no era la verdadera Angelina, ni el verdadero Brad, y aún menos la verdadera Shiloh Nouvel Jolie-Pitt, que es el nombre exótico de la bebé, sino estatuas de cera recientemente develadas en el museo newyorkino de Madame Tussaud's.

“Estamos muy ilusionados al haber convertido a Shiloh Nouvel Jolie-Pitt en la primera bebé de cera del Madame Tussaud's”, explicó la directora del museo en una rueda de prensa. “A pesar de que sólo cuenta con unos meses de vida, ya se ha convertido en un icono de la cultura popular.” Para los lectores, ya encantados de ver a la recién nacida, había una noticia aún más encantadora. Los visitantes de Madame Tussaud's podían hacerse una fotografía junto a sus ídolos esculpidos. Las estatuas permitirán —en las palabras exaltadas de la directora— “la oportunidad de tener un contacto más cercano con la familia más famosa del mundo”. (EFE, *AM Querétaro*, 28 de julio de 2006, p. 12)

En otros tiempos, eso podría ser parte de una exposición surrealista o de una noche de cabaret dadaísta. Pero vivimos en una época de simulaciones. Angelina Jolie, Brad Pitt y la pequeña Shiloh Nouvel existen en un mundo fuera de nuestro alcance. Los vemos en las revistas y en las películas y los periodistas verifican su existencia. No los vemos nunca en carne y hueso. Si queremos ser parte de su vida —“tener un contacto más cercano” con ellos—, tenemos que tratar con muñecos de cera. Las estatuas se han convertido en la realidad. Las personas son fantasmas. Irónicamente, la pareja más famosa del mundo es, por así decirlo, invisible.

Este fenómeno no pasó de una día para otro. La sociedad contemporánea —en que las simulaciones tienen más realidad que la realidad misma— es el resultado de fuerzas diversas operando durante décadas: las comunicaciones masivas, el cine, la televisión, la radio, el periodismo, los videojuegos, la computadora y la industria publicitaria. Al principio del siglo 20, el público ya estaba encantado con los *Nickelodians*, el antepasado de los cines modernos, en donde el espectador pagaba algunos centavos por ver unos sencillos cortos mudos que mostraban, por ejemplo, un tren entrando en una estación o una persecución a caballo. (Algunos espectadores, viendo por primera vez tales imágenes, gritaron de miedo al creer que el tren iba a salir de la pantalla y atropellarlos.)

La publicidad de entonces se limitaba a anuncios en los periódicos y revistas, a unos carteles en los muros y al famoso “sandwich man” —el hombre de anuncios que llevaba puestos un letrero enfrente y otro atrás, como si fueran un abrigo primitivo. Con la invención de la radio, y más tarde la televisión, la publicidad se convertiría en una herramienta poderosa, determinando los gustos, los sueños y hasta las opiniones políticas del gran público. Aun más, reharían nuestro concepto de la realidad. En lugar de vender un producto —algo concreto, real, tangible— la publicidad vendería la idea del producto, el prestigio, el bienestar. Es decir, una ilusión.

En 2006, eso es obvio. Menos obvio parece, en el desarrollo de una sociedad saturada de simulaciones, el papel que jugó la caricatura, la que el Larousse define como “un dibujo satírico o grotesco de una persona o una cosa”. (García Pelayo y Gross, R., 2003; p. 205) Siempre ha habido en la historia del arte unos artistas —Hogarth, Goya, Daumier—, cuyas caricaturas han sido vistas como obras de primer orden. Pero lo más común es que el caricaturista era un artista de segunda categoría, un periodista visual, cuyos dibujos estaban destinados a desaparecer, como el periódico en el que aparecían. Podían ser chistosos, críticos, venenosos. Pero eran transitorios.

Es el tema de esta tesis que, al contrario, en los años 20 y 30 en Estados Unidos, la caricatura fue también responsable de uno de los cambios importantes que trasformaban a la sociedad norteamericana. Durante lo que es visto ahora como la edad de oro de la caricatura en Nueva York, los caricaturistas proliferaban como hongos después de la lluvia. Se podía encontrar sus obras en docenas de revistas dedicadas a las modas y los modales norteamericanos, y sobre todo newyorkinos. Divirtieron a miles de lectores; enojaron a unos políticos y celebridades que no apreciaban la burla. Pero transformaron los valores morales de la sociedad y contribuyeron a la sustitución progresiva de la realidad por la imagen, lo que el historiador Daniel J. Boorstin juzga ser el cambio más significativo del siglo 20.

La obra de muchos caricaturistas había podido servir como ejemplo. Entre otros, Al Freuh, Marius de Zayas, Al Hirschfeld, Ralph Barton, William Auerbach-Levy y John Held fueron famosos en los años veinte por sus interpretaciones chistosas y subversivas de la vida metropolitana. Pero el caso más revelador es tal vez el de Miguel Covarrubias, el joven mexicano que llegó a Nueva York en 1923 y conquistó la ciudad en menos de un año con su talento penetrante. Tenía 18 años, hablaba mal inglés y sabía poco de la cultura de la que se burlaba. No obstante, Barton lo llamó el mejor caricaturista en América, una opinión aún más generosa por ser la de un rival. Tal vez porque era extranjero y joven, Covarrubias veía la vida americana y sus

debilidades con agudeza y una ausencia de prejuicios. A los veinte años ya era una estrella, tan conocida como la gente a la que dibujaba. De hecho, ser dibujado por Covarrubias —por grotesco o exagerado que fuera el retrato—, era un honor buscado por todos; una prueba de la fama. Así, un dibujo satírico, sin piedad, se convirtió en un emblema prestigioso.

Eso fue sólo uno de los cambios que produjo la edad de oro de la caricatura. Hay implicaciones más profundas que no se verían claramente sino hasta cincuenta años más tarde. En los 30, cada año Covarrubias se interesó menos en la caricatura; cada año más en la etnología. Regresó a México para dedicarse a la arqueología. Sin embargo, antes de irse, hizo la serie de caricaturas más brillante de su carrera —treinta y ocho dibujos que se llamaban colectivamente *Entrevistas Imposibles*. Mostraba un mundo dedicado a la celebridad en sus formas más insólitas. La primera entrevista apareció en *Vanity Fair*, en diciembre de 1931; la última en *Vogue*, en diciembre de 1935. Como arte y como comentario social eran revolucionarias.

Covarrubias no se habría sorprendido por las estatuas de cera de Brad Pitt, de Angelina Jolie y de su bebé. Las fuerzas que las han producido ya están operando en las *Entrevistas Imposibles*. En un sentido, la serie está mal titulada. En el siglo 21 lo imposible se ha vuelto posible. No solamente posible, sino común y corriente. Lo imaginario es ahora lo real. Las caricaturas, que nos hablan de los años 30, también nos revelan las dinámicas sociales del siglo 21. Al mismo tiempo, son viejos y modernos —una ventana que da simultáneamente al pasado y al futuro.

Miremos.

I. NUEVA YORK

Miguel Covarrubias llegó a Nueva York en el verano de 1923. Fue el buen momento. Diez años antes, habría encontrado un país provinciano todavía luchando contra las ataduras victorianas. Diez años más tarde, habría encontrado un país paralizado por una depresión económica que dejó a millones de americanos sin comida y sin vivienda. Pero en 1923 Nueva York era sinónimo de alegría, de creatividad, de energía, de exceso mismo.

Europa, el viejo continente, estaba extenuada por la guerra más devastadora que el mundo haya conocido hasta entonces. Pero los Estados Unidos habían emergido triunfalmente de ese desastre. El país, joven y vigoroso estaba sacando sus músculos. Europa podía vanagloriarse de veinticinco siglos de cultura. Sin embargo, pocas personas dudaban que el futuro perteneciera a la república al otro lado del océano. Y ninguna ciudad norteamericana tenía más confianza que Nueva York. Sus habitantes (más de 5 millones y medio, en 1923) venían de todas partes del globo —trayendo con ellos sus idiomas, sus costumbres y, sobre todo, sus sueños de una vida mejor. De esta mezcla de culturas había emergido un nuevo tipo de ciudadano, el newyorkino. Sofisticado, atrevido, desenvuelto; orgulloso de vivir a una velocidad —y con una intensidad— no conocidas en otros lugares. New York rechazaba a los tímidos, a los conservadores, a los miedosos. Exigía de sus habitantes una cierta bravura.

Cuando Covarrubias puso pie en la metrópoli, tenía dieciocho años; hablaba apenas inglés, y no podía distinguir entre Gertrude Lawrence y Gertrude Stein. Quería hacerse caricaturista en la gran urbe, aunque no tuviera ninguna idea de las celebridades que merecían su atención. No importó que viniera de una familia mexicana respetada —su padre era el director de la Lotería Nacional— él era uno más de los miles de provincianos que llegaban a Nueva York cada semana. En su bolsa tenía algunas cartas de presentación, con las cuales esperaba facilitar su entrada en los círculos artísticos. Tenía una

sonrisa que, según todos, era contagiosa. Pero por encima de ello, poseía un talento asombroso. Nueva York no iba a poder resistirlo.

Años más tarde, cuando Covarrubias ya era famoso, críticos e historiadores se empeñaron en enfatizar las raíces mexicanas de su arte. Desde joven, su ambición de hacerse caricaturista era fuerte. Abandonó sus estudios formales a la edad de 14 años para frecuentar los cafés bohemios y los teatros experimentales. Aparentemente, y a pesar de su posición social, sus padres no protestaron. La primera caricatura de Covarrubias apareció en 1920 en una revista universitaria de México, *Policromías*. Otras siguieron en *Zigzag* y *La Falange*, pequeñas publicaciones dedicadas a las artes.

Uno de los cafés que gozaba de una gran popularidad, *Los Monotes*, se volvió un hogar para el joven Covarrubias. Le gustaba el ambiente libertino. Los muros estaban cubiertos de caricaturas, y las sillas ocupadas por artistas e intelectuales que adoptaron a Covarrubias y le dieron al adolescente gordito el apodo de “El Chamaco”, que le duraría hasta el fin de su vida. Aquí Covarrubias observaba mucho y dibujaba aun más —a los meseros, a los clientes, a los escritores y a los pintores famosos. Seguramente habría conocido —concluyen los críticos— la obra caricatural de Orozco (su hermano era el dueño de *Los Monotes*), de Ernesto García Cabral que se especializaba en caricaturas de actores y actrices, y del gran José Guadalupe Posada, cuyas calaveras castigaban a toda una sociedad. Pero la influencia de ellos parece mínima. En el fondo, Covarrubias era autodidacta.

Mucho más importante en su desarrollo fue el encuentro con un poeta, José Juan Tablada, en 1923 en la ciudad de México. Exiliado en Nueva York durante la presidencia del general Victoriano Huerta, Tablada había abierto una librería en la Quinta Avenida; defensor apasionado de las artes mexicanas, trasformó el negocio en un centro cultural donde los latinos podían reunirse y mostrar sus obras. Fue Tablada quien decidió que Covarrubias se beneficiaría de una estancia en Nueva York, al mismo tiempo que sus caricaturas podían

mejorar la reputación de México en los Estados Unidos. Como él mismo anotó en *El Universal* dos años más tarde, había encontrado al caricaturista naciente en la ciudad de México en el Café Madrid, “dibujando de parroquianos y meseras, extraordinarias caricaturas, en las que me fue dado discernir el genio ya latente [...] Covarrubias, le dije una tarde que me asaltó mostrándome mi propia caricatura, usted debe ir a Nueva York; pero antes debe aprender inglés y decidirse a trabajar duro, para que no le acontezca lo que a otros que fracasaron, no por falta de talento, sino por falta de carácter.” Los obstáculos —advirtió— serían “del tamaño de los rascacielos”. (Tablada, J. J., *El Universal*, 2 de agosto de 1925, p. 3) Covarrubias no parpadeó. Aceptó el reto.

Tablada usó su influencia para conseguir una beca del gobierno mexicano que pagó el viaje del joven caricaturista y le permitió vivir tres meses en la ciudad norteamericana como ayudante del cónsul mexicano en Nueva York (Tablada mismo). Hoy en día es evidente que Tablada fue un visionario: Nueva York sería el crisol en donde Covarrubias se convertiría en uno de los caricaturistas más originales del siglo. Sus orígenes mexicanos le daban una perspectiva rara sobre el espectáculo urbano, pero Nueva York y su estilo de vivir le abrían los ojos, le sugerían sus temas, y le mostraban el mundo del futuro. Lo que la Provenza fue para Van Gogh y la Polinesia fue para Gauguin, Nueva York lo sería para “El Chamaco”.

En 1923 no había otra ciudad como ella en el planeta. Lo que más la caracterizaba era el movimiento —abajo, arriba, en todas direcciones. Nueva York estaba en una ebullición constante. Los rascacielos se elevaban como hongos después de una lluvia fuerte. En un instante, un edificio de tres pisos podía desaparecer sustituido por otro de veinte. También habían desaparecido casi todos los caballos que tiraban de los tranvías y los carruajes de los ricos. El nuevo rey de la calle era el coche fabricado en serie en Detroit y suficientemente barato para ser parte integral del sueño americano. Ya —se quejaban los ciudadanos— el tránsito era infernal y prometía hacerse peor.

En Times Square, millones de focos eléctricos y letreros gigantescos de neón convirtieron la noche en un largo día sin fin. Broadway, el distrito teatral, tenía 66 teatros para dramas y musicales, y otros cientos para las revistas populares y algo nuevo que se llamaba el cine —fotografías que se movían y daban una impresión asombrosa de la realidad afuera del teatro. Broadway fue no solamente el centro de entretenimiento para la ciudad, sino para el país entero. En 1927, el año más activo en la historia del teatro norteamericano, 264 obras se presentaron en Broadway, de las cuales once estrenaron la misma noche, el 26 de diciembre. De tantos espectadores, tantos espectáculos, tantas luces nació la reputación de Nueva York como ¡la ciudad que no duerme nunca!

En 1919, la población había votado para abolir la fabricación y la venta de bebidas alcohólicas. Pero la decimoctava enmienda a la Constitución del país no resultó en una moralidad más elevada. La gente siguió tomando detrás, a puertas cerradas, en bares clandestinos llamados *speakeasies*. El contrabando de alcohol florecía creando una nueva clase de millonarios como Joseph Kennedy (el padre del presidente) y de gánsteres como Al Capone, quienes controlaban las grandes ciudades del país con sobornos generosos o por la fuerza bruta. “Texas” Guinan (quien sería dibujada por Covarrubias), la dueña del *speakeasy* más popular de Nueva York, era célebre por decir a sus clientes, “Hello, suckers!” (“¡Saludos, imbéciles!”) Su establecimiento no era el único. Había en los años veinte más de 20 mil *speakeasies* nada más en Nueva York.

Como Broadway era el centro de diversiones del país, Wall Street determinaba su destino económico. Cada día millones de acciones cambiaban de manos. Y en la Avenida Madison equipos de escritores y diseñadores estaban desarrollando una nueva ciencia: la publicidad. En el país próspero no faltaban productos. El reto era venderlos. En la Avenida Madison se inventaban las estrategias para crear deseos en el público que no había sospechado,

antes, que necesitaba el último refrigerador o un cigarro bautizado "*Lucky Strike*".

Cada día 2 mil personas llegaban a la ciudad en búsqueda de fama y de fortuna. Eran propulsadas por los golpes de electricidad que parecían venir de la metrópoli misma; un lugar fantástico que cambiaba su apariencia con una regularidad vertiginosa y creaba eventos y estrellas sensacionales que duraban una semana antes de ser sustituidos por otros aún más sorprendentes. Para los ambiciosos, como Covarrubias, era un paraíso. Para los pobres o los cansados, era un infierno. Pero a todos, la ciudad extendía la misma promesa: mañana no será como hoy y pasado mañana será aún más embriagador.

"Entre 1919 y 1929, del Armisticio a la Depresión, el siglo 20 forja su carácter propio", escribió Olivier Debrouse: "Ningún sistema, de ahora en adelante, puede ser definitivo; la fortuna y los infortunios son tan efímeros como las modas que cambian, una y otra vez, la faz del mundo: los mitos nacen, deslumbran y arden en el apogeo de la gloria: ejemplo Rodolfo Valentino. Las mujeres abandonan los complicados atavíos que les daban la sensación de vivir eternamente: fuera el corsé y los cabellos largos cuidadosamente peinados cada noche. Las 'flappers' newyorkinas, las 'garconnes' parisienses enseñan la pantorrilla bajo sus vestidos firmados Chanel o Schiaparelli. Un nuevo ritmo, el jazz, revalorado y los bailes dejan de ser lánguidos paseos a través del salón de baile: shimmy, charleston, black-bottom: movimientos sincopados, y cada gesto desmiente —no prolonga— el anterior. Las ciudades siguen despiertas hasta la madrugada... el gas neón transforma las calles en pasillos, si no en pasarelas de exhibición [...] En un mundo intangible donde todo se modifica constantemente, la belleza deja de ser criterio de apreciación ". (Debrouse, O., 1987; pp. 86-87).

Covarrubias fue introducido a este carnaval urbano por Tablada quien lo presentó inmediatamente a su amigo Sheril Schell, un fotógrafo popular. Schell no vaciló antes de presentarlo al novelista y crítico Carl Van Vechten, quien era parte del célebre círculo de humoristas, actores y escritores,

bautizado *The Algonquin Club*, porque ellos se reunían cada día en el Hotel Algonquin para comer y contarse los chismes más recientes. Los socios del *Algonquin Club* estaban encantados con Covarrubias, este joven de apariencia angelical. La caricatura ya era muy popular en las revistas y periódicos, pero era evidente para todos que Covarrubias era el maestro del género. Sin saber si el sujeto era novelista o actor, bailarín o cantante, él intuía su personalidad fundamental y la expresaba en un dibujo tan chistoso como crítico. Pero a pesar de las distorsiones crueles de su arte, el artista aparecía sin mala intención. Exageró los defectos de los otros con una sonrisa ingenua. Para los sofisticados del *Algonquin Club*, Covarrubias era como un niño travieso. ¿Cómo no amarlo?

Ralph Barton, un caricaturista establecido, adoptó a Covarrubias profesionalmente y lo presentó ante Frank Crowninshield, el editor de la revista más prestigiosa de Nueva York, *Vanity Fair*. La conexión vital había sido hecha. Covarrubias, en poco tiempo, sería la nueva estrella de *Vanity Fair* y el fenómeno de Nueva York.

Por lo menos, así se cuenta el éxito tan rápido de Covarrubias en una ciudad donde la mayoría de los artistas trabajaban como burros, por años, y en la oscuridad más completa. Tan pronto como Covarrubias logró la fama, todo el mundo quería apropiarse el crédito de haberlo descubierto. Tal vez, muchos contribuyeron con una presentación, una invitación a una cena importante, o una llamada de teléfono propicia. El significado es que el mundo de la inteligencia neoyorkina era muy pequeño. Los bailarines conocían a los escritores, los escritores conocían a los artistas, los artistas conocían a los periodistas y a los actores. El dinero no importaba, tampoco el linaje. Para ser parte de este círculo de gente de moda, había sólo dos requisitos: tener un talento original y, sobre todo, no ser aburrido. Covarrubias estaba altamente calificado. Las puertas se abrieron casi automáticamente.

Al Hirschfeld, que dibujaba caricaturas teatrales para el *New York Times* hasta su muerte en 2000 recordó que, “Miguel Covarrubias and I were introduced by Carlo —Carl Van Vechten— shortly after Miguel came to this country, and we took a studio together on 42nd St. [...] (Carl) introduced him to all the important people. Van Vechten would have a dinner party and invite a lot of people that he thought Miguel would like to meet and draw. Later, when Carlo was photographing everybody, he would take their picture and Miguel could draw them. Carlo knew his way around Harlem and New York, and Miguel took care of the rest... He had to be everywhere; he could never just spend an evening sitting down. You would be with him for half an hour and he would say, ‘Let’s go down to the Village,’ or ‘Let’s go up to 52nd St.!', ‘Let’s go to Eddie’s.’ Until two or three in the morning. He had terrific energy and an insatiable appetite for life”.¹ (Cox, B. y Anderson, D.J., 1985; 19-20)

Que un hombre tan energético hubiera aterrizado en la ciudad más activa del mundo es significativo. De los torbellinos nacerían unas de las caricaturas más distintivas del siglo 20. Además de talento, Covarrubias también tenía suerte. Los años 20 eran la época de oro en la caricatura norteamericana. Su espíritu satírico, su insolencia, su originalidad artística, se combinaron para darle un público grande. No era para la elite. Todo el mundo podía apreciar las distorsiones cómicas que transformaron narices en legumbres, ojos en planetas, peinados en paisajes surrealistas. Para el caricaturista, la cara era un blanco. Una cara famosa era un blanco irresistible. ¿Es parte de la naturaleza humana burlarse de sus hermanos? ¿O es parte del espíritu democrático que no tolera que un hombre se crea más importante que otro? Los retratistas favorecen a sus sujetos; los caricaturistas los convierten

¹ “Carlo —Carl Van Vechten— me presentó a Miguel Covarrubias poco después de su llegada a este país y juntos rentamos un estudio en la calle 42 [...] (Carl) lo presentó a toda la gente importante. Van Vechten daría una cena e invitaría a muchas personas a las cuales, en su opinión, Miguel querría conocer y dibujar. Más tarde, cuando Carlo estaba sacando fotografías de todo el mundo, Miguel las usaría para hacer sus dibujos. Carlo conocía Nueva York como la palma de su mano y Miguel se encargó de los detalles [...] Tenía que estar en todos lados; no podía pasar una noche sentado; después de una media hora te diría, ‘¡Vámonos al Greenwich Village!', ‘¡Vámonos a la calle 52!', ‘Vámonos al cabaré de Eddie!’ Hasta las dos o tres de la mañana. Tenía una energía tremenda y un apetito insaciable por la vida.” Traducción del autor. En adelante: T.A.

en payasos o en monstruos. Cualquiera sea la razón, amargura o igualitarismo, la pasión por la caricatura ardía en Nueva York.

En 1924, la ciudad tenía diecisiete periódicos diarios, decenas y decenas de periódicos semanales y revistas para todos los gustos. Muchos de ellos dependían de los titulares impactantes para atizar al lector que se interesaba más en los crímenes neoyorkinos que en los eventos mundiales. Ese mismo año, Walter Winchell, un actor fracasado, se hizo periodista y en las páginas del *New York Evening Graphic* contaba los chismes escandalosos (y no siempre verdaderos) sobre la gente célebre. Según el escritor Ben Hecht, Winchell “escribía como un chofer en un embotellamiento, tocando el claxon”. (Burns, R. Y Sanders, J., 1999; p. 300) Poco importaba. Su columna —titulada “Tu Broadway y el Mío”— era muy popular y rápidamente los otros periódicos la imitaron. Las caricaturas —de las estrellas de teatro, de los políticos, de los gánsteres— eran parte de la receta para fomentar una conmoción en los kioscos donde los repartidores gritaban los titulares más impactantes del día.

Aunque la caricatura no perdió nunca su lado populista, algunas publicaciones trataban la forma con respeto y reconocían sus virtudes artísticas. En las oficinas del diario *The New York World*, Alexander Woolcott, un crítico teatral tan acerbo como rotundo (muchos años más tarde Covarrubias lo pondría en una de sus *Entrevistas Imposibles*), escogía las caricaturas que acompañaban los artículos sobre los artistas y las críticas floridas que él mismo escribía. A partir de 1925, una nueva revista prometedora, *The New Yorker*, usaba las caricaturas para ilustrar sus *Profiles* (*Perfiles*), reportajes extensos sobre los personajes del momento. Los editores también pensaban que una caricatura captaba el espíritu de una obra de teatro mejor que una fotografía. Pero la más prestigiosa de todas las publicaciones era *Vanity Fair*. La revista mensual era sofisticada, inteligente, lista, imprevisible y, sobre todo, elegante. Su circulación era pequeña y no superó nunca 100,000 ejemplares por mes. Pero su influencia era grande. Más que todas las otras publicaciones, *Vanity Fair* encarnaba la libertad, la

excentricidad, las modas y los modales de lo que un escritor llamó “the ballyhoo years” (“los años de bombo y platillo”).

El editor de *Vanity Fair* era Frank Crowninshield, un hombre de cultura vasta. Tenía una personalidad simpática y unas conexiones sociales de primera. Conocía a todo el mundo desde el mago Harry Houdini y Gypsy Rose Lee, la reina del *striptease*, hasta la esposa de Harry Whitney, una mujer riquísima con quien compartía su entusiasmo por el arte moderno. Crowninshield había participado en la organización del famoso Armory Show de 1914 que introdujo el cubismo a los Estados Unidos y más tarde sería uno de los fundadores del MOMA, el Museo de Arte Moderno de Nueva York.

En el primer número de *Vanity Fair*, Crowninsheild explicó su misión: “*Vanity Fair* has but two major articles in its editorial creed: first, to believe in the progress and promise of American life, and, second, to chronicle that progress cheerfully, truthfully. And entertainingly [...] it will look at the stage, at the arts, at the world of letters, at sport and at the highly vitalized, electric and diversified life of our day from the frankly cheerful angle of the optimist, or, which is much the same thing, from the mock-cheerful angle of the satirist.” (Armory, C. y Bradlee, F., 1960; p. 13) ²

Vanity Fair reflejaría las preocupaciones principales del mismo Crowninshield: el arte, el teatro, la poesía (la revista publicó los poemas esotéricos de Gertrude Stein), el *glamour* de Broadway, la vida de los actores y actrices, y el humor. (En un número, les pidió a unas personas famosas que escribieran sus epitafios. Contestó el cómico W.C. Fields, “Aquí está echado W.C. Fields. Preferiría estar viviendo en Filadelfia.”) Las imágenes eran de los mejores fotógrafos de la época: Steichen, Steiglitz, Man Ray. Pero el buen gusto no era suficiente. *Vanity Fair* quería ser innovadora también. Fue la

² “*Vanity Fair* tiene dos premisas en su credo editorial: primera, creer en el progreso y la promesa de la vida norteamericana y, segunda, describir este progreso de un modo alegre y sincero. Y de un modo ameno [...] examinará el teatro, las artes, el mundo literario, los deportes, y la vida vital, eléctrica y diversificada de nuestros tiempos desde el punto de vista francamente alegre del optimista o –lo que es más o menos lo mismo– desde el punto de vista del escritor satírico, que simula la alegría.” T.A.

primera revista importante en reconocer las contribuciones de los negros a las bellas artes y reprodujo cuadros de Dufy, Picasso, Rouault, Laurencin —pintores europeos no conocidos por el público general norteamericano. Y por supuesto, estaban los caricaturistas: Barton, Al Freuh, John Held Jr., William Auerbach-Levy, entre muchos otros. Desde el principio y hasta su muerte en 1936, *Vanity Fair* merecía el adjetivo “smart”, una palabra en inglés que sugiere la inteligencia, el estilo y la sofisticación, al mismo tiempo que indica una falta de pretensión.

Las caricaturas de Covarrubias, hechas en tinta negra, no tardaron en aparecer en los periódicos como *The New York Tribune*, *The New York Herald* y en *Shadowland*, una revista dedicada al cine. Pero la consagración ocurrió al principio de 1924, cuando Crowinshield le dio una página entera en *Vanity Fair* en el número de enero. Bajo el titular, “The Pleasant Art of Caricature, A Pungent Page of Character Studies from the Pen of a Newcomer”³, aparecieron seis dibujos chistosos: de Charles Chaplin, de las actrices Minnie Maddern Fiske y Eva LeGallienne, del crítico Alexander Woolcott y del dramaturgo Avery Hopwood. También Covarrubias incluyó a su nuevo amigo y mentor profesional, Ralph Barton.

Pero había una séptima caricatura en la página, la del joven Covarrubias, dibujado por Barton (Figura 1). Fue la prueba, explicó la revista, de que un caricaturista no está nunca a salvo de otro caricaturista. En el dibujo, Covarrubias tiene cejas gruesas y el cuello de una jirafa; su sonrisa agresiva revela unos dientes parecidos a las teclas de un Steinway. Se mira visiblemente ambicioso y entusiasta.

¿Y por qué no? Tenía 19 años y, según un observador, había hecho su debut en la cima de su profesión.

³ “El arte placentero de la caricatura, una página mordaz de estudios de carácter hechos por la pluma de un recién llegado” T.A.

II. LA NUEVA FAMA

En 1955, cuando Marilyn Monroe era la rubia más conocida del mundo, decidió mudarse a Nueva York y, lejos del artificio de Hollywood, profundizar en su actuación en el Actors Studio. El taller, ya legendario por haber formado actores como Marlon Brando y Kim Stanley, era un templo donde el arte de actuar estaba visto como sagrado y la búsqueda de la verdad psicológica, enterrada en la vida personal del actor, era de primera importancia. La estrella más glamorosa de Hollywood se volvió una estudiante anónima.

Un día, atravesaba Times Square con otro socio del Studio, Eli Wallach; su cabello dorado estaba cubierto por una pañoleta, su cara sin maquillaje y sus ojos azules escondidos tras unos lentes oscuros. Aunque Times Square es el barrio más transitado de Nueva York, nadie la reconoció. De repente, Monroe se quitó los lentes y la pañoleta, y sacudió la cabeza para reacomodarse los rizos. Sus ojos brillaban. Sorprendida de ver a su ídolo, la gente acudió en masa. Aquello era un verdadero pandemonio y Wallach y Monroe tuvieron que refugiarse en un edificio cercano para protegerse de la locura. Wallach se había llevado un susto y estaba un poco alterado.

“Discúlpame —le dijo la actriz a Wallach—, tenía ganas de ser Monroe por un rato.”

La anécdota, contada por Donald Spoto en su biografía de la actriz (Spoto, D., 1993; p. 234), ilustra perfectamente la dualidad de la fama hoy en día. De un lado, está la persona privada, con sus contradicciones y sus complejidades como todo ser humano. Del otro, la imagen seductora, brillante, hipnotizadora, más grande y más sencilla que la vida misma. Monroe, como toda estrella, existía en las dos dimensiones. Algunas veces se refería a la actriz en tercera persona, como “ella”.

Queremos creer que conocemos a la gente famosa. Toda una industria publicitaria alienta nuestra fe. Vemos miles de artículos y programas de televisión que fingen exponer la vida secreta o la vida íntima de una estrella. Pero lo que conocemos es solamente una imagen creada por casualidad, por las circunstancias, o fabricada a propósito para gustar al público.

Eso no es nada nuevo. John Adams, el segundo presidente de los Estados Unidos, reconociendo la necesidad de crear símbolos de unidad en la república joven, comentó que tal vez George Washington no fuera el presidente más grande del país, pero “es cierto que jugaba el papel de presidente mejor que nadie.” (Braudy, L., 1997; 457) Dos siglos más tarde, el actor y dramaturgo inglés, Noel Coward, observó que “It’s all a question of masks, really-brittle, painted masks. We all wear them as a form of protection modern life forces us to. We must have some means of shielding our timid shrinking souls from the glare of civilization.”⁴ (Reaves, W., 1998; p. 131)

Si la fama siempre ha sido un juego de papeles y máscaras, en los años 20, con el desarrollo de las comunicaciones de masa, la radio y el cine, es más evidente que nunca que los personajes públicos participan en una forma especial de teatro. No es por nada que se dice en inglés que los políticos importantes son “players on the world stage” (“actores en el escenario mundial”). Como la máscara de Sganarelle o la de Pagliacci, una imagen distinta les permite a los espectadores identificar a un personaje tan pronto como entra en escena. La sociedad que Covarrubias encuentra en Nueva York está preocupada por la fama y por la necesidad de elaborar una identidad tan original y tan distinta que cualquier hombre de la calle o cualquier ama de casa la reconozca sin dificultad. No tiene nada que hacer con un alma noble o un carácter distinguido. Cuenta más una magnífica melena rubia, una voz chirriante, un cuerpo voluptuoso o una sonrisa cegadora. Eso ayuda a explicar por qué Covarrubias, que tenía tan poco conocimiento de la sociedad

⁴ “De verdad, es una cuestión de máscaras –pintadas y frágiles. Las llevamos puestas para protegernos; la vida moderna nos obliga. Debemos de tener un modo de esconder nuestras almas tímidas y retraídas del resplandor de la civilización.” T.A.

norteamericana y de sus modales, pudo lograr un triunfo rápidamente. El trabajo del caricaturista en este periodo no consistía en revelar las profundidades psicológicas o políticas, sino en exagerar las apariencias. Que Jimmy Durante fuera un cómico delirante o un general despiadado, no importó (fue un cómico de los más originales). Lo que contó desde el punto de vista del caricaturista es que Durante poseía una nariz parecida a una calabaza, orejas como elefante, una mirada traviesa y mechones rojos que sugerían que su cabeza estaba ardiendo. (Todo eso captaría Covarrubias perfectamente en una de las *Entrevistas Imposibles*.⁵)

“It’s not the caricaturist’s business to be penetrating; it’s his job to put down the figure a man cuts before his fellows in an attempt to conceal the writhings of his soul”, explicó Barton.⁶ (Reaves, W., 1998; p. 131) En una década de fiestas y de locura, el deber del caricaturista era el de mirar con agudeza, no el de entender. Todos los juicios eran visuales, no morales.

En este juego de fama, el papel era consciente, si no fríamente calculado. Todo el mundo lo sabía y todos lo aceptaban. “To be a public person, to aspire to recognition of any sort was to become willingly or not, a performer. Not in the old sense of losing oneself in performance, but in a more modern and self-conscious mode of simultaneously playing oneself and standing back and appreciating the show.”⁷ (Braudy, L. 1997; p. 556) Covarrubias podía ser uno de los espectadores; no era necesario que entendiera el funcionamiento de la sociedad ni las fuerzas que habían producido una cara célebre.

⁵ La octava *Entrevista Imposible*, julio de 1932, Jimmy Durante vs. Eugene O'Neill.

⁶ “Ser penetrante no es el reto del caricaturista; su trabajo es burlarse de la fachada que un hombre presenta a sus compañeros para esconder las angustias de su alma.”

⁷ “Ser una persona pública, aspirar a ser reconocido de cualquier manera era volverse, por voluntad propia o no, un artista. No en el viejo sentido de perderse en su número, sino en un modo más moderno y consciente de interpretarse al mismo tiempo que mantenerse aparte, disfrutando el espectáculo con el público.” T.A.

De todos modos, la fama había cambiado muchísimo en los años que siguieron a la guerra mundial. En el pasado la merecían sólo las personas que pudieran reclamar un logro moralmente admirable: un orador inspirado, un presidente sagaz, un músico sublime. Algunos malvados eran conocidos —por ejemplo, Jack, el Destripador y Billy, the Kid— pero su fama era más la infamia. La buena fama, la versión respetable, estaba vinculada con la nobleza del alma, una mente brillante o una conducta ejemplar. Los famosos eran modelos en una sociedad que se decía recta y honorable.

En el ambiente liberado de los años 20, los requisitos eran totalmente diferentes. La edad victoriana con sus beatitudes hipócritas estaba muerta. Para ser famoso, un elemento contaba más que todos los otros: la publicidad. Es decir, la fama era nada más el estado de ser conocido por las masas. No importaba la manera con que una persona había captado la atención del público. Un gángster podía ser tan famoso como un predicador. Perdonaban a la actriz que no sabía actuar, si tenía una personalidad agradable y unos ojos excepcionales. También, hacer algo que nadie hubiera hecho antes era suficiente, aún si era algo tan estúpido como pasar unas semanas sentado encima de un mástil.

“The nature of fame had changed profoundly in just a few generations —según Wendy Rick Reaves, quien en su libro *Celebrity Culture in America* analiza la caricatura de la época mejor que nadie—. Notability was no longer based solely on achievement, heroism, villainy or character. Accomplishment became less important than the extended publicity or reputation generated from it. In addition, the early twentieth century fame was no longer tied to the traditional forms of accomplishment. The baseball hero, the striptease star and the mother of quintuplets could compete with the warrior prince and the theologian in the pantheon of the famous.”⁸ (Reaves, W, 1998; pp. 14-15)

⁸ “La fama cesa de estar basada solamente en un logro admirable, en el heroísmo, en la vileza o en el carácter moral. Un logro admirable era mucho menos importante que la publicidad extensa o la reputación que ella generaba. Además, la fama al principio del siglo 20 no estaba atada a los logros tradicionales. El campeón de béisbol, la estrella del *striptease* y la madre de quintillizas podían competir con el príncipe guerrero o el teólogo por un lugar en el panteón de los famosos.” T.A.

Eso entendió Tablada cuando escribió en *El Universal*, “Aquí todo es ‘business-like’; no se paga el mérito, sino la fama que es producto mundano, que se hace en las playas de moda, en las cenas después del teatro; en el turf [...] a los ciudadanos de este país que siendo colosal materialmente y con muchas grandezas morales, conserva aun la limitación, la pequeñez de la patriotería, del jingoísmo redundantes en cuestiones del arte y de belleza.”. (Tablada, J. J., 30 de noviembre de 1924, p. 36)

La caricatura cambió en consecuencia. La forma acerba que atacaba a los políticos y a los gobiernos —el arte que Covarrubias hubiera conocido en México— no tenía un lugar en esta nueva sociedad de personalidades. Celebrar, no criticar, era el reto. La caricatura era parte del sistema. Había una simbiosis entre el caricaturista y sus sujetos. La persona famosa prestaba su cara y su cuerpo al caricaturista que, burlándose de ellos, ampliaba la fama aún más. Reaves llama a los dibujos que resultaron de este acuerdo implícito “celebrity caricature”. Y la revista que más promocionaba a las celebridades era *Vanity Fair*.

“More than any other contemporary publication —observó Reaves—, “*Vanity Fair* embraced humorous portraits of the famous, promoting new artists and approaches [...] it was a prestigious arbiter of cultural trends. If it was ignored by the great mass of magazines subscribers, it was noticed by influential people in publishing and the arts. As a result, other New York editors heeded Crowninshield’s increasing use of celebrity portraits, Some had already experimented with these drawings, combining them with other comic offerings. But *Vanity Fair* was the first to make modern caricature integral to its urbane mission. By the time it merged into *Vogue* in 1936 the magazine was featuring

stylized portraits on full-page frontispieces and covers, caricature had become part of its identity and advertising campaign.”⁹ (Reaves, W., 1998; p. 131)

Como las celebridades tenían una identidad marcada, también era necesario elaborar una personalidad pública para Covarrubias. “El Chamaco”, que servía en México, no era suficiente para Nueva York. Necesitaba algo más fuerte, algo que contrastara con sus rasgos inocentes. Algo más, ¿por qué no? diabólico. Detrás del ángel era posible imaginar un asesino que mataba con su pluma. Muchos de los títulos que *Vanity Fair* inventó para encabezar sus caricaturas sugieren un ataque o una amenaza: “The Man from Mexico Takes a Passing Shot at our Literati” (octubre de 1924), “Six Deliberately Unfriendly Acts” (enero de 1925), “Six Derisions from a Mexican Pencil” (marzo de 1925) o “Six Shots Fired Across the Rio Grande” (febrero de 1926).¹⁰ Así la revista convirtió a Covarrubias en un bandido artístico. En el número de abril de 1925, *Vanity Fair* lo seleccionó como uno de siete artistas que habían logrado un éxito importante durante el año anterior y dijo que era visto como “el caricaturista más aterrador” del rostro norteamericano. Aún Tablada sumó al mito cuando comparó con un asesinato una caricatura que Covarrubias había hecho del presidente Calvin Coolidge (Figura 2).

Nada podía ser más erróneo. Covarrubias era listo, innovador. Podía hacer reír a los lectores a costa de una celebridad. Pero, ¿destruir, exponer, vilipendiar? La malevolencia no era parte de su temperamento; ni parte de la misión de *Vanity Fair*. Lo que Reaves llama “celebrity caricature” era inofensiva.

⁹ “Más que otra publicación contemporánea, *Vanity Fair* adoptó los retratos humorísticos de la gente famosa, promoviendo a nuevos artistas y nuevos enfoques [...] era un árbitro prestigioso de tendencias artísticas. Si era ignorada por la masa enorme de suscriptores, se hacía notar por personas influyentes en las editoriales y en las artes. Por consiguiente, otros editores neoyorkinos se dieron cuenta de que *Crowninshield* cada mes usaba más retratos de celebridades. Algunos editores ya habían experimentado con estos dibujos, combinándolos con otros artículos cómicos. Pero *Vanity Fair* fue la primera revista en hacer de la caricatura moderna una parte integral de su misión sofisticada. Cuando en 1936 la revista se fundió con *Vogue*, ofrecía retratos estilizados publicados a toda página en los frontispicios y en las portadas; la caricatura era parte de su identidad y de su campaña publicitaria.” T.A.

¹⁰ “El mexicano le pega un tiro a nuestros literatos”, “Seis actos deliberadamente hostiles”, “Seis objetos de escarnio por un lápiz mexicano”, “Seis tiros pegados a través del Río Bravo”. T.A.

No condenaba. No criticaba. Exageraba, sí, pero con algo parecido a la admiración. Más justo, celebraba la extravagancia, la excentricidad, lo raro.

Diego Rivera vio la verdad: “En su arte no hay crueldad viciosa, es todo ironía no corrompida por la malicia, un humor joven y limpio.” (Brown, John L., 1987; p. 21) Añade Mercurio López Casillas, “Al concluir la Revolución mexicana y con el gobierno de Alvaro Obregón, los pasquines políticos de oposición fueron rápidamente censurados, y por temor de represalias, los caricaturistas firmaron con sobrenombres. Cuando Covarrubias empezó no había gran porvenir en la caricatura política, por lo cual él y sus contemporáneos se refugiaron en otros géneros, como la ilustraciones de libros, revistas e historietas, el humor blanco, la publicidad, el retrato y la caricatura de celebridades.” (Sánchez, A., 2005; p. 104) Covarrubias no continuó en Estados Unidos la tradición salvaje de Posada u Orozco. Al contrario, pasmado por la fiesta perpetua de dinero y de estilo que encontró en Nueva York, quería participar. Sus dibujos eran su pasaporte en esta sociedad. La sátira tenía que ser amable. Y lo es. Provoca una sonrisa, no el desdén.

Después de la muerte de Covarrubias en 1957, Elena Poniatowska, entonces una periodista joven, entrevistó para el diario *Novedades* a unos amigos íntimos del caricaturista. El editor Octavio Barreda le hizo un comentario revelador: “La naturaleza de Miguel lo empujaba hacia la vida aristocrática. Se hizo, como lo dije, un fífi completo. Visitaba a los Vanderbilt, a Nelson Rockefeller, a los Whitney, en fin a todos los ricos de Nueva York. Era muy popular y en cierta forma, el piloto de todas esas personas que buscan diversiones. Andaba entre aquellos sofisticados que van a los barrios bajos vestidos de frac y de esmoquin, que con sonrisa llena de condescendencia se codean con los que se divierten de veras. Pero como Miguel era dibujante, en medio de toda esta superficialidad tremenda, hacía dibujitos.” (Poniatowska, E. 2004; p. 57)

No es una exageración decir que Covarrubias se volvió de repente una de las mascotas de lo que Crowninshield llamaría “*Café Society*” —una mezcla de ricos, de intelectuales, de artistas y de escritores que se reunían en los restaurantes elegantes de la ciudad y que siempre estaba a la búsqueda de novedades. Covarrubias tenía una personalidad abierta, mientras sus orígenes le daban un cierto exotismo. Era joven. Seguramente encontró la aprobación de esta sociedad muy halagadora.

Como caricaturista no quería ser adulator, pero el *fifí* no podía permitirse perder la amistad de las personas más seductoras y poderosas del país. Tal vez el logro más fino de Covarrubias es el equilibrio delicado que mantenía en su trabajo. Sus caricaturas se burlaban, pero no herían a sus sujetos. Como en muchos casos tomaban como punto de partida la imagen que la celebridad misma ya había establecido, sus caricaturas eran vistas como una confirmación, no como una crítica, de la fama. Por esta razón, ser dibujado por Covarrubias era visto por muchos como uno de los símbolos de éxito.

Es muy evidente aún hoy. No había nada del misántropo en el artista. Daumier, Goya y Grosz no podían esconder su horror por la raza humana. Covarrubias no podía disfrazar su encanto. Hay una alegría de color y de forma que redime aún las caricaturas de tales monstruos como Stalin y Mussolini. Durante los años 20 y 30, los dibujos de “El Chamaco” reflejan la felicidad y el placer que tomaba de la diversidad humana, aún cuando el mundo mismo estaba sumergido en la oscuridad.

“De cada gente —dijo el doctor Raoul Fournier, otro de los amigos al que entrevistó Poniatowska—, tomaba el defecto principal o la deformación física más importante y caricaturizaba así al individuo. Por ejemplo, a José Juan Tablada se lo comían las cejas. La técnica de Covarrubias consistía entonces en destacar las cejas. Probablemente al lado y bajo la influencia de Diego.” (Poniatowska, E., 2004; p. 126) Pero esa es la táctica básica de toda caricatura. Lo importante es *cómo* el caricaturista exagera. Covarrubias lo hizo

con un contorno fuerte, el uso atrevido del color negro, sombras hechas de pequeñas líneas o puntas repetidas (las cuales, según algunos críticos mexicanos, se inspiraban en los diseños geométricos del arte prehispánico) y de contrastes enérgicos. Todo eso se ve fácilmente en la caricatura de Tablada (Figura 3): las cejas negras que son como las alas de un zopilote y que se enfatizan por los arcos repetidos en el frente; el diseño cuadrado que le cubre la barbilla, y las tres curvas dramáticas que sirven para indicar la papada. ¿Los tres dientes protuberantes no serían los de un conejo?

La cabeza es reveladora. No es redonda, sino cuadrada. Eso sugiere la otra característica importante del arte de Covarrubias: la influencia de las vanguardias. Sin sacrificar la identidad de su sujeto, incorpora en sus dibujos elementos del cubismo, del futurismo, del expresionismo, dándoles un aspecto ultramoderno. Su caricatura de Picasso, la que es dominada por un solo ojo grande, está construida como un cuadro del maestro mismo (Figura 4). Aún más audaz es su caricatura de Paul Whiteman, el director de orquesta muy popular conocido tanto por su música *swing* como por su peso enorme. Covarrubias representa su cabeza en la forma de un gran huevo, sentado sobre un moño negro y dos triángulos también negros, que son sus hombros descomunales. En el centro del huevo se ven algunas líneas y formas casi abstractas que parecen estar tomadas de un cuadro de Kandinsky. No tienen nada de realista. Pero se leen fácilmente como los rasgos del director gordo, perdidos en el mar de carne (Figura 5).

Según Reaves, “Covarrubias moved away from the flat linear simplicity of unmodeled features toward a resolute plasticity. Unlike his predecessors, however, he achieved a three-dimensional quality [...] with a characteristic shading of sharp tapered lines, evoking the repetitive gouges of woodcut prints. In his 1925 drawing of Irving Berlin, for instance, the spiky lines define instantly the deep-set eyes (Figura 6) [...] Covarrubias shaded all the caricatures with sharp little spines, achieving quite different effects in each one. The tapering lines give compact, muscular form to the athletic body of Jack Dempsey, while

just beneath him, they spread out into the gracefully splayed fingers and swaying grass skirt of Florence Mills [...] The technique gave a clean, geometric look to the picture, modeling and shading his shapes without sacrificing the strength of black and white contrast.”¹¹ (Reaves, W., 1998; p. 168)

Su estilo —masculino, vigoroso y atrevido— atrajo el ojo del lector inmediatamente. Por eso, Barton, tal vez el admirador más entusiasta de Covarrubias, dijo que sus dibujos eran directos, honestos y sin tonterías “como un bebé o una montaña”. Si Covarrubias necesitaba más pruebas de su éxito en este país tan lejos geográfica y espiritualmente de México, el destino le ofreció una en el verano de 1925, cuando la editorial prestigiosa Knopf publicó *“The Prince of Wales and Other Famous Americans”*, una colección de 66 caricaturas de Covarrubias. Aparecer en una revista era una cosa pasajera. (Con el periódico de hoy se envuelve la basura de mañana, como dice un refrán popular.) Pero un libro dura. Es uno de los artefactos básicos de la civilización. Implica un valor que las revistas y los periódicos no confieren.

“The Prince of Wales” fue todo un éxito. Por supuesto el título era irónico. La mayoría de las caricaturas variadas son de norteamericanos como Willa Cather (escritora), Jack Dempsey (boxeador), Mary Pickford (actriz del cine), George Gershwin (compositor), Rudolph Valentino (actor y galán número uno del país), Fred and Adele Astaire (bailarines), Eugene O’Neill (dramaturgo) y Fannie Brice (cómica). Pero también Covarrubias incluyó unas personalidades internacionales como el mismo Príncipe de Gales (el soltero más cotizado de los años 20), Tablada, Picasso, Igor Stravinsky y Plutarco Elías Calles. La última página era reservada al “asesino”, una caricatura que Covarrubias hizo de sí mismo.

¹¹ “Covarrubias abandonó la sencillez plana y lineal y desarrolló una plasticidad audaz. A diferencia de sus predecesores, logró una apariencia de tres dimensiones con un sombreado característico hecho por líneas nítidas y afiladas que evocan las ranuras repetitivas de los grabados. En su dibujo de Irving Berlin del año 1925, por ejemplo, las líneas puntiagudas definen instantáneamente los ojos hundidos [...] Covarrubias sombreaba todas las caricaturas con pequeñas espinas agudas logrando efectos muy diferentes cada vez. Las líneas afiladas dan una forma densa y compacta al cuerpo atlético de Jack Dempsey mientras, abajo, forman los dedos de Florence Mills extendidos con gracia, y sugieren la oscilación de su falda de rafia [...] La técnica imparte al dibujo una apariencia nítida y geométrica modelando y sombreando las formas, sin sacrificar la fuerza del blanco y negro.” T.A.

En la introducción el escritor Carl Van Vechten contó las circunstancias de su primer encuentro con Covarrubias en Nueva York. “From the beginning I was amazed at his ability to size up a person on a blank sheet of paper at once: there was a certain clairvoyance in this. I had believed, hitherto, that it was necessary for a caricaturist to study his subject for some time before he touched pen to paper. Covarrubias, at least so far as his own work was concerned, effectively demolished this belief [...] His caricatures almost invariably go deeply behind the mere sculptural formation of the face. They are often a complete criticism of a personality. Moreover, the artist does not depend on ridiculous collocations of figures or witty captions, in the manner of Max Beerbohm, for his effects. His arrangement of the lines of the face alone tells the story, occasionally, it must be admitted, a cruel story.”¹² (Covarrubias, M., 1925; preface)

El libro fue muy admirado por los críticos, aunque unos describieron las caricaturas como “quirúrgicamente crueles” o “de un parecido, que por ser terrible, aterra” —prolongando así su reputación de un ser sin piedad. En la crítica que escribió para el *New York Herald Tribune*, Barton observó que “some of the drawings in this book are good. The rest are superb. They [...] will stand being looked at a thousand times.”¹³ (Williams, A., 1994; p. 45) Pero Barton también articuló algo que los otros no habían entendido: Covarrubias no se preocupaba del alma secreta, ni de los sueños escondidos, de sus sujetos. Él se limitaba a lo que veía, a lo que todo el mundo podía ver, es decir, a la fachada. Tal vez, explicó Barton, tras bambalinas Coolidge se considerara como un sátiro rodeado por ninfas. No importaba. Lo que debió interesar al

¹² Desde el principio, su capacidad para evaluar a una persona de repente y la de reproducir sobre una hoja en blanco me llenó de asombro: hay en eso una cierta clarividencia. Hasta entonces, había creído que era necesario que un caricaturista estudiara a su sujeto por un rato antes de poner su pluma sobre el papel. Con su propio trabajo, Covarrubias destruyó eficazmente esta creencia [...] Casi siempre sus caricaturas penetran detrás de la forma física de la cara; muchas veces son una crítica completa de una personalidad. Por otra parte, el artista no depende de las disposiciones ridículas de las figuras ni de las leyendas chistosas, como Max Beerbohm, para lograr sus efectos. El solo arreglo que hace de las líneas de la cara cuenta la historia, a veces, debemos admitirlo, una historia cruel.” T.A.

¹³ “Algunos dibujos en este libro son buenos. Los otros son magníficos [...] merecen ser vistos mil veces. T.A.

caricaturista —y lo que Covarrubias nos mostró— era al presidente como aparecía delante de los ciudadanos, un hombre sumamente anodino.

Otra vez, vale la pena escuchar a Reaves: “The flaws that he (Covarrubias) exploited —Calvin Coolidge’s boring demeanor, Eugene O’Neill’s gloominess, Will Rogers corniness— were an integral part of each one’s celebrity. Such minor defects added animating, distinctive elements to a personality. In exaggerating those traits, therefore, he was reinforcing public image rather than diminishing character. He could be witty and irreverent without causing offense; celebrity reputations remained intact.”¹⁴ (Reaves, 1998; p. 176)

Por eso, también, esas celebridades se convirtieron fácilmente en sus amigos. Aún Van Vechten, que conocía a todo el mundo, notó en su introducción al *“Prince of Wales”*: “At the present time, Miguel Covarrubias is about as well known in New York as it would be possible for any one to be. In fact, when I desire to meet any celebrated person nowadays, my instinct suggests at once that Covarrubias is the man who can most easily manage the introduction.”¹⁵ (Covarrubias, M., 1925; preface)

La ironía es mínima. A pesar de su reputación por ser tan feroz, Covarrubias tenía pocos enemigos. Es más probable que la gente de quien se burlaba tuviera solamente elogios para él.

¹⁴ Las imperfecciones que explotó Covarrubias —el comportamiento aburrido de Coolidge, la melancolía de Eugene O’Neill, la cursilería de Will Rogers— eran parte integral de la celebridad de cada uno. Estos defectos insignificantes daban elementos vivos y distintivos a una personalidad. Al exagerar estos rasgos, Covarrubias estaba reforzando una imagen pública y no disminuyendo el carácter. Podía ser chistoso e irrespetuoso sin ofender; la reputación de las celebridades seguía intacta. ” T.A.

¹⁵ “En este momento, Miguel Covarrubias es tan conocido en Nueva York como podría serlo cualquiera. De hecho, cuando quiero conocer a una persona famosa hoy en día, mi instinto me dice de inmediato que Covarrubias es el hombre que más fácilmente puede hacer la presentación.” T.A.

III. DESCUBRIENDO UN MUNDO EXÓTICO

En el número de diciembre de 1924, *Vanity Fair* publicó dos páginas de dibujos de Covarrubias que revelaban a los lectores lo que la revista llamaba “El Nuevo Negro”. El texto hablaba exclusivamente del mundo del espectáculo y no de la sociedad en general, que quedaba estrictamente segregada. Pero, declaró, los viejos estereotipos —la “*mammy*”, la sirvienta gorda que salía de la plantación cantando canciones de cuna, y el portero sonriente que trabajaba en los ferrocarriles y bailaba tap alegremente— estaban muertos. Había emergido una nueva generación de artistas, individuos tan vivos y tan contemporáneos como “tu vecino”. Supuestamente los ocho dibujos de Covarrubias representaban el florecimiento de este nuevo negro, tal como aparecía en los teatros de Broadway y en los cabarés exóticos que animaban la vida nocturna de Nueva York. Aquí, vistos por primera vez en una revista blanca importante, estaban los galanes y los dandis, las bailarinas y las coquetas como “That Teasin’ Yalla Gal” (Figura 7). No solamente los dibujos llamaban mucho la atención, sino que marcarán un hito en la carrera fulgurante del caricaturista todavía tan joven: Miguel Covarrubias había descubierto Harlem.

Él fue introducido a este sector de la ciudad por Carl Van Vechten, el mismo novelista y crítico que ya lo había presentado a la intelectualidad neoyorkina. Van Vechten estaba fascinado por la cultura negra —como lo estaría más adelante Covarrubias— y conocía a los escritores y a los artistas, quienes eran parte del renacimiento de Harlem, la explosión de las artes negras durante los años 20. No había mejor guía al barrio que Van Vechten y no había explorador más intrépido que Covarrubias.

En aquel entonces Harlem abarcaba unos cincuenta cuadros al norte del parque central en la isla de Manhattan. Al principio del siglo, miles de negros habían emigrado al norte de los Estados Unidos, huyendo de la injusticia y buscando en Nueva York el trabajo y la dignidad que les faltaban en los estados sureños. Al mismo tiempo, la extensión del metro había provocado

un frenesí de construcción en los barrios norteños de la ciudad. Los negros necesitaban viviendas; las viviendas necesitaban inquilinos. Así nació Harlem.

En 1921, unos 100 mil negros ya habían echado raíces; hacían de Harlem una de las comunidades negras más grandes del mundo y el capital incontestable de los negros norteamericanos. Por supuesto, se estaba más seguro en un grupo grande, pero también la fermentación creativa era un imán poderoso. Según un dicho popular entre los habitantes, “I’d rather be a lamppost in Harlem than the governor of Georgia.”¹⁶ Ahí se encontraban más de sesenta iglesias, dos periódicos negros, doctores negros, abogados negros, hombres de negocios negros, la oficina original de la National Association for the Advancement of Colored People (NAACP) y 123 cabarés, incluso el Cotton Club, Savoy Ballroom, Small’s Paradise Club y el Kit Kat Club, que eran famosos en el mundo entero. En estos establecimientos los clientes podían escuchar nuevas formas de música, el jazz y el blues, tocadas por músicos como Louis Armstrong, Fats Waller y Duke Ellington, o cantadas por estrellas como Ethel Waters, Florence Mills y Josephine Baker; mirar los bailes más energéticos del país; y beber hasta el amanecer. Admite Mary Love, la heroína ingenua de *Nigger Heaven* —la novela de Carl Van Vechten, asombrosa en su día, que pinta los estratos sociales del barrio negro—: “Harlem es una meca más o menos. De cierta manera es una ventaja ser negro. Cierto que no es una limitación en el teatro, sino es casi una virtud”. (Van Vechten, 1926; p. 49) Para los negros, Harlem, ubicado en el corazón de una ciudad blanca y no en las afueras escuálidas, significaba la libertad; para los blancos, una visita nocturna a Harlem era toda una aventura —excitante, tentadora, de moda. Entre los que frecuentaban el Cotton Club, que tenía las coristas más exquisitas de la ciudad, estaban Charlie Chaplin, Harold Lloyd, el financiero Otto Kahn (todos caricaturizados por Covarrubias) y la heredera, Gertrude Vanderbilt Whitney (quien promovería la obra del mexicano). El escritor negro, James Weldon Johnson, una de las figuras más destacadas del Renacimiento de Harlem, describió el ambiente así: “A visit to Harlem at night —the principal streets

¹⁶ “Preferiría ser un farol en Harlem que el gobernador de Georgia”. T.A.

never deserted, gay crowds skipping from one place of amusement to another, lines of taxicabs and limousines standing under the sparkling lights of the entrances to the famous nightclubs, the subway kiosks swallowing and disgorging crowds all night long— gave the impression that Harlem never sleeps and that the inhabitants thereof jazz through existence.”¹⁷ (Hirschfeld, 2004; p. 14)

Covarrubias estaba encantado por el espectáculo y contaba entre sus amigos a los autores y artistas negros más eminentes; desde el poeta Langston Hughes hasta el rey del blues, el músico W. C. Handy. Su biógrafa, Adriana Williams, afirmó en *Covarrubias: 4 Miradas* (homenaje que marcó el centenario del nacimiento del caricaturista) que “De muchas maneras, Harlem resultaba familiar a Covarrubias. Era un primo hermano del sector bohemio de México en el que Miguel había crecido. Ambos eran lugares de reunión para intelectuales, artistas y personalidades del momento, y durante el periodo en el que Miguel los conoció eran centros de un renacimiento espiritual con la búsqueda del yo elemental. Se trataba de una exploración de raíces para ambos grupos étnicos.” (Sánchez, A., 2005; p. 56)

Al Hirschfeld observó que, “Once Miguel became involved with the Harlem Renaissance he had a good reason for never being at the studio. If you wanted him for something important, he could be found uptown, attending some performance or sitting in a nightclub making hundreds of sketches.”¹⁸ (Williams, 1994; p. 38) La bailarina Rose Rolanda, con quien Covarrubias se casaría en 1930, recordó a Miguel en esta época como poseído por el deseo de dibujar: “Le encantaba sentarse en una mesa y dibujar a todas las gentes que veía a su alrededor. Hacía miles y miles de apuntes.” (Poniatowska, 2004; p. 73)

¹⁷ “Una visita nocturna a Harlem –las calles principales nunca desiertas, masas de gente alegre brincando de un lugar de entretenimiento a otro; filas de taxis y limosinas esperando debajo de las luces brillantes de las entradas a los cabarés famosos; las salidas del metro tragando y vomitando muchedumbre durante toda la noche- daba la impresión de que Harlem no duerme nunca y de que los habitantes del barrio viven una fiesta interminable”. T.A.

¹⁸ “Una vez que Miguel se involucró en el renacimiento de Harlem, tuvo una buena razón para nunca estar en el estudio. Si tú lo necesitabas para algo importante, lo encontrabas en Harlem asistiendo a una función o sentado en un cabaré ocupado en hacer cientos de dibujos.” T.A.

Cuando se acababa el papel, usaba las servilletas, los menús o las cajas de cerillas para anotar sus impresiones de un mundo tan fugaz como inolvidable.

Alentado por el éxito de *“Enter the New Negro”*, Covarrubias siguió dibujando a menudo a los habitantes de Harlem y *Vanity Fair* siguió publicando, página tras página, las caricaturas animadas. *“The Increasing Vogue of the Negro Revue on Broadway”* (febrero de 1925) capta a los bailarines negros, los brazos en jarras, los piernas despatarradas. *“Every Gesture Tells a Story”* (noviembre de 1925), un estudio de las diversas formas de baile en Nueva York, incluye a los negros bailando jubilosamente el charleston y el cakewalk (Figura 8). *“New York’s Brown Strutters, Colourful and Coloured”* (abril de 1927) muestra a cinco de las bailarinas negras de Harlem, echando chispas, mientras que *“Dark Denizens of Harlem’s Haunts”* (junio de 1927) es una galería chistosa de tipos que se encuentran en los cabarés: el mesero, la cantante, el jugador, la borracha.¹⁹

Más sorprendentes desde el punto de vista artístico son *“New York’s Negro Types Observed by Our Artist”* (octubre de 1927), seis dibujos que tienen una pureza y una elegancia de línea que recuerdan a Matisse (Figura 9). Es incontestable: Covarrubias estaba hipnotizado por la expresividad de los negros. Es como si al dibujarlos su pluma se hiciera más fluida, más libre. ¿Se identificaba con ellos? Lo cierto es que apreciaba lo desenfrenado, lo exuberante, lo extrovertido de esta sociedad, geográficamente tan cerca del mundo blanco de Manhattan, pero espiritualmente tan lejos.

En su columna “New York de día y de noche” publicada en *El Universal* el 30 de noviembre de 1924, Tablada ya había aclamado a Covarrubias como “El hombre que descubrió a los negros en los Estados Unidos”, añadiendo que el mexicano veía “la belleza en donde nadie la había visto”. Comparó a

¹⁹ Los titulares y las leyendas que acompañaban a los dibujos usan un vocabulario que hoy sería francamente racista. Adjetivos como “coloured”, “brown”, “dark”, “dusky” —otras palabras para “negro”— han sido abolidos de la lengua corriente. Aún “negro” y “black” han sido sustituidos por “Afro-American”.

Covarrubias con “el gran Durero” y opinó que “su negro viejo y triste es tan respetable como el Rey Lear, como Job.” (Tablada, J. J., *El Universal*, 30 de noviembre de 1924, p. 36) Covarrubias cosechó aún más loas en 1927 cuando, cuatro años después de su llegada a Nueva York, apareció en las librerías su segundo libro de caricaturas, “*The Negro Drawings*”. El volumen reunía más de cincuenta dibujos de los negros de Harlem, de los cuales la mayoría ya había sido publicada por *Vanity Fair*. Sin embargo, al verlos en un solo libro eran aún más evidente la virtuosidad del artista y la dimensión de su talento. Además de los sujetos familiares —los bailarines, los meseros, los cantantes, los pastores y sus fieles— había unos guaches de mujeres desnudas y de muchachas cubanas. “These works have the stamp of genius”²⁰, escribió en el prefacio Ralph Barton quien, hasta su suicidio en 1931, seguía celebrando a su rival. (Covarrubias, M., 1927; preface) Frank Crowninshield contribuyó al libro con una introducción que era igualmente elogiosa hablando de su *protegé*, como si ya fuera uno de los artistas más destacados del siglo. “The subjects for the sketches in this volume were picked at random from the welter of coloured life in New York —dijo en lo que es una verdadera apología—. “In all of them we feel not only humor, truth and a mastery of three-dimensional form (no draughtsman of our time is better able to indicate mass and cubical content), but a rarer quality, which, for want of a better word, we may call ‘aliveness,’ a feeling of actuality, plus a rhythmic, almost sensuous movement. In many of these portraits a deep sympathy is evident, in some of them a touch of pathos.”²¹ (Covarrubias, M., 1927; preface)

En una entrevista que le dio al editor Marcet Haldeman-Julius en 1926, Covarrubias admitió que empezaba a interesarse en el negro por pura casualidad, después de haber recibido una comisión para dibujar uno de los

²⁰ “Estas obras tienen la impronta del genio.” T.A.

²¹ “Los sujetos de los dibujos en este tomo fueron escogidos al azar del mare mágnam de la vida negra en Nueva York. En todos, damos cuenta no solamente del humor, de la verdad y del dominio de la forma tridimensional (ningún dibujante de nuestra época puede indicar mejor la masa y el volumen cúbico), sino una calidad más rara, lo que por falta de una palabra mejor podemos llamar ‘lo vivo’, una impresión de realidad, más un movimiento rítmico y casi sensual. En muchos de estos retratos una compasión profunda es evidente; en algunos, un toque de patetismo”. T.A.

cabarés de moda, *El Club Alabam*. “The more he studied the Negro, the more interested he became in drawing him —escribió el editor en un artículo largo, publicado en enero de 1927—. “Covarrubias was not, you see, hampered by all sorts of misconceptions about this race. He saw the many varied types of modern colored folk not as they used to be or as popular conception believes them to be, but as they are. He has spent many hours, he tells me, studying both private and public collections of Negro sculpture and in studying the Negro as he is to be found in all his many phases in Harlem [...] ‘I don’t consider my Negro drawings caricatures,’ he explained. ‘Most of them are studies. They are —well— they are drawings. A caricature is the exaggerated character of an individual drawn with a satirical purpose. The Negro drawings, you see, are done from a more serious point of view.’”²² (Haldeman-Julius, M., 1927; pp. 61-62)

Es verdad que los dibujos negros comunican un sentido de movimiento extraordinario (Figura 9). Mejor que todos los caricaturistas de los años veinte, Covarrubias sabía expresar con unas líneas sencillas la esencia de un baile, el sonido de un instrumento de música y el timbre de la voz humana. (Sólo Al Hirschfeld estaba a su altura.) También es verdad que los dibujos negros son maravillosamente vivos. Pero decir, como Carlos Monsiváis, que estas “obras fueran un auténtico esfuerzo por mostrar y dignificar a las personas afro-americanas” (Sánchez, A. 2005; p. 181) es malentender la naturaleza de los estereotipos raciales en los Estados Unidos. Lo que pareció digno en 1927 puede ofender en 2007. El énfasis de Covarrubias sobre ciertas características —los labios gruesos, los ojos saltones, las nalgas prominentes, las sonrisas expansivas que exponen los dientes grandes (algunas veces de oro)— conspira para perpetuar una imagen, si no denigrante del negro, por lo menos estereotipada. La literatura popular, el teatro y aún el cine reafirmaban la

²² “Mientras más estudiaba al negro, más se preocupaba por dibujarlo. No se veía obstaculizado, como se ve, por los tipos de ideas falsas sobre esta raza. Vio a las diferentes clases de gente negra moderna, no como fueron alguna vez o como las que imagina la concepción popular, sino como son. Él me dice que ha pasado muchas horas estudiando la escultura negra en colecciones públicas y privadas; también estudiando todas las variedades de negros que se encuentran en Harlem [...] ‘No creo que mis dibujos negros sean caricaturas’, explicó. ‘Son, bueno, son dibujos. Una caricatura es la personalidad exagerada de un individuo dibujado con un objetivo satírico. Los dibujos negros están hechos desde un punto de vista más serio.’” T.A.

creencia de que los negros constituían una raza feliz, siempre cantando o bailando para olvidar la gravedad de la existencia y la miseria de sus vidas. Eran, según el prejuicio del día, como “niños”.

Seguramente Covarrubias no compartía este prejuicio. Pero sus dibujos de negros extáticos, perdidos en el frenesí del baile, pavoneándose en las avenidas de Harlem, o gritando ¡aleluya! en las iglesias, sugieren una raza dominada por las emociones, una idea que hoy en día sería rotundamente rechazada. En su defensa se puede decir que Covarrubias conocía sobre todo los mundos del teatro y del cabaré, en donde prevalece un comportamiento desenfrenado. Sin embargo, es difícil ver la dignidad en un dibujo de un chofer viejo de coche de caballos, durmiendo —sus manos enormes en el regazo, su barbilla sobre el pecho— mientras espera a un cliente (Figura 10). ¡Holgazán! habría gritado un observador blanco en los años veinte. (La pereza era el otro pecado de los negros, según el prejuicio popular.) De hecho, algunos líderes negros estaban molestos por los dibujos negros. “Covarrubias unintentionally initiated new stereotypes, as he challenged old ones,”²³ cree Wendy Wick Reaves. (Reaves, W., 1998; p. 178)

Bernard F. Reilly, Jr., admira profundamente los dibujos negros al mismo tiempo que reconoce, también, que resultan profundamente racistas; “—not in a prejudiced sense, but in a manner of sympathetically and matter-of-factly perceiving certain cultural and racial characteristics first, and the individual second— of seeing the individual primarily as a type or a manifestation of his culture or breeding [...] In his ‘Negro Drawings’, Covarrubias was as guilty as his colleagues of typifying rather than individualizing his subjects.”²⁴ (Cox, B. y Anderson, D.J., 1985; p. 35)

²³ “Covarrubias involuntariamente creaba estereotipos nuevos, mientras cuestionaba los viejos.” T.A.

²⁴ “No en el sentido prejuiciado, sino en una moda de ver, con simpatía y toda naturalidad, primero ciertas características culturales y racistas, y segundo al individuo—, de ver la persona sobre todo como un tipo o una manifestación de su cultura o de su educación [...] En sus ‘Dibujos Negros’, Covarrubias era tan culpable como sus colegas de tipificar en lugar de individualizar a sus sujetos.” T.A.

Lo que salva a Covarrubias de los cargos de racismo es la inocencia de su corazón. Pero Reilly hace una distinción importante, cuando habla de “tipos” e “individuos.” Para *Vanity Fair* Covarrubias hizo los dos: caricaturas de personas específicas y de tipos generalizados. “This is Really Paris” (septiembre de 1927) muestran a unos franceses (*le garçon, le gendarme, le curé, la fleuriste*) como existen sobre todo en la imaginación popular. “A Tour of Northern Africa” (febrero de 1928) es una galería estereotípica de mujeres veladas; vendedores de alfombras sentados sobre el suelo con las piernas cruzadas; la bailarina de vientre con su mirada oscura y sensual. Aquí está todo lo previsible: turbantes, camellos, bigotes, joyas, y un ambiente de misterio peligroso. Casi todos los alemanes que Covarrubias dibujó en “*Happy Days in Berlin*” (marzo de 1928) son gordos y severos (Figura 11). Aun se burló de sus compatriotas en “*Our Southern Neighbor, México, in Movie and Reality*” (enero de 1927), que contrasta la visión burda de Hollywood con la realidad. Si tales dibujos son chistosos, son superficiales. Tratan de lo general, no de lo singular y el buen caricaturista se preocupa de lo particular. La cara excepcional lo inspira, no la cara típica.

Es por eso que Covarrubias produce sus mejores obras cuando examina a las personalidades idiosincrásicas. El hombre de la calle, el negro, o el francés, o el mexicano genérico resultan ser mucho menos interesantes en su dibujos. Uno solamente tiene que comparar una caricatura de cualquier músico con su caricatura de Louis Armstrong para saber la diferencia.

Por todo el éxito que Covarrubias lograra durante los años veinte, sus caricaturas maestras se encontrarán en los años treinta. No solamente las *Entrevistas Imposibles* diseccionarán con brillo a las celebridades más conocidas del país, sino expondrán con igual exactitud el sistema que las producía.

El arquitecto alemán Miles van der Rohe dijo que, “Dios está en los detalles”. La caricatura también. Como se verá.

IV. DEL BOOM A LA QUIEBRA

Los rascacielos simbolizaban los anhelos colectivos de los neoyorkinos. Como los edificios, que cada mes se elevaban más altos, así crecía la sed de la gente por la celebridad. Los Estados Unidos eran el primer país en el mundo moderno en creer que cualquier persona podía hacerse más grande que la vida y ser visto desde abajo, como a los rascacielos, con sobrecogimiento. Los rascacielos parecían salir de un sueño, el mismo sueño que decía que la fama, el estado más alto en el desarrollo de la humanidad, estaba al alcance de todos. Según algunos, este sueño funcionaba como un tónico, dando energía y poder a la ciudad. Pero también era como una droga, impidiendo que la gente viera la realidad. Los años 20 fueron un periodo de auge sin precedentes. Sin embargo, tantas luces, iluminando la noche como un sol abrasador, resultarían cegadoras. Nadie pensaba que una fiesta tan divertida, tan brillante, pudiera terminar.

Según Burns y Sanders, “By 1927, the craving for celebrity had reached fever pitch in New York —and to feed the public’s increasingly insatiable appetite for sensation, the city’s immense publicity engine seemed to have fused into a single, continuously operating machine— and the city itself to have become a giant stage for one mass-media frenzy after another.”²⁵ (Burns, R. y Sanders, J., 1999; p. 354).

El vuelo de Charles Lindberg a través del océano Atlántico, la muerte de Rudolph Valentino, el estreno de *The Jazz Singer*, la primera película hablante, todo era un pretexto para una celebración, un gran desfile o, en el caso de los funerales de Valentino, un verdadero motín. El *New Yorker* describió Nueva York como un “gimnasio de celebridades”, metáfora que implica el olor malsano del sudor y de la lucha. (Burns, R. y Sanders, J., 1999;

²⁵ “En 1927, el fervor de la celebridad ya se había adueñado de Nueva York —y para satisfacer el apetito por las sensaciones fuertes, cada vez más insaciable, la inmensa máquina de publicidad de la ciudad parecía haberse convertido en un motor solo que funcionaba constantemente— y la misma ciudad se había convertido en un escenario gigante para un espectáculo frenético tras otro de los medios de masa.” T.A.

p. 357) El alcalde, James J. Walker, conocido por su apodo Jimmy, iba a la cabeza.²⁶ Había sido actor y compositor (escribió la canción “*Will you love me in December as you do in May*”) antes de ser elegido alcalde en 1925. Guapo, encantador, un galán irresistible, estaba en sintonía perfecta con la ciudad y su estilo frívolo de vivir. Walker era muy popular —no por ser un buen político, sino por ser un *bon vivant* incondicional. Pasaba más tiempo en los teatros y los cabarés que en su oficina municipal y dijo famosamente que despertarse y acostarse en el mismo día era pura locura. Adoraba a las celebridades y su pasatiempo favorito consistía en regalarles las llaves de la ciudad. La diferencia entre el *show business* y la política, como la practicaba Walker, era minúscula.

En octubre de 1927, Walker asistió a las *Ziegfeld Follies*, un gran espectáculo encabezado por Eddie Cantor, un cómico famoso por sus ojos asustados. El plato fuerte de la noche era la imitación que hacía Cantor del alcalde, distribuyendo desesperadamente llaves de la ciudad.²⁷ Los espectadores ya estaban divertidos, cuando el mismo alcalde se levantó y empezó a bromear con Cantor. El aplauso se volvió ensordecedor. Este fue el tipo de encuentro que encantaba a los neoyorkinos: la celebridad frente a su facsímile. Era como un juego de espejos, un duelo de gente famosa, un mano a mano o, mejor dicho, un *cara a cara*. ¿En donde se encontraba la verdad? Era obvio que Cantor estaba burlándose del alcalde, pero Walker sabía burlarse de sí mismo. “El alcalde” ya era un papel que jugaba a la perfección. ¿Quién de los dos era el mejor actor?

Más que el alcohol prohibido, la fama era el afrodisíaco de la época y su búsqueda la vocación de toda una sociedad. La caricatura no hizo nada para corregir esta demencia. Al contrario, la promovía. De repente la teoría clásica de Henri Bergson sobre la risa se encontraba patas arriba. Al final del siglo precedente Bergson había postulado que, “Les attitudes, gestes y

²⁶ Walker es el sujeto de la *Entrevista Imposible* publicada en diciembre de 1932. Su reino como alcalde ya había terminado por ser corrupto y su reputación estaba desacreditada. Covarrubias lo compararía con el rey Alfonso XIII de España, destronado en 1931.

²⁷ En seis años regaló casi 300 llaves, según un informe.

mouvements du corps humains sont risibles dans l'exacte mesure où ce corps nous fait penser a une simple mécanique.”²⁸ (Bergson, H., 1940; p. 22) La sobrevivencia de la especie humana —añadió— depende de su capacidad de adaptación, de su *flexibilidad*. Cuando vemos a un oso en el bosque, o cambiamos nuestro camino (es decir, nos adaptamos a las nuevas circunstancias) o el oso disfruta de una buena comida. La persona que no es capaz de cambiar es como una máquina, repitiendo los mismos gestos, pensando los mismos pensamientos, reaccionando siempre de la misma manera. Es un autómatas, dijo Bergson, un objeto, una cosa, que pone en peligro a la sociedad. La risa es el castigo de esta sociedad, una forma de protección.

La ley de Bergson explica mucho. Explica por qué los personajes de Molière son cómicos (el avaro piensa solamente en su dinero hasta ignorar las realidades de su familia). Explica por qué el joven que tartamudea nos hace reír (las palabras que salen de su boca se parecen a los sonidos emitidos por un coche que no quiere arrancar). Explica por qué un hombre gordo, atravesando una calle llena de tránsito provoca la risa (en una situación peligrosa, no camina como una persona, sino anda como un pato). También, la ley de Bergson se aplica al trabajo del caricaturista que nos muestra la cara humana como máscara, como una cosa congelada, reducida a su forma más elemental. Desde el punto de vista de Bergson, la caricatura nos habla de la cosificación del ser; en lugar de expresar muchas características, nos revela nada más una —la sensualidad, la estupidez, el egoísmo. Tal vez la cara real ya no tiene esta forma rígida. Sin embargo, el caricaturista entiende los estragos que hace el tiempo y se da cuenta de la transformación futura, inevitable. En este sentido la caricatura es profética, una advertencia. La risa que inspira no es generosa; es crítica, aun implacable. Es mucho lo que está en juego y la sociedad no perdona fácilmente.

²⁸ ¡Las actitudes, los gestos y los movimientos del cuerpo humano son chistosos en la medida exacta de que nos hacen pensar en una simple máquina.” T.A.

Pero la sociedad neoyorkina de los años veinte no pensaba en sobrevivir, sino en disfrutar. La caricatura de la época reflejaba esta preocupación con lo brillante, lo sorprendente, lo divertido. Si Covarrubias tenía una conciencia social, la reprimió. Era parte del *establishment*, uno de los privilegiados, y su éxito dependía de su acceso a los poderosos. (Es exagerar mucho verlo como defensor de los derechos de los negros. Les brindaba su amistad y su aprecio, pero es la misma admiración, basada en la estética, que Covarrubias les tendría también en los años treinta a los balineses.) Por muchos siglos la caricatura había servido como arma en México —y Covarrubias conocía la tradición— pero en Estados Unidos él usaba la caricatura como una tarjeta de visita. Después de todo, nadie compró *Vanity Fair* para reírse de la gente de moda; la compraron para saber quién (y qué) estaba de moda.

No le faltaban a la época asuntos importantes: las repercusiones de la guerra mundial, las luchas sociales, el nacimiento del comunismo, los debates sobre el papel del artista en un nuevo orden social, una economía recalentada, la amenaza del fascismo. “It is fascinating to see how little of this manifested itself in the work that Miguel Covarrubias published in the *New Yorker* and in *Vanity Fair* [...] To be sure, there were a few echos of the world in both magazines, as in the memorable ‘Impossible Interview’ between John D. Rockefeller and Josef Stalin in *Vanity Fair*,²⁹ but for the most part the economic and political struggles of the period, and even the intellectual disagreements, are put aside in Covarrubias’s work, as in the contributions of others to these journals.”³⁰ (Cox, B. y Anderson D.J., 1985; p. 11).

²⁹ En el número de abril de 1932.

³⁰ “Es fascinante ver cómo tan poco de todo eso se manifestó en la obra que Miguel Covarrubias publicó en el *New Yorker* y en *Vanity Fair* [...] Es verdad que había algunos ecos del mundo exterior en ambas revistas, como la ‘Entrevista Imposible’ memorable entre John D. Rockefeller y Josef Stalin, pero en la mayoría de los casos las luchas económicas y políticas de la época, y aún las discusiones intelectuales, son dejadas de lado en la obra de Covarrubias, así como en las contribuciones de otros a estas revistas.” T.A.

Covarrubias no ignoró la política. Pero si se identificaba con los izquierdistas mexicanos, contaba también entre sus amistades a unos capitalistas norteamericanos poderosos. (Una crónica excelente de sus amistades mexicanas en Nueva York es *The Covarrubias Circle*, editado por Kurt Heinzelman.) Su obra, en contraste con la de Diego Rivera, evita toda referencia al proletariado, a la lucha de clases y a los pecados del capitalismo. Como artista, Covarrubias no tenía una visión política, sino teatral. Se había apasionado por el teatro popular durante su adolescencia en México y guardó esta pasión toda su vida.³¹ Al llegar a Nueva York, descubrió un paraíso teatral. En ese entonces el teatro era todavía un entretenimiento para las masas —el cine y la radio estaban aún en pañales— y las estrellas de Hollywood no habían destronado a las de Broadway. Casi de inmediato, Covarrubias se encontraba en una sociedad de actores y dramaturgos. (Frecuentaba los cabarés de Harlem con Eugene O'Neill, el dramaturgo más eminente del país y un bebedor legendario.) En 1926, el *New Yorker* le pidió que dibujara regularmente caricaturas de las varias obras de teatro, un trabajo que hizo hasta a mediados de los años treinta. Generalmente estos dibujos muestran a los actores principales en un momento dramático, más algunos detalles del decorado para dar una idea del ambiente. Mae West, ahogada en diamantes, es comparada (¡lógicamente!) con un cisne voluptuoso en el dibujo para “Diamond Lil” (Figura 12). En esta comedia de 1928, West, la dueña de un bar de mala fama, se enamoraba de un capitán del Ejército de Salud que a último momento revela ser un detective. La pareja más distinguida del teatro, Lynn Fontanne y Alfred Lunt, se abrazan bajo la mirada severa de Helen Westley (cuyos ojos son espirales) —la interpretación de Covarrubias de “Reunion in Vienna,” un éxito masivo de 1931 (Figura 13).

Es importante notar que en cada caso los actores están interpretando un *papel*. El encanto de Mae West venía del hecho de que ofrecía al público

³¹ En agosto de 1938, Covarrubias editó un número especial de *Theater Arts*, la revista teatral más importante de los Estados Unidos. El número entero fue dedicado al teatro en México. En un artículo titulado “Slapstick and Venom”, Covarrubias escribió con afecto sobre la tradición de la tanda y de la carpa en su propio país. También contribuyó con una caricatura de un cómico joven llamado Cantinflas que acababa de rodar su primera película.

una parodia de la mujer seductora. The Lunts (como se llamaba la pareja) eran conocidos por ser representantes del gran estilo. Nadie en la vida real hubiera podido ser tan elegante, tan sofisticado, tan majestuoso. Los tres eran criaturas de puro teatro. Muy pronto, Covarrubias se acostumbraría a distinguir entre el papel y el actor. Entendió que es el papel, el que le da al actor su estatura, su personalidad. Los espectadores no iban al teatro para ver a la verdadera Mae West, sino a una persona mítica, la maestra del *double entendre*, la vampi que siempre estaba bromeando —¿o no?

Lo que es tan evidente en el teatro también es característico de la vida cotidiana. Cualquiera que sea nuestra profesión, todos nosotros interpretamos papeles. Shakespeare lo dijo famosamente en “*As You Like It*”, cuando comparó al mundo con un escenario. Si esta verdad no era parte de la sensibilidad artística de Covarrubias al principio, el teatro neoyorkino se la enseñó. Es el punto de partida de casi todas sus caricaturas maduras. Al fin, Covarrubias tenía una visión del mundo en que cada persona, desde el banquero de Wall Street hasta el policía en Harlem, desempeñaba un papel. Por eso, su crítica de la sociedad no se puede llamar política ni sociológica, sino algo más básico. Somos criaturas de artificio, dicen sus caricaturas. Escondemos lo más íntimo de nuestro ser. Confiamos en la máscara, en la réplica bien dicha, en el gesto revelador. Somos actores. Y los actores fingen.³²

No solamente Covarrubias, sino la ciudad misma estaba viviendo en un globo a punto de reventarse. Había signos de que el *boom* económico no podía continuar, aunque nadie quería reconocerlos. Con casi diez años ininterrumpidos de prosperidad y locura, Nueva York se había ganado el apodo

³² Covarrubias fue no solamente un observador del teatro neoyorkino, sino también un participante. En 1925, diseñó la escenografía para “*Androcles and the Lion*”, producida por el Theatre Guild, la compañía más prestigiosa y más activa de Broadway. La comedia de George Bernard Shaw examina la amistad entre un cristiano inocente y el león al que se encuentra primero en el bosque, después en el coliseo de Roma. El bosque que imaginó Covarrubias era una selva tropical, explotando de colores vivos. Su versión del coliseo romano y los alrededores salía de un cuento de hadas. A la mayoría de los críticos le gustó el estilo ingenuo de Covarrubias y el *New York Times*, en un artículo publicado el 13 de diciembre de 1925, anotó que nunca había visto nada parecido en Nueva York. El decorado para “*Androcles*” fue el más complicado que creó Covarrubias en Nueva York, aunque también contribuyó con telones de fondo para “*The Garrick Gaities of 1925*” y para “*La Revue Negre*”, el célebre espectáculo musical que hizo una estrella de Josephine Baker, cuando se estrenó en París en 1927.

de “Babylon on the Hudson”³³ —una referencia a la ciudad antigua conocida por la riqueza y la lujuria de sus habitantes. La realidad era más brutal. A mediados de 1929, el desempleo estaba subiendo rápidamente; las ventas de los coches estaban bajando y en los grandes almacenes se daban cuenta, mes tras mes, de que menos gente participaba del gran pasatiempo norteamericano: ir de compras. En el oeste y el sur del país más y más campesinos apenas llegaban a fin de mes. Sólo en Wall Street, la calle de los millonarios, reinaba un clima de optimismo, sobre todo en agosto de 1929 cuando el *Dow Jones* llegó a un punto jamás alcanzado. Pero fue un espejismo. El choque vino dos meses más tarde, en octubre, cuando la Bolsa colapsó.

“On the morning of Thursday, October 24 —Black Thursday— \$9.5 billion in paper value was wiped out in two hours, as brokers shouted themselves hoarse, panic ruled on the floor, and hysterical visitors in the gallery were removed by the police. But even that loss was dwarfed by the disaster on the following Tuesday, October 29, or Black Tuesday —when 16 million shares of stock were dumped, and the United States lost more capital than it had spent in all of World War I.”³⁴ (Burns, A. y Sanders, J., 1999; p. 373) Hombres de negocios que habían sido millonarios se encontraban de repente sin dinero; algunos preferían suicidarse saltando desde las ventanas de los rascacielos en Bajo Manhattan. Los ciudadanos ordinarios quedaban aturdidos. Nadie sabía lo que prometía el futuro, pero una verdad era clara: el *Jazz Age* había terminado y la década de los treinta iba a ser mucho más austera.

Corey Ford, que escribiría los textos para las *Entrevistas Imposibles*, recordó que “Overnight, the saxaphones stilled. The Black Bottom halted in

³³ “Babilonia a orillas del Hudson.” El Hudson es un de los dos ríos que rodean a Manhattan.

³⁴ “En la mañana del jueves 24 de octubre —el Jueves Negro—, \$9.5 mil millones en valores fiduciarios habían sido borrados en dos horas, mientras los corredores de bolsa gritaban hasta enronquecer; el pánico reinaba en el parqué y los policías sacaban de la galería a los visitantes histéricos. Pero aún esta pérdida fue eclipsada por el desastre del martes siguiente, el 29 de octubre —o el Martes Negro—, cuando 16 millones de acciones fueron liquidadas, y los Estados Unidos perdieron más capital del que habían gastado durante toda la primera guerra mundial.” T.A.

mid-swing, the laughter was stifled. The climate of the Thirties was more serious, more responsible. The stock market crash, the depression years, the bank closings had jolted the country out of its complacency. Hitler was already casting his long, chill shadow across the decade. And there was an increasing sense of tension, of foreboding.”³⁵ (Ford, C., 1967; p. 218) También la vida de Covarrubias sería afectada. Pero dos eventos conspiraron para protegerlo del impacto devastador de la Depresión. El 28 de abril de 1930, se casó con Rosemonde Cowan, una bailarina norteamericana que había tenido mucho éxito en Broadway como Rose Rolanda. Era una mujer bella e inteligente, que provocaba la admiración de todos los que la conocían. En mayo, los recién casados abordaron un carguero junto con la actriz Claudette Colbert y su esposo. Su destino: la isla de Bali. Covarrubias no estaba listo para abandonar la caricatura, pero los días y las noches que había pasado en Harlem le despertaron el deseo de explorar otras culturas exóticas. Todos los informes hablaban de la isla remota como un paraíso y Covarrubias quería verla antes de que desapareciera. Aunque no lo supiera en ese momento, el caricaturista iba a convertirse en etnólogo. (El proceso inteligentemente contado e ilustrado por Adriana Williams y Yu-Chee Chong, en el libro *Covarrubias in Bali*.)

La pareja no estaba decepcionada por lo que encontró en Bali. Ambos empezaron a estudiar la cultura a fondo —Covarrubias haciendo miles de dibujos y apuntes, Rosa sacando fotografías. Él, además, aprendió el malayo, el idioma local y se les ocurrió escribir un libro sobre este lugar tan luminoso. La visita se prolongaría hasta que el dinero se agotara. En agosto de 1931, Covarrubias y su esposa regresaron a Nueva York, donde *Vanity Fair* acogió al artista calurosamente y le propuso más proyectos. Para Crowninshield, Covarrubias era todavía una de las estrellas de la revista a pesar de su ausencia larga.

³⁵ “De la noche a la mañana, los saxofones se quedaron quietos. El Black Bottom se paró a media vuelta, se ahogó la risa. El clima de los años treinta era más serio, más responsable. El colapso de la bolsa, la depresión y la quiebra de los bancos habían sacudido al país, obligándolo a abandonar su autocomplacencia. Hitler ya estaba proyectando su larga sombra fría hacia la década. Y crecía una sensación de tensión, de aprehensión.” T.A.

Durante la extendida luna de miel Nueva York había cambiado mucho. También Covarrubias. No era un joven ingenuo, hipnotizado por las luces y las celebridades. (Las luces tenían menos brillo ahora y las celebridades le parecían más ficticias.) Era entonces un artista maduro; ya estaba pensando en otros retos, en otros horizontes, en su regreso a Bali, en el libro que escribiría. Pero primero tenía que dedicarse a las *Entrevistas Imposibles*, la serie que confirmaría su reputación como el caricaturista más perspicaz de su generación.

V. LAS PRIMERAS ENTREVISTAS IMPOSIBLES

El país que Covarrubias encontró al regresar de Bali no fue el mismo que había dejado hacía más de un año. El *crack* había estropeado la fiesta y la pobreza se manifestaba por todos lados. Un cuarto de los obreros no tenía trabajo. En Nueva York fue peor. Una de cada tres personas estaba sin empleo. La ciudad contaba con 29 mil fábricas, pero en 1930 cerraron 10 mil. La bolsa había perdido nueve décimos de su valor. Y una nueva institución había aparecido: la *breadline*, la fila de los pobres que esperaban la distribución gratis del pan que no se había vendido el día anterior. Los bailes de los años veinte habían sido sustituidos por maratones —competencias masoquistas que exigían que los participantes bailaran por días sin descansar. Los mendigos vivían en chozas improvisadas en Central Park y a orillas de los ríos East y Hudson. Estas agrupaciones de miseria se llamaban “Hoovervilles” —en honor del presidente Herbert Hoover que no sabía cómo solucionar el desastre.

Para algunos, los privilegiados, la vida social continuaba. En 1932, el fotógrafo de moda Cecil Beaton escribió, “‘This year you will find...,’ they had said, ‘that most people’s savings have gone pfft.’ But it matters little, really. The poverty is only comparative. The hey-hey spirit prevails, and there are enough signs of festivities —the parties. Mrs. George Baker gave three dances during one week for her daughter [...] Mrs. Fair Vanderbilt has never been busier. And there are enough small parties, with cold turkey and champagne, to keep any boy out late any night of the week.”³⁶ (Hall, C., 1984; p. 60) Pero su optimismo era ciego, desaprensivo. El país sufría.

Vanity Fair reconocía la nueva realidad e incluyó temas más serios en la revista, pero al mismo tiempo no quería (y no podía) abandonar su identidad

³⁶ “ ‘Este año, tu descubrirás...,’ han dicho, ‘que los ahorros de la mayoría de la gente se han evaporado.’ De verdad, importa poco. La pobreza es más o menos comparativa. La alegría prevalece y hay bastantes signos de festividades —las fiestas. La Sra. George Baker dio tres bailes en una semana para su hija [...] Nunca la Sra. Fair Vanderbilt ha estado tan ocupada. Y hay bastante fiestas pequeñas, con pavo frío y champaña, para que un joven se desvele cualquier noche de la semana.” T.A.

como una revista de estilo y entretenimiento. La caricatura, que había sido uno de los encantos de la revista en los años veinte, seguiría siendo su distintivo. La diferencia estaría en los sujetos. Como la revista se había burlado de los actores y las celebridades de la cultura popular, se burlaría ahora de los políticos nacionales e internacionales. "As the editors plotted their strategies for the future of the magazine, they decided to refocus on celebrity caricature, which had been so successful in the early and mid-1920s [...] Caricaturists, the editors felt, by simply applying their witty stylizations to more statesmen, economists, and international leaders would suggest the magazine's new political and global point of view. With the addition of color and fresh stylistic approaches, these portraits would also enhance the magazine's updated design. The editors, therefore, with boldness and confidence, introduced in the early 1930s a revitalized form of caricature unmatched by any other journal."³⁷ (Reaves, W., 1998; p. 212)

Por lo menos, fue ese el plan.

Las *Entrevistas Imposibles* nacieron de este mismo deseo de renovar la caricatura para una década menos frívola. Dibujos chistosos de actores guapos o de autores egoístas, no eran suficientes. La depresión necesitaba una visión más sombría; una que explotara algo más que el *glamour* extravagante de los ídolos del momento. La sátira amistosa seguía divirtiendo, pero parecía irrelevante, aun irresponsable. Los caricaturistas, incluso Covarrubias, tenían que afilar el cuchillo.³⁸

³⁷ "Mientras los editores formulaban sus estrategias para el futuro de la revista, decidieron enfatizar la caricatura de las celebridades, la cual había sido tan exitosa al principio y a mediados de los años veinte [...] Los editores pensaban que los caricaturistas, al aplicar sus estilizaciones chistosas a más políticos, más economistas y más autoridades internacionales, sugerirían el nuevo punto de vista político y global de la revista. Con el uso del color y de enfoques estilísticos frescos, estos retratos también subrayarían el diseño modernizado de la revista. Entonces con audacia y confianza, los editores introdujeron al principio de los años treinta una forma de caricatura vigorizada que no sería igualada por ninguna otra revista." T.A

³⁸ Covarrubias era uno de tres caricaturistas contratados por *Vanity Fair* para renovar la caricatura. Los otros dos eran el norteamericano William H. Cotton y el italiano Paolo Garretto.

La inspiración original fue la de Frank Crowninsheild que en 1931 propuso la idea básica de las *Entrevistas*. Fue muy sencilla. Cada entrevista representaría un encuentro de dos personas muy conocidas por el público, pero que no se conocían entre sí, ni tenían nada en común, aparte de la fama. Es poco probable, por ejemplo, que Noel Coward, autor inglés de comedias sofisticadas y acerbadas, haya dedicado mucho tiempo a Will Rogers, el humorista de Oklahoma, que pretendía no saber nada aparte de lo que había leído en los periódicos. Es aún menos probable que la fecunda señora Dionne, quien dio a luz a quintillizas, anduviera en compañía de Margaret Sanger, defensora incansable del control de la natalidad. Pero se encontrarían y platicarían en las *Entrevistas Imposibles*. Como lo explicó Carlos Monsiváis: “Lo que Dios separa, el caricaturista congrega.” (Sánchez, A., 2005; p. 166)

Crowninshield le encargó a Covarrubias que dibujara en colores vivos los encuentros insólitos. Corey Ford, un escritor humorístico y crítico literario que usaba el seudónimo de John Riddell, se ocupó del diálogo que acompañaba al dibujo. Ford ya admiraba mucho el talento de Covarrubias y le llenó de alegría el contraste entre la cara angelical del caricaturista y lo diabólico de sus caricaturas. En *The Time of Laughter*, Ford describe a Covarrubias así: “Miguel was one of America’s most penetrating and ruthless caricaturists, a quiet little Mexican with the dimpled face of a cherub and innocent brown eyes that were as misleading as Mrs. Parker’s demure smile. Miguel carries a concealed dirk in his sleeve, which he used with deadly effect.”³⁹ (Ford, C., 1967; p. 81)

Los dos ya habían colaborado con éxito. En 1928, Ford, usando su seudónimo, había publicado una colección de sus parodias literarias, *Meaning No Offense*, para la cual Covarrubias hizo las ilustraciones de autores tan eminentes como Theodore Dreiser y Sinclair Lewis (Figura 14). (Otras dos

³⁹ “Miguel era uno de los caricaturistas más penetrantes y más despiadados en los Estados Unidos –un mexicano pequeño y tranquilo con hoyuelos en su cara angelical y con ojos pardos e inocentes, que eran tan engañosos como la sonrisa recatada de la señora Parker [la escritora Dorothy Parker, también parte del equipo de *Vanity Fair*]. Miguel lleva una navaja escondida en su manga que usó con una eficacia mortal.” T.A.

colaboraciones siguieron —*The John Riddell Murder Case* en 1930 e *In the Worse Possible Taste* en 1932.) El trabajo de Covarrubias dejó eufórico a Ford; en un correo, escrito después de la publicación de *Meaning No Offense*, explicó que: “No te escribí antes para felicitarte por las estupendas caricaturas que hiciste para *Meaning No Offense*, porque se suponía que la identidad de John Riddell era más o menos secreta. Pero acabo de ver la caricatura de Joan Lowell⁴⁰ que hiciste, y si eso no es auténtico genio, no sé qué podría serlo. La cosa es perfectamente soberbia. Todo el éxito que el libro de Riddell haya podido alcanzar se debe a ti en gran medida.” (Sánchez, A., 2005; p. 45)

La admiración que uno tenía por el otro facilitaría el trabajo sobre las *Entrevistas Imposibles*. Ambos eran escépticos —atraídos por el brillo de la fama, pero conscientes de todas sus trampas y sus engaños. Ambos tenían un sentido agudo de lo ridículo y, con la bendición de Crowninshield —amigo de muchos de los sujetos de las entrevistas y también un icono social respetado— estarían bien protegidos. No tenían miedo de ofender.⁴¹

La primera entrevista —entre Aimée Semple McPherson, una predicadora extravagante (por no decir engañosa), y Mahatma Gandhi, el apóstol nacional y religioso de India— apareció en *Vanity Fair* en su número de diciembre de 1931. El dibujo de Covarrubias prometía un encuentro surrealista y ya subrayaba lo absurdo, que sería característico de la serie entera (Figura 15). Las piernas cruzadas, las manos juntas, los ojos cerrados, Gandhi está sentado sobre un techo frágil de bambú —la encarnación misma de la impasibilidad espiritual. Los ojos son magnificados por sus lentes redondos y parecen dos medialunas. Su oreja izquierda, la única que podemos ver, podría ser la de un paquidermo. Las arrugas profundas en su frente (este hombre piensa mucho) tienen eco en las costillas de su torso descarnado (este hombre come poco). La cabeza pulida y calva, los brazos como palillos y la sonrisa

⁴⁰ Lowell, cuyos libros contaban sus aventuras alrededor del mundo, tuvo mucho éxito a pesar de que, según muchos críticos, ella inventó los episodios más dramáticos.

⁴¹ Eso, a pesar del título del libro de Riddell, *Meaning No Offense* (*Sin ánimo de ofender*).

beata —todo indica que no es una criatura de nuestro planeta. Más bien, es un antepasado ensimismado de ET u otro visitante extraterrestre. De hecho, en el fondo de la caricatura hay una cadena de montañas triangulares cubiertas de nieve. Al ubicar a Gandhi a la derecha en la parte superior del dibujo, al mismo nivel que las montañas, Covarrubias da la impresión de que el techo es una alfombra mágica y de que Gandhi, flotando en el aire, acaba de llegar.

Abajo a la izquierda está McPherson, una mujer de ambiciones fuertes tan conocida por su estilo llamativo como por sus matrimonios múltiples. Ella está sermoneando a Gandhi. Una mano agarra la Biblia, otra está levantada en un gesto acusativo. Covarrubias usa una serie de triángulos (el brazo izquierdo de McPherson, los dedos de su mano derecha, el moño de su vestido) para comunicar el temperamento agresivo de esta mujer. Sus dientes son los de un castor. Está gritando, pero Gandhi no le hace caso. El diálogo no es diálogo, sino monólogo de McPherson que habla sin interrupción, mientras que Gandhi escucha (o no escucha) los consejos de la evangelista que quiere comunicar su receta para el éxito, uno de los temas recurrentes de las *Entrevistas Imposibles*. “I’ve got it all figured out, Mahatma —le dice a Gandhi—, do what I tell you, kid, we’ll stack ‘em in the aisles [...] It’s like taking Gandhi from a baby.” Recibida en silencio, McPherson sigue con un análisis de la personalidad, poco atractiva en su opinión, de Gandhi. “In the first place, Mahatma, you haven’t got appeal. That’s what you need to put your act over in America! Passive resistance never makes the tabloids, like a good kidnapping. A new husband is worth more space than all our economic problems.” Ya sabe McPherson lo que interesa a las masas y consigue publicidad en los periódicos —sexo, escándalo y un buen vestuario. Le propone a Gandhi una alianza: “Let’s you and me combine! You bring ‘em in. I take ‘em over! If you could preach like me, and I could dress like you, we’d fill the Angelus Temple every day.”⁴² (El juego de palabras —“Gandhi” en lugar de “candy”— es muy

⁴² “Entiendo cómo funcionan las cosas, Mahatma. Haz lo que te digo, chavito, y los pasillos estarán llenos de gente [...] Es tan fácil como tomar los dulces de un bebé. En primer lugar, no tienes ningún atractivo. ¡Es lo que necesitas para impresionar en Estados Unidos! La prensa popular nunca se interesa en la resistencia pasiva, sino en un buen secuestro. Un esposo nuevo merece más espacio que todos nuestros problemas económicos [...] ¡Entonces

amado por Ford, que no deja pasar una oportunidad para burlarse de los apellidos famosos.)

Lo ridículo del texto es igual a la exageración visual. Ford y Covarrubias iban a hacer una buena pareja. Sylvia Navarrete concluyó que, “*Las Entrevistas Imposibles*, las escenografías más extravagantes y sutiles que hiciera Miguel Covarrubias de la actualidad, constituyen secuencias narrativas completas cuyo enfoque cómico visual se conjuga con el juego de los diálogos. La risa deriva de lo absurdo de la situación y del acomodo verbal de los antagonismos culturales e ideológicos personificados por cada una de las figuras representadas.” (Navarrete, S., 1987; p. 35)

Cada mes aparecería otra pareja tan extraña como la anterior. Mientras más improbable, más divertido. El único requisito: la fama, tan querida por los ambiciosos como por el público. Pero desde la primera entrevista se expresó un tema que sería una constante en la serie: la fama no es un estado exaltado, sino un número de circo, un papel de vodevil, un artificio teatral. Es lo que McPherson llama sin rodeos, “an act”. La fama no se gana, sino se construye consciente y deliberadamente para atraer a la gente. Es parte del espectáculo que es la vida pública. Sin el *show* —las gesticulaciones y los gritos de McPherson— la rectitud de Gandhi no vale un bledo. Por eso, la evangelista propone una colaboración; él predicará como ella, mientras que ella llevará puesto su taparrabos. McPherson no expresa los ideales exaltados de la religión, sino la filosofía pragmática del *show business*, que mantiene cínicamente que si uno quiere tener éxito, hay que darle al público lo que el público exige.

Los valores tradicionales han sido invertidos. Hay una jerarquía de fama y los que tienen mucha valen más que los que tienen menos. En el mundo de las *Entrevistas Imposibles*, es totalmente normal que Albert Einstein,

juntemos nuestras fuerzas! Tu atraes al público. Yo lo cautivo. Si tú pudieras predicar como yo lo hago, y yo pudiera vestirme como tú, llenaríamos el Templo Angelus todos los días.” T.A.

el científico destacado, consultara con Evangeline Adams, el equivalente en su día de Walter Mercado, aunque está olvidada hoy. El encuentro se ve en la segunda *Entrevista Imposible*, la de enero de 1932 (Figura 16). El científico extiende la mano a la astróloga, una abuelita dulce con un collar de perlas (y un búho sobre el hombro) para que ella le haga una lectura. “You were born to be a poet, Mr. Einstein —le dice—, but I see by your horoscope that your means of livelihood is an earthly one, a business dealing with facts. You are an earth-bound soul, *poor* Mr. Einstein.”⁴³

Tenemos que imaginar su pequeña voz dulce, cuando ella le revela que está enterrado en lo prosaico y lo llama “pobre señor”. Lo que nos capta la atención es la estupefacción de Einstein, que parece haber sido electrocutado. Su frente es un mar de arrugas; sus ojos, dos canicas. Y su pelo, la melena de un león atontado.

Con la misma confianza de McPherson, Howard Chandler Christy, un pintor kitsch, le informa a Pablo Picasso que ganaría más dinero si pintara mujeres bonitas con bellas piernas redondas. “I always make a sale,” dice en la tercera entrevista (Figura 17).⁴⁴ El éxito es el éxito. No hay un éxito malo. Lo malo es fracasar. Covarrubias hizo por lo menos dos parodias del estilo cubista de Picasso y su manera de convertir lo vivo en lo geométrico. (La más conocida es parte de “Art in the Image of Gloria Swanson”, en que el caricaturista retrata a la actriz al estilo de cinco pintores modernos, incluso Picasso.)⁴⁵ También la tercera entrevista incorpora elementos tomados de la obra del maestro. Con su medialuna de pelo negro brillante, un solo ojo negro grande y una boca representada por dos líneas paralelas verticales y una línea horizontal fuerte, Picasso podría ser el hermano de las *Demoiselles d’Avignon*.

⁴³ “Naciste para ser poeta, señor Einstein, pero veo en tu horóscopo que tu manera de ganar la vida es terrenal, un negocio que se trata de hechos. Tu alma está pegada a la tierra, pobre señor Einstein.” T.A.

⁴⁴ “Siempre vendo (mis cuadros).” T.A.

⁴⁵ Aparece en *Vanity Fair* en el número de marzo de 1930. Los otros cuatro pintores a los que Covarrubias imita son Modigliani, Matisse, De Chirico y Marie Laurencin.

Christy tiene una nariz piramidal y una barbilla cuadrada. Sobre todo, la disposición de formas (el caballete de Christy, las solapas y los puños de su camisa, los círculos concéntricos de la playera roja y blanca de Picasso, aun la vela triangular de un barco en el horizonte) refleja las preocupaciones del cubismo sintético. Tampoco se debe dejar pasar que Covarrubias no muestra el cuadro de Christy, sino el de Picasso que es un hombre de palotes, ¡como hacen los niños! (No es la primera vez que Covarrubias se burlará amablemente de las vanguardias.)

En la quinta entrevista, la sátira de repente se vuelve ácida. El encuentro entre John D. Rockefeller Senior y Josef Stalin, dos zorros hambrientos, muestra una virulencia poco habitual en la obra de Covarrubias. Rockefeller había acumulado una de la fortunas más grandes en la historia de la humanidad; Stalin ya era uno de los dictadores más implacables. Pero el enfrentamiento entre el capitalismo y el comunismo revela que no son tan diferentes. Los monopolios de uno y “el plan de cinco años” del otro causan en sus países respectivos lo que Rockefeller llama “character-building deprivations”⁴⁶. En ambos casos, la población está resignada. “Take it from me, —dice Stalin con un aire de suficiencia—, “They take it.”⁴⁷

Aunque Stalin sea un hombre robusto (con su uniforme verde se parece a una estatua oxidada) y Rockefeller un anciano totalmente gris (él tenía 93 años en 1932), Covarrubias, dibujando a los dos de perfil, subraya las semejanzas. Un triángulo grande transforma la nariz de cada uno en hocico. La piel de Rockefeller es una verdadera telaraña de arrugas y el lujurante bigote negro de Stalin, un verdadero arbusto. Sin embargo, los ojos —el de Stalin, una astilla; el de Rockefeller, un pequeño diamante— revelan la complicidad entre ellos. Las miradas de estos titanes se conectan. Ellos se entienden, se aprecian. En signo de amistad, Rockefeller le da a Stalin una moneda por

⁴⁶ “La miseria que fortalece el espíritu humano.” T.A.

⁴⁷ “Créame, ellos lo soportan.” (Otro juego de palabras que depende de los sentidos diferentes del verbo “to take”.)

haber restaurado su fe en la naturaleza humana. A pesar de tantas diferencias, son hermanos espirituales construyendo sus imperios sobre la espalda torcida del pueblo.⁴⁸

Otro político no aparece en las entrevistas sino hasta el número de agosto de 1932, cuando el presidente Herbert Hoover se encuentra con Jim Landis, un luchador exitoso conocido como “el griego dorado” (Figura 18). Hoover, el chivo expiatorio de la depresión económica, tenía una reputación de ser frío e indiferente con los problemas de los pobres. Le admite a Landis que su futuro político no luce bueno y que necesita ayuda. El dibujo de Covarrubias es un juego astuto de triángulos, desde la luz amarilla que cae como lluvia desde arriba y el traje azul de Landis, hasta la pequeña nariz de Hoover y el pecho musculoso del luchador, que es el triángulo más impresionante de todos. También el ring está visto como otro triángulo que Covarrubias inclina hacia adelante, introduciendo así el fondo en el primer plano, una técnica que hace pensar en Cezanne. La composición, aunque sencilla, es sofisticada y fuerte.

Hoover tiene la forma de una colilla enorme. Como hizo en su caricatura de Paul Whiteman, Covarrubias concentra los rasgos del presidente en el centro de su cara rosada, dándole la apariencia de un niño berrinchudo. Landis comparte con Hoover su receta para ganar (“cansar a tu adversario”), pero no sirve para nada. De hecho, Hoover sería derrotado rotundamente por Franklin Roosevelt en las elecciones presidenciales tres meses más tarde.⁴⁹

En una sociedad de máscaras, es inevitable que florezca la hipocresía. El tema ocurre repetidamente en las entrevistas: la máscara esconde la cara; la imagen distorsiona la realidad; la verdad cuenta menos que la diversión. A partir de los años veinte, la población se había acostumbrado a aceptar la

⁴⁸ Los que quieren ver antecedentes mexicanos en las caricaturas de Covarrubias señalan que el retrato de Rockefeller es similar al que hizo Diego Rivera en “El banquete”, uno de los murales que pintó entre 1923 y 1925 para la Secretaría de Educación Pública en la ciudad de México.

⁴⁹ La misma caricatura de Landis ya había aparecido en el *New Yorker* del 5 de marzo de 1932. También Covarrubias había usado la caricatura de Hoover con pocos cambios para la portada de *Vanity Fair* en octubre de 1931. Sin embargo, al juntarlas, el caricaturista intensifica la psicología. Ante la presencia del luchador colosal, Hoover es todavía más el bebé petulante.

hipocresía como una parte inevitable de la vida. Hasta 1933, la ley prohibía el consumo de bebidas alcohólicas, pero miles y miles de consumidores la desobedecían abiertamente. Dijeron que el crimen no paga. Pero Al Capone, un gángster sin escrúpulos, se volvió millonario y también héroe del cine. Una película basada en su vida, “Scarface, el terror del hampa”, aunque condenada por las autoridades por su violencia excesiva, fue un gran éxito de taquilla en 1932. Según los códigos hipócritas de la industria cinematográfica, el público podía disfrutar lo malo, a condición de que lo bueno triunfara en los últimos momentos. Pero nadie creía que la moralidad triunfara en la vida real. Un cierto cinismo formaba el temperamento nacional y también *Vanity Fair*.

Uno de los que despotricaron contra la inmoralidad de Hollywood fue el senador Smith Wildman Brookhart, de Iowa, un estado en el centro del país que siempre ha simbolizado la decencia de la república.⁵⁰ En la décima entrevista, *Senator Brookhart vs. Marlene Dietrich* (Figura 19), el político lascivo le pide a la actriz que le muestre la disipación y “the wages of cinema”⁵¹. Covarrubias no esconde su opinión del senador, retratándolo como un monstruo verde sin cuello, que recuerda a Frankenstein. La delgadísima Dietrich fuma un cigarro y cruza sus piernas famosas, mostrando sus medias negras con ligas y sus calzones de olanes. (Es la pose célebre de la película “El Ángel Azul”.) Sus brazos son tan largos como sus piernas y sus pestañas son como los rayos del sol al amanecer. Es un araña elegante que rechaza al senador, explicándole que, “We work too hard out here. We don’t have time for sin. It takes a bold reformer like you to discover all the wild drinking and parties that are going on.”⁵² Al hacer de Dietrich —un símbolo de sexo— la defensora de la moralidad de Hollywood, Covarrubias y Ford amplifican el chiste. Al fondo,

⁵⁰ La denuncia de Hollywood sigue siendo una táctica política eficaz para conseguir la publicidad. El senador Joseph McCarthy la usó con mucho éxito en los años cincuenta, cuando mantuvo que un grupo de comunistas se había infiltrado en esa industria.

⁵¹ Juego de palabras. Ford cambia la expresión “the wages of sin”, (el precio del pecado) en “the wages of cinema”.

⁵² “Trabajamos demasiado aquí. No tenemos el tiempo para pecar. Se necesita un reformista audaz como usted para descubrir todas las juergas y las orgías que aquí ocurren.” T.A.

reformistas y pecadores son dos caras de la misma moneda. Uno no puede existir sin el otro.⁵³

Que Hollywood es el reino de la nueva realeza es una de las verdades recurrentes de las entrevistas. El triunfo mundial del cine en los años treinta convierte a gente, cuyo talento principal es ser fotogénica, en dioses indiscutibles. Los dioses siempre han sido más grandes que la vida y así son los actores y las actrices que aparecen en la pantalla. El maquillaje, los juegos de luces y una buena cinematografía completan la ilusión, una ilusión perpetuada por equipos de publicistas que crean un pasado colorido para aquellos cuyos orígenes no tienen interés. No importa que Clark Gable fuera chofer o jardinero antes de hacerse uno de los galanes más populares del cine de los treinta; la imagen borra la realidad cada vez. Wendy Rick Reaves describe astutamente esta confrontación entre la realeza verdadera y la realeza ficticia, que sucede en la duodécima entrevista, *Clark Gable vs. The Prince of Wales*, que apareció en noviembre de 1932 (Figura 20): “Covarrubias and Corey Ford peer at the theme of love through their own distorted glasses, as the Prince of Wales, the English ‘heartbreaker of the world’, relinquishes his post to Clark Gable, his American successor. The suntanned Hollywood star confronts the anglo-pink prince in an entertaining study of American strength versus British weakness: muscular masculinity versus a concave physique; heavy sensual lips versus a tiny, pursed mouth; two famous large ears versus a thin sliver of one. Gable suggests machine-made newness and durability from the tubular forms of his turtleneck to the knife sharp pleats of his trousers, while the prince cringes with human vulnerability. The ugly, assertive face of the American star exudes a powerful magnetism, while Edward’s handsome features shrivel into infantile wrinkles. But the caption focuses on their shared fate as the relieved prince points out that popularity such as theirs is short-lived and unenviable.”⁵⁴ (Reaves, W., 1998; p. 239) Se recordará que el alcade

⁵³ También este es el mensaje de la decimacuarta entrevista entre Ella Boole y Texas Guinan. (Véase el apéndice.)

⁵⁴ “Covarrubias y Corey Ford examinan el tema del amor a través de sus propios lentes deformantes, mientras el Príncipe de Gales, ‘el rompecorazones inglés del mundo’, le cede su posición a Clark Gable, su heredero norteamericano. La estrella bronceada hollywoodense enfrenta al príncipe rosado inglés en un estudio divertido de

neoyorkino Jimmy J. Walker había escrito una balada que preguntaba, “Will You Love Me in December as You Love Me in May?”⁵⁵ La respuesta aparentemente es, ¡no!

La decisión de Crowninshield de que las entrevistas traten más de política se reveló problemática como se ve claramente en la decimoctava entrevista, *Herr Adolf Hitler y Huey S. (‘Hooey’) Long versus Josef Stalin and Benito Mussolini* (Figura 21). Los cuatro dictadores están disfrazados de Napoleón Bonaparte (sólo Stalin no adopta la pose famosa del emperador con la mano puesta por dentro de su chaleco). El reto: ¿Cómo dibujar a los hombres malignos para que sean a la vez chistosos y amenazantes? La “celebrity caricature” no hace distinciones morales. Solamente divide a la gente en dos grupos: los que son famosos y los que no lo son. Una cara reconocible es el único criterio. Covarrubias se burla de estos tiranos, pero se puede preguntar si la burla sencilla es suficiente. ¿Dónde están la indignación y la condena que merecen sus sujetos? El dibujo divierte, pero aún en 1933 era evidente que la sola diversión no era una respuesta satisfactoria. Covarrubias recicla las caricaturas familiares de Stalin (ojos entrecerrados, piel aceituna), de Mussolini (ojos saltones, boca en forma de medio círculo invertido) y de Long (ojos asustados, barbilla chiquita). Los cuatro dictadores son juzgados solamente por su tamaño: Mussolini y Stalin tienen la estatura de adultos; Long y Hitler son más chiquitos, como si fueran niños. Long, el más pequeño de todos, tiene un juguete infantil, un caballito con ruedas. No es porque Long sea menos corrupto que Stalin, sino que su fama es menos grande. El tamaño

la fuerza norteamericana versus la debilidad inglesa: la musculatura masculina versus un físico cóncavo; labios gruesos y sensuales versus una boca pequeña y fruncida; dos orejas grandes y famosas versus una muy fina. Gable sugiere lo nuevo y lo durable, como si fuera hecho por una máquina, desde las formas tubulares de su cuello de tortuga hasta los pliegues de su pantalón, tan agudos como un cuchillo, mientras que el príncipe se encoge en una muestra de vulnerabilidad humana. De la cara fea y autoritaria de la estrella norteamericana emana un magnetismo poderoso, mientras los rasgos guapos de Edward se transforman en arrugas infantiles. Pero la leyenda se concentra en su destino compartido, cómo el príncipe aliviado nota que una popularidad como la de ellos no dura mucho tiempo y es nada envidiable.” T.A.

Sin embargo, Gable contesta que luchará para guardar su popularidad, “as long as I am Gable”. Ford juega con las palabras “able” (siempre que *puede*) y “Gable” (siempre que sea *Gable*). N.A.

⁵⁵ “¿Me amarás en diciembre como tú me amas en mayo?” T.A.

imponente de Stalin es la medida de su celebridad, nada más. (Obviamente, Covarrubias no reconocía en 1933 la amenaza mundial que representaría Hitler en alguno años.) El dictador ruso está ofendido, preguntándole a Mussolini, “Who are these Bismark herrings? Why are they in the same picture with us?”⁵⁶ Para comunicar la maldad, la “celebrity caricature” no es suficiente. Covarrubias tenía en sus venas sangre demasiado dulce; necesitaba más bilis. El odio no era parte de su temperamento, ni de sus caricaturas.

Después de veinte caricaturas mensuales, la serie terminó en septiembre de 1933 con una entrevista más convencional entre Lucrecia Bori, una cantante española de ópera, y Kate Smith, que interpretaba canciones comerciales. Otra vez, la cultura alta enfrenta a la cultura popular. Resulta que la esbelta Bori está casi aplastada por Smith, una verdadera montaña de mujer, que ocupa dos tercios del dibujo; pone sin pretensiones las manos sobre las caderas. Su delantal enfatiza las raíces comunes.⁵⁷ Covarrubias no tiene otra obligación que ser divertido y el dibujo la cumple.

Pero el caricaturista ya estaba cansado de la serie. En agosto de 1933, había recibido una beca Guggenheim que le permitiría pasar un año en Bali y ya estaba pensando seriamente en cambiar de profesión. Seguiría trabajando para *Vanity Fair* mandando sus dibujos a Nueva York por buque. Pero su interés principal sería la cultura balinesa y el libro, *La Isla de Bali*, que intentaba escribir al regreso. Antes de salir de Nueva York, le habló a Crowninshield sobre una nueva serie, *The Private Lives of the Great*,⁵⁸ que aparecería en la revista durante su ausencia y que mostraría mensualmente a una persona famosa en su intimidad.

⁵⁶ “¿Quiénes son estos arenques ahumados? ¿Por qué están en el mismo dibujo con nosotros?” T.A.

⁵⁷ Smith lograría una popularidad inmensa, cuando cantó en 1938 “God Bless America” (“Que Dios bendiga a América”), una canción que es vista aún hoy como el segundo himno nacional de los Estados Unidos.

⁵⁸ “La vida privada de los grandes”. T.A.

La idea no carecía de inspiración. Después de los retratos del científico Dr. Beebe y del financiero Otto Kahn en la intimidad de sus hogares, alcanzó su apogeo en diciembre de 1933 con un dibujo de Emily Post en su recámara (Figura 22). Post, cuyo manual de urbanidad era la biblia de la alta sociedad, personificaba la buena educación en Estados Unidos. Sin embargo, en la caricatura de Covarrubias, sus pies desnudos están sobre el tocador y ella está leyendo *Police Gazette*, una revista policíaca vulgar, mientras toma una copa de té. Ella está sorprendida con el caricaturista, pero no ha olvidado todos sus modales: ha tomado la precaución de extender delicadamente el meñique de la mano que agarra la copa de té, como aviso a todos sus lectores fieles.

O porque la serie no le gustó al público (poco probable) o porque Covarrubias fue distraído por sus indagaciones en Bali (más probable), ésta fue suspendida al final del año, después de solamente tres números.⁵⁹

Una cosa es cierta. La caricatura que había hecho famoso a Covarrubias había perdido un poco del prestigio que disfrutaba en los años 20. Para muchos, sonaba frívola, cuando millones de norteamericanos se quedaban sin trabajo y sin comida. Para Covarrubias era todavía una manera de ganar dinero, pero según los prejuicios de la época, no era arte y Covarrubias tenía ganas fuertes de hacer algo más permanente.

⁵⁹ El único dibujo de Covarrubias que rechazó Crowninshield fue uno que muestra a Ernest Hemmingway, el escritor, en traje de baño poniendo un herbicida sobre su pecho para eliminar el pelo. Probablemente el dibujo iba a ser parte de la serie *La Vida Privada*, pero Crowninshield lo encontró de mal gusto. El incidente causó un distanciamiento momentáneo entre el editor y el artista y tal vez alentó a Covarrubias a explorar otros horizontes, los de Bali.

VI. DE VUELTA A PEDIDO DEL PÚBLICO

Covarrubias regresó a Nueva York el primero de octubre de 1934, después de una ausencia de más de un año. El viaje en buque de carga duró cincuenta y ocho días, durante los cuales Covarrubias terminó seis cuadros, organizó sus dibujos y sus apuntes sobre Bali, y escribió tres capítulos de lo que sería *La Isla de Bali*.⁶⁰ El regreso fue motivado más por una falta de dinero que por nostalgia de Nueva York. Su reputación como caricaturista quedaba grande y su trabajo era todavía muy solicitado. Crowninshield, sobre todo, no iba a soltar fácilmente al que llamaba la joya más brillante de su corona. Un aristócrata culto, Crowninshield sabía cómo imponer sus deseos sin parecer menos que un *gentleman* perfecto. La disputa sobre la caricatura de Hemingway había sido olvidada. Como se había podido predecir, Corey y Covarrubias, presionados delicadamente por Crowninshield, se pusieron de acuerdo para reanudar las *Entrevistas Imposibles* en diciembre de 1934.

Ingenuamente, Crowninshield explicó más tarde que no había entendido la originalidad de la serie sino hasta que una publicación china, *El Shanghai Miscellany*, la copió. (En el mundo competitivo de periodismo, el plagio es el mejor halago.) En lugar de hacer una demanda en contra de los editores chinos —Crowninshield contó— les agradeció por haber confirmado el buen gusto de los lectores de *Vanity Fair*, quienes ya reclamaban desde hacía meses una nueva serie de encuentros.

Los lectores (y los chinos) tenían razón. La vigésima primera entrevista, primera de la nueva serie, en que Sally Rand charla con Martha Graham, era una de las mejores (Figura 23). Graham era la diosa de la danza moderna, mientras que la señora Rand había alcanzado la fama bailando desnuda en la feria mundial de 1933, con sólo dos abanicos de plumas de avestruz para esconder sus encantos. Pero en las palabras demócratas de Rand, “We’re in

⁶⁰ Pocas veces Covarrubias entregó su trabajo dentro del plazo previsto. Algunos proyectos languidecían por años. *La Isla de Bali* no sería publicado antes de diciembre de 1937.

the same racket, ain't we? Just a couple of girls trying to wriggle along"⁶¹. El cuerpo de Graham, vestido con un traje rojo, está compuesto de los planos limpios y los ángulos agudos tan queridos por los futuristas. De hecho, la bailarina aparece a punto de saltar del dibujo. Sus ojos, enormes espirales, y su pelo lacio son negros enfatizando la palidez de su piel. Es un fantasma poseído por las furias griegas o por la música del pianista atlético detrás de ella. Al contrario, Rand es puras curvas, desde su cuerpo rosado hasta la cascada de rizos dorados que cubren su espalda. Graham parece luchar contra los elementos básicos; Rand es acariciada por una nube de plumas suaves. El rigor se opone a la sinuosidad, el deber al placer, la austeridad a la facilidad. Covarrubias no tiene nada del esnob y siempre está en contra de la pretensión. En esta confrontación del arte con el entretenimiento, Rand emerge como la ganadora. En este sentido, las *Entrevistas Imposibles* mostrarían un espíritu igualitario hasta el fin.

Sin embargo, los diálogos de Corey no evitan siempre el machismo característico de la época. Rand y Graham, como las mujeres en general, son “chicas”, haciendo lo necesario para ganarse la vida. Los hombres pueden ser orgullosos, tontos o vanidosos, pero nunca son “chicos” y nunca realizan su profesión por pura necesidad. De las 75 personalidades que aparecen en las entrevistas, solamente la tercera parte son mujeres, si la Esfinge pertenece al sexo femenino. La mayoría son actrices, cantantes o artistas. De los quince políticos sólo dos son mujeres y una de ellas es una reina. De los nueve escritores, dos son mujeres. Entre los seis científicos se cuenta nada más una mujer.⁶² Se puede decir que estas cifras son un reflejo de la sociedad misma y

⁶¹ “Estamos metidas en el mismo asunto, ¿verdad? Somos un par de chicas que tratan de avanzar culebreando.” T.A.

⁶² La científica Margaret Sanger luchó por el control de la natalidad en Estados Unidos, cuando no era una causa muy popular. En la vigésima tercera entrevista, ella engaña a la señora Dionne, quien había dado a luz a quintillizas en 1934. Tal vez la Sra. Dionne era el caso más famoso en los años treinta de la fama accidental; nada más por una mutación de la naturaleza, era mundialmente conocida. Las quintillizas fueron una fuente de ingresos importante, ganando, según un informe, más de cincuenta y un millones de dólares en 1934. En vano, Sanger le sermonea a la Sra. Dionne diciéndole que un niño es aceptable, pero que cinco son una verdadera vergüenza! “Tal vez —contesta la Sra. Dionne—, pero piense en toda la publicidad!” Fue necesario esperar treinta años más para que la mujer liberada, dueña de su propio cuerpo, apareciera en la sociedad norteamericana.

de las oportunidades limitadas para las mujeres. No es falso. La ironía es que las mujeres, como Covarrubias las dibuja, son generalmente más animadas, más libres, más singulares que los hombres.

Tal vez no hay mejor ejemplo que la entrevista de mayo de 1935 en que Jean Harlow, la estrella divina hollywoodense, está acostada en el diván de Sigmund Freud, el lúgubre explorador del inconsciente (Figura 24). El mismo estado de despreocupación alegre que caracteriza a Rand se ve en la cara de Harlow, una visión plateada iluminada por la luz de la luna que entra por la ventana. (Covarrubias caricaturizó con tanta exuberancia a las rubias explosivas —Harlow, Deitrich, Mae West— que se debe lamentar el que nunca tuviera la oportunidad de dibujar su versión de Marilyn Monroe.) En contraste con Harlow —cuya cabellera se despliega como las ondas de una mar exótica— Freud, un halcón, se mantiene inmóvil en las sombras, pensativo, confundido, hipnotizado por su presa. Aparte de la barba gris, su cara es una gama de colores —desde el verde (¿la envidia?), el morado (la perplejidad), hasta el rojo (la pasión reprimida). Ella está tan abierta como él está cerrado. Freud insiste en analizarla, en “leer entre sus líneas” (una referencia sexual a su cuerpo ondulante), en conocer a la verdadera Harlow. Su pose expansiva de “Playboy centerfold” indica que ella no está escondiendo nada. La cultura de la celebridad se interesa en lo visible, lo palpable, lo evidente. Harlow es Harlow —nada más, nada menos. La terapia que propone Freud sería un fracaso. “I’m afraid —le dice Harlow al doctor—, that we can never be more than just good Freuds.”⁶³

En el número de *Vanity Fair* de agosto de 1935 Covarrubias y Ford regresaron al tema más típico de las entrevistas: la necesidad de tener una imagen pública. Pero lo ilustraron de una manera original. Noel Coward, el escritor y actor inglés que personificaba la sofisticación (por no decir la amoralidad) y Will Rogers, el cómico norteamericano que tenía la reputación de

⁶³ Otro juego de palabras. “Lamento mucho que no podamos ser más que buenos amigos,” dice Harlow. Pero en lugar de “friends”, Ford pone “Freuds”.

ser un hombre sencillo y sin pretensiones, están sobre una balsa, empujada por la corriente marina. Rogers, quien tiene los rasgos de un chimpancé viejo y cuya ropa es la de un pueblerino polvoriento, quiere saber cómo puede pulir su imagen. En contraste, Coward lleva un esmoquin con una flor en el ojal y fuma un cigarro; su cara larga y sus rasgos vagamente chinos expresan el cansancio de alguien que ha hecho y ha visto todo. “Of course, all I know is what I write in the newspapers —dice Rogers disculpándose.⁶⁴ “You must move in the best triangles —le aconseja Coward.⁶⁵ Rogers trata de imitar los chistes finos de Coward, pero concluye por admitir que no puede cambiar su estilo rústico. El público espera que él mastique el chicle y lleve puesto un sombrero de vaquero.

“—Where would I be without my hat and my gun —pregunta.

“—Just where I’d be without my savoir-faire. Driftng... drifting... drifting —es la respuesta sagaz del inglés.⁶⁶

El mensaje no puede ser más claro: sin una imagen, uno es nadie. No importa que la imagen sea falsa —Rogers confiesa ser no más que una imitación pobre del gran Mark Twain— la verdad no tiene nada que ver con el éxito. Lo importante es divertir a los espectadores, darles lo reconocible, satisfacer sus expectativas. En el dibujo de Covarrubias, la balsa es chiquita y las olas del océano son amenazantes. Los anónimos no sobrevivirán a esta tempestad. (Irónicamente el día quince del mes en que apareció la entrevista Rogers se murió en un accidente de avión en el estado de Alaska.)

Para ser reconocido por los norteamericanos a mediados de los años treinta, hay un mecanismo extraordinario, mejor que la varita mágica que

⁶⁴ Rogers era famoso por decir, “Todo lo que sé es lo que leo en los periódicos.” Ford cambia la frase para que Rogers diga ahora, “Todo lo que sé es lo que escribo en los periódicos.” (Además de ser cómico y actor, Rogers tenía una columna periodística.)

⁶⁵ “Tú tienes que ser visto en los mejores triángulos.” T.A.

En lugar de “círculos”, Ford usa la palabra “triángulos”, una referencia a la obra de teatro de Coward, *Diseño para vivir*, que es una comedia sobre una mujer que vive con dos hombres. N.A.

⁶⁶ “¿Dónde estaría sin mi sombrero y mi chicle?” “En el mismo lugar que yo sin mi *savoir-faire*... a la deriva... a la deriva... a la deriva.” T.A.

convierte a la campesina pobre en una princesa. Es el cine que captará no solamente la atención de Estados Unidos, sino la del mundo entero. Si Nueva York sigue siendo el centro intelectual del país, Hollywood se convierte rápidamente en el capitolio del entretenimiento popular —un lugar que no manifiesta el buen gusto, sino encarna lo llamativo y lo fabuloso. El estado de California, bendito por la naturaleza, también era un estado psicológico. Aquí, según la sabiduría popular y los publicistas, se podía realizar en un día el sueño más querido de la población, el de la fama. Una mesera, en el buen lugar, al buen momento, podría ser trasformada por un cazatalentos en un ídolo nacional. Hollywood representaba la otra cara de la depresión económica —un reino de fantasías. Aún en las ciudades insignificantes se construyeron cines, que se parecían a los palacios de un cuento de hadas. Por dos o tres horas, la población podía olvidar la miseria de sus vidas al ver películas escapistas en un ambiente de riquezas reales. “The new Odeons and Roxys were fantasy palaces, probably the biggest buildings people ever entered,” ha escrito un historiador (Hall, C., 1984; p. 12)⁶⁷. Se vendían ochenta y cinco millones de boletos por semana. Las estrellas determinaban los modos de vivir y de vestir, como las de Broadway nunca pudieron hacerlo. Cuando Clark Gable se quitó la camisa en la película *It Happened One Night* para revelar que no llevaba puesta ropa interior, la venta de camisetas bajó drásticamente en todo el país. Las cejas depiladas de Marlene Deitrich y las hombreras de Joan Crawford eran los nuevos signos de *glamour*.

Curiosamente, a mediados de la década no había estrella más grande que una niña que tenía ocho años en 1936 cuando Covarrubias la dibujó en la entrevista vigésima novena. Se llamaba Shirley Temple, tenía rizos dorados, hoyuelos adorables, una sonrisa indómita y bastante valor para conquistar por sí misma el abatimiento de la población entera. En la entrevista, Frances Perkins, la secretaria de trabajo en el gabinete de Roosevelt, quien luchó contra la explotación de los menores, se preocupa por el destino de Shirley

⁶⁷ “Los nuevos Odeons y Roxys [nombres comunes de cines] eran palacios de fantasía, probablemente los edificios más grandes en los que jamás la población había entrado.” T.A.

hasta que sabe que la estrellita está ganando 1,250 dólares por semana nada más por cantar, bailar y fingir que Gary Cooper es su padre. La caricatura de Perkins no es distinguida, pero en su rendición de Temple Covarrubias combina genialmente su dulzura y la determinación implacable que la hizo un tornado humano. Sus rizos parecen más formidables que los de Medusa. Con el aire en sus mejillas gordas podría derrumbar un bosque. Para millones de espectadores, Temple era una muñeca esculpida en azúcar. Para Covarrubias, era un amor hecho de acero. La conclusión de Perkins: “California, here I come!”⁶⁸

La influencia preponderante de Hollywood sobre la cultura también es el tema de la entrevista trigésima segunda: *George Arliss vs. Cardinal Richelieu, Duke of Wellington and Disraeli* (Figura 25). Hasta antes de la introducción de la televisión en la vida norteamericana en los años cincuenta, las imágenes que formaban la imaginación americana salían de Hollywood. De hecho, la ciudad era conocida como “la fábrica de imágenes”. Por millones, la realidad descrita en las películas era más real que sus propias vidas. Sus sueños —de día y de noche— se originaron más en las pantallas plateadas del cine, que en el inconsciente. Era evidente que la industria hollywoodense tenía un poder inmenso para influir en la población y sus conceptos de moralidad, belleza, justicia y de gobierno. El dicho de Will Rodgers —“Yo sé sólo lo que leo en los periódicos”— no era completamente verdadero. Los norteamericanos en los años 30 sabían, sobre todo, lo que habían visto en el cine del barrio.

Covarrubias y Ford se dan cuenta chistosamente de eso al mostrar a George Arliss, un actor de reparto distinguido, recibiendo una visita de los fantasmas de los personajes históricos que él había representado en sus películas.⁶⁹ Arliss está durmiendo y su cara es bañada por la luz verde de una pesadilla. Es una cara larga y delgada, caracterizada por una nariz extendida y

⁶⁸ “¡Me pongo en marcha para la California!” T.A.

⁶⁹ Arliss, un actor inglés, representó el papel de Disraeli en “Disraeli” (1929), ganando un Oscar; de Wellington en “The Iron Duke” (1934), y de Richelieu en “Cardinal Richelieu” (1935).

un espacio grande entre la nariz y el labio superior. Tiene la forma distintiva de un pepino. Pero —y es el punto de la entrevista— Richelieu, Wellington y Disraeli tienen la misma cara de Arliss.

“—Look at us —se queja Richelieu—. Same voice, same height same face!”

“—My face! —se jacta Arliss.

“—Exactly,!” —contesta Disrael—. We’re the laughing stock of where we come from.”⁷⁰

La entrevista expresa la paradoja que está en el corazón de la cultura de la celebridad: el triunfo de la imitación sobre el modelo. El nuevo Richelieu es la imitación de Arliss, no el cardenal histórico. La copia se vuelve auténtica; el original se vuelve falso. El cinema no solamente rehace la historia, sino que sus imágenes se convierten en la nueva realidad, obliterando los hechos establecidos. Así, en nuestras días, Eva Perón se transforma en Madonna. Para muchos viajeros, el rincón de Disneylandia que imita un barrio ideal de París expresa mejor la esencia de la ciudad luz que París mismo. Lo fabricado vale más que lo natural. El papel borra al individuo; la máscara, por ser más fácilmente entendida, eclipsa la cara. Poco a poco llegamos a una sociedad que valoriza la simulación más que el original. O lo que es peor, prefiere la simulación porque es más limpia, más comprensible, menos ambigua que la misma vida, compleja y confusa. En un sentido, se puede decir que todas las *Entrevistas Imposibles* son una crónica de este proceso.

“Be yourself, Mr. Arliss. Be yourself,” le suplican los tres fantasmas.⁷¹ Pero tampoco eso es posible. Si los personajes históricos llevan la huella de Arliss, Arliss lleva la huella de los personajes. El verdadero ser humano, un

⁷⁰ “Míranos. La misma voz, la misma altura, la misma cara.” “¡Mi cara!” “Precisamente. Somos el hazmerreír en nuestros países de origen.” T.A.

⁷¹ “¡Sea usted mismo, señor Arliss! ¡Sea usted mismo!” T.A.

actor inglés con su idiosincrasia específica y sus gustos particulares, pasa por un desconocido. También es víctima de esta interpenetración de imágenes.

Pero por brillantes que fueran tales entrevistas, el tono político del país estaba cambiando. La depresión económica se había mostrado resistente a las fuerzas correctivas del gobierno y seguía haciendo de la vida una dificultad para millones de norteamericanos. En Europa, el prospecto de una guerra devastadora cada mes se volvía más palpable. Hitler, Mussolini, Stalin y Franco representaban una amenaza grave al mundo libre; no eran meros payasos, capaces de ser derrotados por la pluma de una caricaturista. "The political tone of the Depression years demanded a more emotional and derisive response, - escribe Reaves. Urbane detachment had to give way to the need for stronger, more derisive satiric voices. By the later 1930s, no images of Hitler, Hirohito or Mussolini could be interpreted as irreverent celebrations of fame or as a clever reconstruction of celebrity attributes." (Reaves, W., 1998; p. 275)⁷²

Vanity Fair se justificó diciendo que la caricatura, en su opinión, no era un insulto, sino un reconocimiento de importancia mundial, aun cuando la caricatura misma no fuera halagadora. La revista no quería criticar ni analizar los caracteres de los líderes políticos, sino presentarlos al público de una manera original y viva. Pero es difícil mantener esta defensa, cuando el político está matando a millones de personas o se prepara a confinarlas en campos de concentración. Crowninshield estaba orgulloso de que las caricaturas en su revista no fueran maliciosas, aunque ciertas malas intenciones eran necesarias para que la caricatura no se viera como una reliquia de otro tiempo más ingenuo. Pero llegó el momento en que el carácter nefasto de Hitler no se pudo ignorar.

⁷² "El tono político de los años de la depresión exigió una respuesta más emocional y más desdeñosa. La distancia sofisticada tenía que ceder a la necesidad de voces satíricas más fuertes y más ácidas. Era imposible al fin de los años 30 interpretar imágenes de Hitler, Hirohito o Mussolini como celebraciones irreverentes de la fama o como una reconstrucción sagaz de los atributos de una celebridad." T.A.

Había otro problema, el mercado estaba contrayéndose. En los años 20, catorce periódicos neoyorkinos publicaban caricaturas. A mediados de los años 30, muchos de estos periódicos habían fracasado o se habían fusionado. Al principio de 1936, las *Entrevistas Imposibles* sufrieron el contratiempo más grave de todos. A pesar de la popularidad de Covarrubias, *Vanity Fair* no era la revista de moda que había sido en los años 20, cuando su frivolidad y sus chismes elegantes concordaban con el temperamento del país (o de Nueva York, por lo menos). Poco a poco bajaba la circulación; se reducía la publicidad, base económica de cualquier publicación. Cada mes aparecía un número más delgado que el precedente. El nuevo campeón era *The New Yorker*, una revista que no tenía miedo de echar una mirada seria y realista sobre un mundo turbio, que estaba yendo camino de la guerra. En este contexto, *Vanity Fair* parecía de poca importancia, por no decir irresponsable.

En febrero, Condé Nast, el dueño de *Vanity Fair*, anunció que a partir del mes siguiente, la revista cesaría de existir. Los escritores y artistas más destacados serían parte del equipo de *Vogue*, otra publicación de Condé Nast, que hasta entonces se había dedicado a la moda. Así, después de treinta y tres ediciones, las entrevistas cambiarían de hogar. Covarrubias diseñó la portada de la última edición de *Vanity Fair*, el retrato de una joven balinesa, y contribuyó con una entrevista de la vieja escuela: *Fritz Kreisler vs. Louis Armstrong*. Kreisler, un violinista prodigioso, descubre el *swing* al tocar un dueto con Louis Armstrong, el rey de la trompeta. En el tema de la alta cultura enfrentado la cultura popular, Covarrubias encontraba otra vez un júbilo y un ritmo contagiosos. Si no es claro por qué el caricaturista muestra a Kreisler tocando el piano (su violín se queda sobre el piano), la razón importa poco. Se puede oír la música exultante que están haciendo juntos. ¡Covarrubias sabía dibujar todo, incluso el sonido!

VII. VOGUE: LA DECADENCIA Y LA CAÍDA

Se puede leer la primera entrevista en *Vogue* (la trigésima cuarta de la serie), como profética. Apareció el 1 de marzo de 1936 y muestra dos siluetas en el firmamento. La primera —un hombre intelectual— representa a *Vanity Fair*. La otra —una mujer seductora— personifica a *Vogue*. El diálogo deja claro que el hombre teme que la mujer devoradora le robe su integridad y le destruya su identidad. No hay certeza sobre quién escribió el texto⁷³. Pero si el matrimonio de las dos revistas era necesario desde el punto de vista económico —al momento de su fallecimiento, *Vanity Fair* solamente tenía una circulación de 80,000 ejemplares— los escritores y artistas de la revista condenada miraban la fusión con dudas.

“—I’ve admired you for so long, but you’ve been so cold to me. —Se queja la silueta de *Vogue*.

—Contesta con brusquedad *Vanity Fair*: “—We’re from a different class my dear. I am an intellectual. You’re just a fashion plate.

—*Vogue* trata de minimizar las diferencias: “—I dress people’s bodies. You dress people’s minds!”

“—That’s just it —dice *Vanity Fair*—. You’re such a commercial hussy.

—Contesta *Vogue*: “Where would you be if I weren’t?”

Vanity Fair tiene que admitir: “—In the red, I guess.”⁷⁴

No es exagerar demasiado decir que los editores de *Vogue* pensaban que las cabezas no existían para pensar, sino para llevar gorras de moda. Covarrubias se ve en apuros para ilustrar esta entrevista, escogiendo el tema de la mujer cazadora y su presa reacia. Ella pone agresivamente su brazo

⁷³ Los extensos archivos personales de Corey Ford, que se encuentran en Dartmouth College, no tienen ningún documento relacionado con las entrevistas. Sin embargo, a los diálogos en *Vogue* les falta el humor ingenioso que es característico del escritor.

⁷⁴ “Te he admirado desde hace mucho tiempo, pero estás tan frío conmigo.” “Venimos de una clase diferente, querida. Yo soy un intelectual. Tú eres nada más un figurín.” “Yo visto los cuerpos. Tu vistes las mentes.” “¡Es la verdad pura! ¡Qué desvergonzada eres!” “¿Y dónde estarías, si no fuera así?” “En números rojos probablemente.” T.A.

alrededor del cuello del hombre; sus ojos están abiertos, ella sabe lo que está haciendo. Él se deja seducir, los ojos cerrados, casi resignado. A pesar de todos los símbolos de felicidad —la luna, las estrellas, una casita bonita con una espaldera cubierta de rosas—, esta unión no está hecha en el paraíso.

Reconociendo el fracaso económico de *Vanity Fair*, Condé Nast les justificó la fusión a los lectores de *Vogue* así: “Beginning with this issue [...] the editorial pages of *Vogue* will be materially increased. This will allow *Vogue* to present to its readers a selection of appropriate features by a number of notable writers, artists, and photographers who were formerly contributors to *Vanity Fair*. At the same time, the pages of *Vogue* devoted to Fashion, Beauty, and the Hostess will neither be decreased nor changed in any way...We feel confident that this richer *Vogue* will please *Vogue*’s readers.”⁷⁵ (*Vogue*, 1 de marzo de 1936; p. 51)

Pero Nast se hacía ilusiones. En realidad, era como si una revista sobre los muebles Luis XV se pusiera de repente a hablar también sobre los taburetes de un cabaré clandestino. *Vanity Fair* se había dedicado al placer, dondequiera que se encontrara; *Vogue* se preocupaba sobre todo del placer de vestirse bien y valoraba la elegancia más que la curiosidad intelectual. Era inevitable que poco a poco el impacto de *Vanity Fair* sobre su revista hermana fuera disminuyendo.

En el número de 1 de julio, *Vogue* publicó dos páginas de modelos parisinas vestidas con las últimas creaciones de Lanvin y Vionnet. Las fotografías fueran tomadas en el jardín zoológico de Vincennes, en París, y cada modelo se puso en pose con un animal exótico, desde un elefante hasta un león. “Our mannequins go into whole zoos full of wild beast and make them

⁷⁵ “Empezando con este número [...] las páginas editoriales de *Vogue* serán aumentadas apreciablemente. Eso permitirá que *Vogue* les presente a sus lectores una variedad de artículos apropiados de algunos de los escritores, artistas y fotógrafos notables que antes eran colaboradores de *Vanity Fair*. Al mismo tiempo, las páginas de *Vogue* dedicadas a la moda, a la belleza y a la anfitriona no estarán reducidas ni cambiadas de ninguna manera. Estamos seguros de que esta *Vogue* más rica les gustará a los lectores de *Vogue*.” T.A.

like it,” dice el texto.⁷⁶ El título de este artículo, “Entrevistas Posibles”, se puede leer como un signo claro de que las *Entrevistas Imposibles* de Covarrubias estaban acabando.

Después de *Vogue vs. Vanity Fair*, aparecieron cuatro entrevistas más. Los dibujos de Covarrubias habían perdido poco de su vigor, pero no así los textos. La ropa era la preocupación principal de *Vogue*. Entonces los participantes en las *Entrevistas Imposibles* tenían que hablar de ésta. Por supuesto, la caricatura se ocupa de las apariencias, pero para burlarse de ellas. En las páginas de *Vogue* no son un tema satírico, sino un artículo de fe. El periodista Heywood Broun dice en la vigésima quinta entrevista (*Anthony Eden vs. Heywood Broun*) que, “Clothes make the front page [...] It isn’t the Battle of Wagram they remember, it’s Napoleon’s hat.”⁷⁷ No es el periodista, famoso por ser mal visto, quien habla, sino los editores de *Vogue* expresando la filosofía básica de la revista. En el dibujo de Covarrubias, Broun es un oso arrugado. Eden, el político inglés, está convertido en un maniquí en la vitrina de una tienda de ropa elegante para hombres. La entrevista, una de las peores, es evidencia de los temores expresados por el espíritu de *Vanity Fair* el mes anterior: su temperamento y el de *Vogue* eran incompatibles.

La entrevista del 15 de junio de 1936 es abiertamente surrealista; muestra otra vez a Josef Stalin y a la diseñadora Elsa Schiaparelli en el estratósfera (Figura 26). Llevan puestos paracaídas y flotan por encima de la tierra. Stalin —compacto, denso— tiene su informe verde olivo (también, como en las entrevistas pasadas, su piel es verde), lo que hace que se parezca, más que nunca, a un monumento oxidado o, tal vez, a una bomba. Ella, esbelta y extrovertida, está vestida de rojo brillante; parpadea dramáticamente —una coqueta tratando de quedar bien con un gruñón. El cielo está lleno de otros paracaidistas. (El dibujo anticipa curiosamente a René Magritte que en

⁷⁶ Nuestras modelos entran en los jardines zoológicos llenos de bestias salvajes y hacen que les guste.” T.A.

⁷⁷ “Hablan de la ropa en primera plana [...] No es la batalla de Wagram la que ellos recuerdan, sino la gorra de Napoleón.” T.A.

Golconda [1953] llenaría un cielo gris de pequeñas hombres de negocios, cayendo como la lluvia.) Pero cuando Schiaparelli opina que los salones de belleza serán una parte inevitable de la Revolución rusa y que los soviéticos tienen derecho a vestirse con estilo, la sátira es tan forzada que pierde todo significado. (Sobre todo cuando se piensa que, en 1936, Stalin había empezado las purgas nefastas.)

La verdad es que las *Entrevistas Imposibles* hubieran necesitado otro marco para sobrevivir. *Vogue* no tenía el peso intelectual para soportar una visión crítica de la sociedad. También la realidad dura de los años 30 exigía otra forma de representación. Poco a poco la caricatura misma —tan divertida, tan original, tan inventiva— estaba cediendo su popularidad a la fotografía. La caricatura exageraba; la fotografía mostraba las cosas como eran. La época de mentiras chistosas tocaba a su fin. La trigésima octava entrevista apareció el 15 de septiembre de 1936. En un paisaje encantador que habría podido inspirar el Douanier Rousseau, Dr. Ditmars, el célebre herpetólogo del jardín zoológico neoyorkino platica con Eva, la primera mujer. Tienen poco que decirse, aparte del hecho de que cada uno debe su fama a una víbora. Y así, sin anuncio ni explicación de parte del editor, la serie desapareció de las páginas de *Vogue*.

A fines de 1935, Covarrubias y su esposa ya habían regresado a México, donde el artista se dedicaría a la etnología, a la arqueología y a la danza indígena como jefe del departamento de Danza del Instituto Nacional de Bellas Artes. Él seguiría haciendo caricaturas para las revistas norteamericanas hasta 1953, pero la obra aparecería esporádicamente y le faltaría la originalidad y la convicción de su juventud. Es como si ya hubiera dejado atrás este periodo de su carrera. Emergió el investigador, el intelectual, el profesor. Covarrubias, el caricaturista más listo de su generación, sería olvidado. El mundo tendría que conocer otra guerra mundial, más algunas guerras regionales, antes de redescubrir la alegría contagiosa y la habilidad artística de “El Chamaco”. Queda esta paradoja: aunque las caricaturas de Covarrubias sean eternas, no son para todas las épocas.

VIII. HACIA UNA SOCIEDAD DE SIMULACIONES

¿Por qué las *Entrevistas Imposibles*, moribundas en 1936, marcan hoy un hito en la historia de la caricatura? Fuera del contexto periodístico se ven claramente como las obras de arte puro que son. Covarrubias entendía intuitivamente una de las verdades primarias de la caricatura: menos es más. Por un lado es el Matisse de la caricatura. Su línea es tan sucinta, tan expresiva, tan elegante, como la del maestro francés. Al mismo tiempo, no tiene miedo de aplicar áreas de color chillón para enfatizar las cejas, los ojos, la piel o el pelo del sujeto. Por este lado sugiere el expresionismo. Más, la caricatura de Covarrubias representa un esbalón entre la vanguardia y un público que habría rechazado un retrato cubista, por ejemplo, pero aceptaba las nuevas técnicas en las caricaturas de sus ídolos. Las distorsiones eran parte de la broma.

Explica Reaves: "The intentional disequilibrium that such techniques as fragmentation, geometric stylization and harsh color juxtapositions created in modern works of art were here moderated by wit and resolution. No matter how jarring the colors or abstract the features, the audience could recognize the faces and celebrity character traits. Because the images were so accessible, what might have seemed ugly and baffling or illogical in a cubist, futurist or surrealist painting, became stylish, obvious and funny. Instead of being on the outside, excluded from an elite that could understand impenetrable abstraction, the viewer was on the inside, included in a mass audience that possessed the requisite celebrity information."⁷⁸ (Reaves, W., 1998; pp. 237-38) Es decir, mientras que el artista de vanguardia era rechazado por el público por ser incomprensible, las técnicas vanguardistas eran aceptadas si servían para

⁷⁸ "El desequilibrio intencional creado en las obras de arte modernas por tales técnicas como la fragmentación, la estilización geométrica y las yuxtaposiciones de colores severos ha estado modificado aquí por el humor y con resolución. No importaba que los colores desentonaran o que los rasgos fueran abstractos, el espectador podía reconocer las facciones de la celebridad. Como las imágenes eran tan accesibles, lo que habría podido aparecer feo y desconcertante o ilógico en un cuadro cubista, futurista o surrealista, se volvió elegante, obvio y chistoso. En lugar de encontrarse fuera, excluido de un elite que entendía la abstracción impenetrable, el espectador estaba dentro, incluido en un público masivo que ya tenía la información necesaria sobre las celebridades." T.A.

definir a una celebridad. El cubismo, o el futurismo en este caso, no era un fin artístico, sino una herramienta para reducir a un personaje importante a un chiste visual.

Tal vez, sin que esa fuera una de sus metas conscientes, Covarrubias contribuyó con la popularización de una pintura vanguardista. En cualquier otro contexto, su retrato de Clark Gable habría sido criticado por el público general como la obra de un loco o de un niño. Pero conociendo al modelo de antemano, los lectores de *Vanity Fair* podían apreciar el invento del artista. Al contemplar *Les Demoiselles d'Avignon*, el inculto grita, "Las mujeres no son hechas así." Pero al ver el retrato de Gable, el mismo inculto va a decir, "Nadie tiene orejas tan grandes, pero es verdad que las de Gable son muy grandes." La caricatura sale del pueblo y es basada en un espíritu popular. Covarrubias es inteligible, directo, sin las elucubraciones filosóficas que hacen que a mucha gente el artista moderno le parezca una broma. Al mismo tiempo, por muchos años los intelectuales han negado la importancia artística de la caricatura, calificándola como un género menor. Covarrubias llena la brecha. Es caricaturista, también es artista. Tiene una sofisticación que no excluye la comprensión. Si sus caricaturas se burlan de individuos específicos, se pueden leer como una crítica de la naturaleza humana tan distinta como la de Molière o de Evelyn Waugh. Sí, ¡es divertido, sumamente divertido! Pero nunca es superficial.

Entendió con la agudeza del mejor sociólogo la transformación esencial que estaba sucediendo en la sociedad norteamericana (y que más tarde sucedería en el mundo entero). La realidad había sido sustituida por la imagen. La vida se estaba convirtiendo en el *performance*. El escritor Neil Gabler describiría la transformación en *Life the Movie*, un libro que dice que vivimos en un reino poblado de celebridades efímeras y que el entretenimiento es el valor primario en la sociedad norteamericana, más importante que la moralidad, la verdad o la realidad. La vida no es sueño, sino película. Y nunca salimos del

cine para ver la luz del día. Nuestros compañeros no son nuestros vecinos, sino las celebridades que la sociedad inventa con una regularidad previsible.

Escribe Gabler: “In what was an entirely new concept, celebrities were self-contained entertainment, a form of entertainment that was rapidly exceeding film and television in popularity. Every celebrity was a member of a class of people who functioned to capture and hold the public’s attention, no matter what they did or even if they did nothing at all. The public didn’t really seem to care. The stars’ presence, the fact that they deigned to grace our world, was sufficient. That was why newspapers could run pages of photos of celebrities at parties, sitting in restaurants, attending benefits or arriving at premieres, and why a magazine like *Vanity Fair* would devote long sections to what it called photo portfolios, which were nothing more than pictures of celebrities whom we had already seen dozens of times.” (Gabler, N., 1998; p. 146)⁷⁹

La celebridad era un artista, pero un artista cuya obra era su existencia misma, vista y comentada por los medios masivos de comunicación. No necesitaba un talento específico, pero una presencia distinta era obligatoria, igual que el deseo de exhibirse ante el público. Esa es la idea central de las *Entrevistas Imposibles*: Todas las celebridades —sean actores, científicos, escritores, pintores o políticos— están interpretando un papel. Sally Rand lo sabe, Noel Coward lo sabe, el profesor Piccard lo sabe. También Mussolini, Joe Lewis, la Sra. Dionne y el Príncipe de Gales. En la decimatercera entrevista, el Rey Alfonso de España se queja, “The people have always been a great mystery to me. You amuse them, you distract them and take their minds

⁷⁹ “El concepto nuevo fue que las celebridades constituyeron en sí un entretenimiento, una forma de entretenimiento que estaba haciéndose más popular que el cine y la televisión. Cada celebridad fue parte de una clase de gente que sirvió para captar y retener la atención del público; no importó lo que ellas hicieran o, incluso, que no hicieran nada en absoluto. Al público le importaba un bledo. La presencia de las estrellas, el hecho de que se dignaban a frecuentar nuestro mundo, fue suficiente. Es por eso que los periódicos podían publicar páginas de fotografías de celebridades en las fiestas, comiendo en los restaurantes, asistiendo a funciones benéficas o llegando a los estrenos, y el por qué una revista como *Vanity Fair* podía dedicar muchas páginas a lo que llamaba portafolios fotográficos, que eran nada más imágenes de celebridades a las cuales nosotros ya habíamos visto docenas de veces.” T.A.

off their troubles; you make them laugh, and bring love, glamour and romance into their drab lives; in fact, you lower your dignity to play the amiable clown for them, and what do the people do? One fine morning —zut! They lower you out of the palace window.”⁸⁰

Hay dos verdades en la confesión del rey: la fama nace de la interpretación de un papel (o de algunos papeles en el caso de Madonna, por ejemplo) y la fama no dura para siempre (la razón por la cual Madonna inventa una nueva imagen cada dos o tres años). Lo que no ha cambiado, sino parece una constante en la vida del siglo 20, es el apetito público por la celebridad manifestada en cualquier forma. Para el historiador Daniel J. Boorstin, no solamente toleramos el engaño —aceptando la imagen por la cosa, la máscara por la cara, la recreación por el evento— sino que es algo que necesitamos para sobrevivir. Al querer tanto que el mundo sea fascinante, terminamos por vivir en uno de fantasía e ilusión. “We require that something be made up for the world’s deficiency,” escribe al principio de su libro incisivo, *The Image*.⁸¹ (Boorstin, D., 1992; p. 9). Esta idea es elaborada más tarde cuando dice que, “The American citizen lives in a world where fantasy is more real than reality, where the image has more dignity than its original. We hardly dare face our bewilderment, because our ambiguous experience is so pleasantly iridescent, and the solace of belief in contrived reality is so thoroughly real. We have become eager accessories to the great hoaxes of the age. These are the hoaxes we play on ourselves. (Boorstin, D., 1992; p. 37)⁸²

Las personas en las entrevistas se quejan de la carga pesada de la fama, de la pérdida de privacidad, de las ideas falsas del público, sin darse

⁸⁰ “La gente siempre ha sido un gran misterio para mí. La diviertes, la distraes, le haces olvidar sus penas, la haces reír e introduces en su vida tan monótona el amor, el *glamour*, el romance; de hecho, abandonas tu dignidad para interpretar al payaso amable, y ¿qué hace la gente? Un buen día, ¡zut! Te baja de tu pedestal.” T.A.

⁸¹ “Para compensarnos por la deficiencia del mundo, exigimos que inventen algo.” T.A.

⁸² “El ciudadano norteamericano vive en un mundo donde la fantasía es más real que la realidad, donde la imagen tiene más dignidad que el original. Apenas nos atrevemos a hacer frente a nuestra confusión, porque nuestra experiencia ambigua es tan agradablemente iridiscente y el consuelo de nuestra fe en una realidad inventada es completamente real. Somos cómplices entusiastas de los grandes engaños de la época. Estos son los engaños que nos hacemos a nosotros mismos.” T.A.

cuenta de que no hay otras opciones. En *The Frenzy of Reknown*, Leo Braudy observa con razón que, “To be talked about is to be part of a story, and to be part of a story is to be at the mercy of the storytellers -the media and their audience. The famous person is thus not so much a person as a story about a person.”⁸³ (Braudy, L., 1997; p. 592)

No parece molestar al público que la celebridad sea una creación artificial; lo importante es que su foto esté en la revista o su cara aparezca en la televisión. Hace algunos años en la televisión norteamericana, había un anuncio para un medicamento popular. El vocero era un hombre distinguido vestido con un saco blanco, que admitió, “Yo no soy doctor, sino represento uno en una telenovela.” Y continuó diciendo que el medicamento era muy eficaz y se podía tomar con toda confianza. Normalmente la recomendación de un actor no debería contar mucho, a menos de que se tratara de obras de teatro. Pero el vocero parecía tener la honradez del doctor ideal. Entonces la compañía de medicinas prefería emplearlo en lugar de un doctor real que, tal vez, no aparecería tan impresionante.

No es exagerado decir que en la sociedad actual, el político exitoso es el que cumple con una imagen preconcebida de lo que es un político; el vendedor de coches es el que parece ser vendedor; el galán, el que tiene la apariencia de un galán, aunque en su vida íntima odie a las mujeres. Para Barak Obama, el negro norteamericano que espera ser el candidato demócrata por la presidencia de los Estados Unidos en 2008, es un problema grave. En su libro, *The Audacity of Hope*, confiesa que, “Those of us in public life have become so scripted, and the gestures the candidates use to signify their values have become so standardized [...] that it becomes harder and harder for the

⁸³ “Ser el tema de la conversación es ser parte de una historia, y ser parte de una historia es estar a merced de los que cuentan las historias –los medios y sus espectadores. La persona famosa, más que una persona es una historia sobre una persona.” T.A.

public to distinguish between honest sentiment and political stagecraft.”⁸⁴ (Obama, B., 2006; p. 64) En la primera entrevista imposible, la confusión ya existe y Aimée Semple McPherson se aprovecha de ella sin escrúpulos.

Si aceptamos lo que dijo el filósofo francés Guy Debord, “Le spectacle est le soleil qui ne se couche jamais sur l’empire de la passivité moderne. Il recouvre toute la surface du monde et baigne indéfiniment dans sa propre gloire”⁸⁵ (Debord, G., 1992; p. 13), el artificio se extiende no solamente a las personas, sino a los entornos en donde viven, van de compras, se divierten. El hospital se parece a un hotel; el centro comercial a un parque de atracciones; el restaurante mexicano de comida corrida a una iglesia en el campo; el coche a un avión supersónico, y la jaula del jardín zoológico a un rincón de la selva africana. Pasamos de una escenografía a otra, como si el mundo fuera un gran estudio cinematográfico, convencidos de que estamos viendo el mundo, cuando miramos una simulación.

No hay mejor ejemplo que las propiedades de tiempo compartido que se han hecho muy populares hoy en día. En lugar de comprar un departamento amueblado a orillas del mar, el cliente compra el derecho de ocupar el departamento, digamos, cuatro semanas por año. Es decir, es su propiedad, pero solamente en periodos predeterminados. Los muebles son los mismos para cada dueño. Lo que cambia son los adornos —los cuadros, las sábanas, los toallas, la fotografía del matrimonio o de los nietos, los almohadas— que el cliente arregla a su gusto. Cuando el cliente se va, unas camaristas toman fotografías del departamento para recordar cómo el cliente lo quiere. Después los adornos personales son almacenados en una bodega. Antes de la próxima visita del cliente, las camaristas consultan las fotografías para “personalizar” el departamento, como era once meses antes. Así, el cliente tiene la impresión de

⁸⁴ “Aquellos de nosotros que participamos en la vida pública estamos preparados de antemano y los gestos que usan los candidatos para expresar sus valores son tan estandarizados, que para el público es más y más difícil distinguir entre los pensamientos honestos y la mera técnica escénica política.” T.A.

⁸⁵ “El espectáculo es el sol que nunca se acuesta sobre el imperio moderno de la pasividad. Él recubre la superficie entera de la tierra y se baña constantemente en su propia gloria.” T.A.

regresar no a una residencia que comparte con otros once dueños, sino a su propio hogar.

Estamos lejos del mundo de las *Entrevistas Imposibles*, pero no tan lejos: Covarrubias y Ford ya revelaban una sociedad que aplaudía al engaño a condición solamente de que el engaño fuera divertido; una sociedad que admiraba el fraude (el alcalde Jimmy J. Walker), al criminal (Al Capone), al periodista de mala pinta (Arthur Brisbane). La fama era suficiente para entrar en el panteón de los dioses modernos. Al yuxtaponer a celebridades de los dos extremos del espectro, las *Entrevistas* no solamente exponían la relatividad moral de la celebridad, sino condenaban implícitamente al sistema que la permitía.

Las *Entrevistas* se pueden ver como el antecedente del *talk show*, el programa emblemático de la televisión en la última mitad del siglo 20. El anfitrión de *The Jack Paar Show* o de *The Tonight Show with Johnny Carson*, invitó a varias celebridades que platicaban con él sobre sus vidas y sus proyectos; sentados sobre un diván uno al lado del otro, los invitados constituyeron parejas tan insólitas como las de las *Entrevistas*. El mandato era igual: ¡ser divertido!

Los caricaturistas como Covarrubias jugaron un papel indispensable en la deificación momentánea de las personalidades de su día, transformándolas en una “marca” tan reconocida como la botella de Coca-Cola o el pan Bimbo. “At what may have seemed its most extreme manifestation, one wasn’t even reduced to one’s image, but to the symbols of that image,” añade Gabler. “The self became a synecdoche: a cane for Charlie Chaplin, a ski-nose profile for Bob Hope, a wild mane of hair for Albert Einstein. Every celebrity worth the designation had to have some ready referent, whether a physical characteristic or a signature expression or a distinctive vocal inflexion or a style of dress in

order to claim his space in the crowded celebrity universe.”⁸⁶ (Gabler, N., 1998; p. 221).

En suma, para volverse famoso, uno tenía que convertirse en una caricatura. Literalmente. La caricatura remplazaba al ser. Una característica servía para definir toda la persona. La humanidad del individuo no estaba destruida, sino dejada de lado por ser irrelevante. La fama dispensaba todos los derechos, y la credencial de la fama era la caricatura.⁸⁷

Lo que fue una verdad en 1935 es una ley inviolable en el siglo 21. Las *Entrevistas Imposibles* son un pronóstico, la primera evidencia de lo que se volvió ahora una obsesión. Las personalidades han cambiado. Texas Guinan y Ella Boole son olvidadas, aunque otros —Clark Gable, Marlene Dietrich y Adolf Hitler— siguen interesándonos. Pero tenemos nuestro propio elenco que cada día se hace más grande. La televisión —y sus *reality shows*— es la nueva varita mágica. Solamente hemos empezado a explorar la vinculación entre la internet y la fama. De todos modos, los encuentros insólitos se multiplican con una velocidad vertiginosa.

Ahora Covarrubias es reconocido como uno de los caricaturistas más sagaces del siglo veinte. En su libro “Los Moneros de México”, Rius le pidió a veinte de sus colegas que eligieran a los caricaturistas mexicanos más destacados. A la cabeza de la lista: Miguel Covarrubias. Sin embargo, durante su vida Covarrubias era visto en México sobre todo como arqueólogo, etnólogo,

⁸⁶ “En lo que podía haber sido su manifestación más extrema, una persona no era reducida a una imagen, sino a los símbolos de esta imagen. El ser se transformó en una sinédoque: un bastón y un bombín, para Charles Chaplin; una nariz en forma de pendiente de ski, para Bob Hope; una melena salvaje para, Albert Einstein. Cada celebridad que valiera ser reconocida debía de tener un referente a mano, ya fuera una característica física, o una expresión personal, o una entonación distintiva, o un estilo particular de vestirse para reivindicar su espacio en el universo sobrepoblado de la celebridad.” T.A.

⁸⁷ En una entrevista con *The Washington Post*, el cómico negro Richard Pryor hizo una confesión sorprendente. Le dijo al reportero que, “You see, I want to be great and you can recognize great people like Muhammad Ali and Bob Hope just by looking at a nameless caricature. When everybody can look at my caricature and say, ‘That’s him. That’s Richard Pryor,’ then I’ll be great.” (Gabler, N., 1998; p. 221) [“¿Sabes qué? Quiero ser importante y tú puedes reconocer a la gente importante como Muhammad Ali y Bob Hope nada más al ver una caricatura anónima. Cuando todo el mundo pueda ver mi caricatura y decir, ‘¡Es él! Es Richard Pryor,’ yo seré importante.”] T.A.

profesor, coleccionista e impulsor de la danza nacionalista. La primera exposición importante de su obra caricatural tuvo lugar en la ciudad de México en 1987, treinta años después de su muerte. Fue una revelación.

Su fama como caricaturista siempre ha sido más grande en los círculos culturales de los Estados Unidos, cuya cultura urbana y cuyos valores sofisticados él entendía y satirizaba instintivamente casi desde su llegada a la gran urbe. Covarrubias fue el más neoyorkino de los mexicanos. Mientras los valores de esta sociedad se han vuelto valores universales (¿quién en el planeta no conoce a Britney, Paris y Lindsay?), más la originalidad y la visión del caricaturista se evidencian.

Hoy las *Entrevistas* no son imposibles, sino inevitables, omnipresentes, alucinantes. El jardín de la celebridad se ha convertido en una selva salvaje. La lucha para sobresalir es ahora un combate terrible. Más que la droga, la fama parece haber envenenado a todos. Covarrubias —tal vez caricaturista más amable de su época— ya podía imaginar la pesadilla.

El Chamaco fue profeta.

LITERATURA CITADA

- Armory, Cleveland and Bradlee, Frederic. 1960. *Vanity Fair, A Cavalcade of the 1920s and 30s*. Viking Press, New York.
- Bergson, Henri. 1940. *Le Rire*. Presses Universitaires de France, París.
- Boorstin, Daniel J. 1992. *The Image*. Vintage Books, New York.
- Braudy, Leo. 1997. *The Frenzy of Renown*. Vintage Books. Random House, New York.
- Brown, John L. 1987. *Miguel Covarrubias: hombre del renacimiento*, en Miguel Covarrubias: Homenaje. Centro Cultural Arte Contemporáneo, México, D.F.
- Burns, Ric and Sanders James. 1999. *New York, An Illustrated History*, Knopf, New York.
- Covarrubias, Miguel. 1925. *The Prince of Wales and Other Famous Americans*. Alfred A. Knopf, New York.
- Covarrubias, Miguel. 1927. *Negro Drawings*. Alfred A. Knopf, New York.
- Covarrubias, Miguel. 1938. *Slapstick and Venom*, en Theater Arts Monthly in México, Theater Arts, Vol. XXII, No. 8, New York.
- Covarrubias, Miguel. 2004. *La Isla de Bali*. Universidad Veracruzana y Universidad Nacional Autónoma de México, Coyoacán, México.
- Cox, Beverly J. and Anderson, Denna Jones. 1985. *Miguel Covarrubias Caricatures*. Smithsonian Institution Press, Washington, D.C.
- Dalton, Karen C., and Gates, Henry Louis. 1998. *Josephine Baker and La Revue Negre, Paul Colin's lithographs of Le Tumulte Noir in Paris, 1927*. Harry Abrams, New York.
- Debord, Guy. 1992. *La Societé du Spectacle*. Gallimard, París.
- Debroise, O. 1987. *Miguel Covarrubias: Cronista de una época prodigiosa*, en Miguel Covarrubias: Homenaje. Centro Cultural Arte Contemporáneo, México, D.F.
- EFE. "Son Brad Pitt y Angelina de Cera", en *AM Querétaro*, 28 de julio de 2006, Querétaro, p. 12.
- Ford, Corey. 1967. *The Time of Laughter*. Little Brown and Co., Boston, MA.

- Gabler, Neal. 1998. *Life the Movie*. Alfred Knopf, New York.
- García Pelayo y Gross, Ramón. 2003. *Pequeño Larousse Ilustrado*, México.
- Haldeman-Julius, Marcet. "Miguel Covarrubias", en *The Haldeman-Julius Quarterly*, New York, enero de 1927.
- Hall, Carolyn. 1984. *The Thirties in Vogue*. Conde Nast Publications, Inc. Hong Kong.
- Heinzelman, Kurt. 2004. *The Covarrubias Circle: Nicholas Muray's Collection of Twentieth-Century Mexican Art*. University of Texas Press, Austin, TX.
- Hirschfeld, Al. 1991. 2006. *Hirschfeld's Harlem*. Glen Young Books, New York.
- Nast, Condé, "Vogue Incorporating Vanity Fair", en *Vogue*, 1 de marzo de 1936, New York, p. 51
- Navarrete, Sylvia. 1987. *Miguel Covarrubias: Caricaturista*, en *Miguel Covarrubias: Homenaje*. Centro Cultural Arte Contemporáneo, México, D.F.
- Navarrete, Sylvia. 1993. *Miguel Covarrubias, artista y explorador*. Ediciones ERA. México, D.F.
- Obama, Baraka. 2006. *The Audacity of Hope*. Crown, New York.
- Poniatowska, Elena. 2004. *Miguel Covarrubias, Vida y mundos*. Ediciones ERA, México, D.F.
- Reaves, Wendy Rick. 1998. *Celebrity Caricature in America*. Yale University Press, New Haven.
- Riddell, J. (Corey Ford). 1928. *Meaning No Offense*, ilustrado por Covarrubias. The John Day Company, New York.
- Riddell, J. (Corey Ford). 1930. *The John Riddell Murder Case*. Ilustrado por Covarrubias. Charles Scribner's Sons, New York.
- Riddell, J. (Corey Ford). 1932. *In the Worst Possible Taste*. Ilustrado por Covarrubias. Charles Scribner's Sons, New York.
- Rius. 1994. *Los Moneros de México*. Random House Mondadori, México, D.F.
- Sánchez, Américo. (editor). 2005. *Covarrubias: 4 Miradas*. Editorial R.M., México, D.F.

Spotto, Donald. 1993. *Marilyn Monroe: The Biography*. Harper Collins, New York.

Tablada, Juan José. "Nueva York de Día y de Noche", en *El Universal*, 2 de agosto de 1925, México, p. 3 y 30 de noviembre de 1924, p. 36.

Van Vechten, Carl. 1926. *Nigger Heaven*. Alfred A. Knopf, New York.

Williams, Adriana. 1994. *Covarrubias*. University of Texas Press, Austin, TX.

Williams, Adriana y Yu-Chee Chong. 2005. *Covarrubias in Bali*. Editions Didier Millet, Singapore.

APÉNDICE

APÉNDICE

Las Entrevistas Imposibles: Fecha y tema

- 1) Diciembre de 1931: Aimee Simple McPherson vs. Mahatma Gandhi; *Vanity Fair*, p. 56. (Véanse las páginas 47 y 107.)
- 2) Enero de 1932: Albert Einstein vs. Evangeline Adams; *Vanity Fair*, p. 37. (Véanse las páginas 50 y 108.)
- 3) Febrero de 1932: Howard Chandler Christy vs. Pablo Picasso; *Vanity Fair*, p. 56. (Véanse las páginas 50 y 109.)
- 4) Marzo de 1932: Governor Huey Long vs. Benito Mussolini; *Vanity Fair*, p. 40. Long fue el gobernador corrupto del estado de Lousiana; Mussolini, el dictador de Italia. En la entrevista, Long trata de convencer a Mussolini de que importe las camisas de dormir blancas que son el vestido preferido del KKK, un grupo racista sureño que luchó por muchos años contra los derechos de los negros; también quiere que Mussolini declare el “pot likker” (un alcohol hecho de maíz por los campesinos pobres) la bebida oficial de Italia. Mussolini, frunciendo severamente el ceño, no está convencido. Aunque Covarrubias retrate a dos demagogos, estos no son iguales. Mussolini, con su cuerpo inflado de luchador popular y sus rasgos feroces, representa la amenaza más poderosa. Long, cuyos rasgos son los de un residente senil en un asilo de la tercera edad, es un principiante.
- 5) Abril de 1932: John D. Rockefeller, Sr. vs. Josef Stalin; *Vanity Fair*, p. 44. (Véanse las páginas 38 y 51.)
- 6) Mayo de 1932: Greta Garbo vs. Calvin Coolidge; *Vanity Fair*, p. 37. En la sexta entrevista, Greta Garbo, la estrella de la pantalla hollywoodense, y el presidente Calvin Coolidge —ambos conocidos por hablar poco, aunque por razones diferentes— están sentados en el mismo diván. Ella está aburrida con este mojigato, cuyo collar demasiado grande le da la apariencia de un adolescente de la primaria. Él está molesto con este símbolo sexual, cuyo vestido elegante la aprieta como la piel de una serpiente. Él no sabe qué decir; sus piernas están enredadas. Ella no quiere hablar; en un segundo va a bostezar. En la pared, entre los dos, cuelga un cuadro de la Esfinge. Covarrubias toma un placer exquisito en su malestar mutuo. El caricaturista también dibujó a la actriz para la portada de *Vanity Fair* (febrero de 1932). Las dos caricaturas enfatizan sus ojos azules medio cerrados, la angulosidad de su cuerpo esbelto y su expresión de aburrimiento lánguido. No preocupaba a Covarrubias repetirse. Una variación de Calvin Coolidge —cabeza en forma de huevo, nariz protuberante, cara pecosa— ya había aparecido en *The Prince of Wales*.

- 7) Junio de 1932: Marie of Roumania vs. Mae West; *Vanity Fair*, p. 38. La adusta reina Marie de Rumania, tristemente vestida de negro, se queja de que nadie lea su autografía, o quiera su fotografía, o le pida hacer la promoción de una crema de cara. Mae West, célebre por su franqueza, le contesta que, "Sister, lemme put you wise. Royalty don't get you any place, any more. Today they only want the kind of Queen they can hold in their laps." ("Hermana, déjame darte un consejo. La realeza no cuenta para nada en estos días. Hoy, la única reina que quieren es la que está sentada en sus rodillas.") La nueva realeza no se define por la sangre azul, sino por un cuerpo voluptuoso, la piel rosada y el *sex appeal*. West, mostrando con orgullo sus formas neumáticas, es la reina del mundo moderno. Covarrubias capta perfectamente la confianza y la sensualidad exageradas que la actriz proyectaba en sus películas populares.
- 8) Julio de 1932: Eugene O'Neill vs. Jimmy Durante; *Vanity Fair*, p. 25. El sublime vs. el ridículo. O'Neill, el dramaturgo lúgubre, platica con Jimmy Durante, el cómico lúdico. Covarrubias recicla la caricatura de O'Neill que ya había aparecido en *The Prince of Wales* y *Meaning No Offense*, y que enfatiza la frente ancha y los ojos obsesionados del autor de dramas largos y pesados. Durante, el de la nariz gigantesca, mira por el hombro del autor buscando, en el manuscrito que está escribiendo, la inspiración para una de sus rutinas hilarantes.
(Véase la página 17.)
- 9) Agosto de 1932: Herbert Hoover vs. Jim Landos; *Vanity Fair*, p. 21.
(Véanse las páginas 52 y 110.)
- 10) Septiembre de 1932: Senator Brookhart vs. Marlene Dietrich; *Vanity Fair*, p. 36. (Véanse las páginas 53 y 111.)
- 11) Octubre de 1932: Chief Justice Charles Evans Hughes vs. Al Capone; *Vanity Fair*, p. 49. Entre Al Capone y Chief Justice Hughes está la reja de una prisión. Pero no se puede decir quién está adentro de la cárcel y quién está afuera. En el mundo de la celebridad, el gángster y el juez son iguales. Es cierto que ambos aparecen igualmente pagados de sí. La sonrisita carnosa de Capone, que había ganado una fortuna en el tráfico clandestino de bebidas alcohólicas, es la de un sabio enigmático. Sus ojos son medialunas y sus cejas negras forman dos arcos que se juntan para sugerir las alas de un ciervo volando. Al contrario, Hughes, el juez principal de la Corte Suprema, tiene cejas, bigotes y barba que son blancos como la nieve y que sugieren tres palomas volando. ¿Blanco vs. negro? ¿La rectitud vs. la corrupción? Covarrubias no toma partido. La caricatura es ambigua; ni condena, ni aprueba. "Ain't my gang the real government of the USA?" presume Capone. ("Mi pandilla, ¿no es el verdadero gobierno de los Estados Unidos?") Hughes levanta la mano dignamente. Está protestando ante el alarde de Capone o está de acuerdo con él?

- 12) Noviembre de 1932: Clark Gable vs. The Prince of Wales; *Vanity Fair*, p. 40.
(Véanse las páginas 54 y 112.)
- 13) Diciembre de 1932: James J. Walker vs. Ex-King Alfonso; *Vanity Fair*, p. 40. Dos exiliados —el alcalde neoyorkino, James J. Walker (rechazado por ser corrupto) y el rey Alfonso de España (derrocado por los republicanos)— beben en una terraza mediterránea y filosofan sobre los caprichos de la fama. Entre ellos está una estatua de Cupido, lo que parece enfatizar que el amor no dura para siempre ni en la política ni en el matrimonio. A la izquierda se ven la pierna y el tacón alto de una mujer que está saliendo del dibujo. Ambos hombres tenían la reputación de ser mujeriegos.
(Véanse las páginas 73 y 74.)
- 14) Enero de 1933: Mrs. Ella Boole vs. Miss Texas Guinan; *Vanity Fair*, p. 36. Otra entrevista entre una reformista, Ella Boole, y una pecadora, Texas Guinan. Boole era la directora de la Women's Christian Temperance Union (WCTU), una organización dedicada a promover la abstinencia y a apoyar la enmienda decimotercera que prohibía la venta, la manufactura y el consumo de bebidas alcohólicas. Texas Guinan era la dueña del 300 Club, el *speakeasy* más popular de Nueva York por su ambiente desinhibido y sus bailarinas medio desnudas. (Guinan siempre mantenía que no vendía alcohol, sino refrescos, y que sus clientes llevaban con ellos sus propias botellas de alcohol.) Al encontrarse las dos mujeres descubren que la prohibición es igualmente importante para ambas. Le permite a Guinan ganar dinero y le da a Boole una razón de luchar. "Just suppose the Eighteenth Amendment were finally repealed [...] we'd both be out of a job," reflexiona Guinan francamente. ("Imagina que la enmienda decimotercera fuera anulada [...] ¡nosotras estaríamos sin empleo!") El dibujo de Covarrubias usa el círculo como punto de partida: los brazos levantados de Guinan, sus perlas; los lentes de Boole, su sombrero conservador. La mesa redonda con sus vasos y sus botellas es cubismo puro. Pero también hay ecos de futurismo: las piernas levantadas de las bailarinas y las letras brillantes al fondo crean una impresión de movimiento y ruido. Covarrubias conocía las vanguardias y no tenía miedo de copiar las innovaciones.
- 15) Febrero de 1933: S. L. Rothafel ("Roxy") vs. Arturo Toscanini; *Vanity Fair*, p. 25. En la batalla entre la cultura alta y la cultura popular, casi siempre gana el representante de la cultura popular. En este caso, es S. L. Rothafel, conocido como "Roxy", igual al teatro enorme que dirigió en Nueva York. El teatro presentaba algunas veces por día un espectáculo vivo con un elenco sobrepoblado, seguido por una película. La arquitectura grandiosa del teatro y lo suntuoso del espectáculo formaban un mundo exótico que prefiguraba las fantasías arquitectónicas de Las Vegas de hoy. "Roxy" sabe tener la receta del éxito y se burla de

Toscanini, aunque Toscanini fuera uno de los directores de orquesta mas destacados de la década. “The only reason people come to hear you is because you’re the famous Toscanini. They don’t even listen to your music [...] You just like to put your audience to sleep.” (“La única razón por la cual la gente viene a escucharte es que eres el famoso Toscanini. No oye tu música [...] Solamente te gusta poner a dormir a los espectadores.”) Toscanini tiene una cara imponente hecha de triángulos dramáticos, desde la barbilla hasta los ojos. La geometría severa indica que no está feliz. El dibujo es una mezcla elegante de negro, oro, blanco y café.

- 16)Abril de 1933: Walter Lippmann vs. Walter Winchell; *Vanity Fair*, p. 33. Covarrubias y Ford comparan a dos periodistas célebres –Walter Lippman, el intelectual que meditaba sobre asuntos internacionales; y Walter Winchell, el creador de la columna de chismes, quien escribió sus artículos en un argot telegráfico inventando palabras como “pushover” (un incauto) y “belly laugh” (una carcajada) que son ahora parte del idioma. El periodismo que practicaba Winchell se llama “gutter journalism”, y en el dibujo de Covarrubias, ¡Winchell está caminando sobre la alcantarilla de la calle! Un vendedor de periódicos lo mira con susto (sin duda, acaba de leer uno de sus reportes exclusivos). Lippman, vestido con un saco negro, tiene el aspecto severo de un pastor sin piedad, mientras Winchell es otro de los zorros listos que tanto le gustaba dibujar a Covarrubias. Al fondo, las luces y los letreros de Broadway brillan como en un cuadro futurista.
- 17)Mayo de 1933: Arthur Brisbane vs. The Sphinx; *Vanity Fair*, p. 29. La Esfinge, según el diálogo de Ford, sabe todo y dice nada, mientras que Arthur Brisbane, el periodista más remunerado de su generación, “dice todo y....” Aunque sus artículos sensacionalistas propulsaban la venta de millones de periódicos, el dibujo de Covarrubias y el diálogo de Ford son pura crítica. En lugar de describir el mundo responsablemente, Brisbane prefería exagerar creando un universo alternativo dominado por el drama y el terror. En la mente de sus lectores, sus exageraciones periodísticas eran más reales que la realidad misma. Pero como Covarrubias lo pinta, Brisbane es una criatura ridícula e insignificante al lado de la Esfinge, una mujer bella con los ojos cerrados. El paisaje (semejante al del cuadro en la sexta entrevista) es uno de los más bellos que llevó a cabo el artista, con camellos, pirámides y una palmera llena de gracia. Las dunas cubistas son blancas; el horizonte, una mezcla de rojo y morado; y el cielo, azul profundo y perforado por las estrellas eternas.
- 18)Junio de 1933: Herr Adolph Hitler and Huey S. Long vs. Josef Stalin and Benito Mussolini; *Vanity Fair*, p. 25. (Véanse las páginas 55 y 113.)
- 19)Julio de 1933: Theodore Roosevelt vs. Franklin Delano Roosevelt; *Vanity Fair*, p. 21. Franklin D. Roosevelt —el trigésimo segundo presidente de

los Estados Unidos y el único elegido por cuatro mandatos- fue uno de los políticos que más dibujó Covarrubias para *Vanity Fair*. Su caricatura apareció en tres portadas —en septiembre de 1932 (agarrando un tarro de cerveza); en febrero de 1933 (con el vicepresidente, James Nance Garner), y en noviembre de 1934 (como un *chef* sirviendo un águila sobre un plato, en lugar del pavo tradicional de Thanksgiving). También en el número de marzo de 1933, Covarrubias dibujó la primera inauguración de Roosevelt en Washington, una ilustración masiva que muestra a más de cincuenta políticos distinguidos en las escaleras del Capitolio. (Los suscriptores de *Vanity Fair* podían comprar una copia de la ilustración a doble página por \$1.) En esta *Entrevista Imposible*, es reunido con el fantasma de su sobrino distante, Theodore Roosevelt, vigésimo segundo presidente del país. En todos las caricaturas, FDR es una figura de optimismo y de energía —su cara angular es dominada por la barbilla puntiaguda y la nariz en forma de flecha; detrás de los lentes redondos los ojos brillan de alegría. Para un país sumergido en un pesimismo profundo, él representaba lo garboso y lo positivo; la admiración de Covarrubias no se puede dudar ni por un instante. El fantasma de Theodore explica su presencia arriba de la Casa Blanca diciendo, “I’d like to win a place in history, too —as the fifth cousin of a famous man.” (“También quisiera obtener un lugar en la historia —como el quinto sobrino de un hombre ilustre.”) Pero en comparación con el aristocrático Franklin, es un fantasma rústico y burdo.

20) Septiembre de 1933: Lucrezia Bori vs. Kate Smith; *Vanity Fair*, p. 32. (Véase la página 56.)

21) Diciembre de 1934: Sally Rand vs. Martha Graham; *Vanity Fair*, p. 40. (Véanse las páginas 58 y 115.)

22) Enero de 1935: Gracie Allen vs. Gertrude Stein; *Vanity Fair*, p. 25. Las palabras disparatadas unen a Gracie Allen con Gertrude Stein, una de las entrevistas más chistosas. La señora Allen, la esposa tarambana de George Burns, logró la adoración pública como una mujer que no podía expresar una idea sin masacrar el idioma inglés, ni retorcer la lógica. No es que tuviera una cabeza hueca, sino que tenía una cabeza mal organizada. Era una pensadora muy original, una dadaísta instintiva. Cuando Gertrude Stein declara famosamente que una rosa era una rosa era una rosa, es cierto que Allen la entendió perfectamente. La caricatura de Covarrubias capta a Allen en medio de una frase, su gran boca abierta, como soplando un secreto en la oreja de Stein. Aquella —reservada, masculina y un poco imponente—, junta sus labios estoicamente; está sufriendo la presencia de esa mujer chismosa, pero le cuesta trabajo. Sin embargo Allen sabe la verdad: son hermanas unidas por el galimatías. Concluye alegremente: “If you or I ever made sense, we wouldn’t last two minutes, would we?” (“Si tú y yo fuéramos comprensibles, no duraríamos dos minutos, ¿verdad?”)

- 23)Febrero de 1935: Margret Sanger vs. Mrs.Dionne; *Vanity Fair*, p. 28. (Véase la nota 66 al pie de la página 61.)
- 24)Marzo de 1935: Samuel Johnson vs. Alexander Woollcott; *Vanity Fair*, p. 36. Sobre una mesa están dos bustos clásicos de mármol. Uno representa a Dr. Samuel Johnson, el lexicógrafo inglés que publicó en 1755 su *Diccionario del idioma inglés*. El otro es de Alexander Woolcott, el crítico teatral neoyorkino que es comparado irónicamente con el gran escritor inglés. Johnson es la encarnación de la pomposidad; Woolcott podría ser el globo de un niño. Más de la mitad del círculo que describe su cara sirve para definir su cuello, su barbilla y su papada. No se le ven sus ojos detrás los lentes redondos, y su nariz, el pico de un ave, esconde una boca chiquita. El busto de Johnson domina al de Woolcott, un tirano célebre, aunque aquél está puesto sobre un libro para darle más altura. Es una vez, quizá la única, en las entrevistas en que la cultura clásica triunfa sobre la cultura popular. A Woolcott le gustaban mucho las caricaturas, incluso las de Covarrubias. En los años veinte escogió las caricaturas teatrales que aparecieron en el periódico, *New York World*. Sobre sus papeles personales estaba impresa su propia caricatura, hecha por William Auerbach-Levy. Sólo el dibujo —y no su apellido ni su dirección— servía para identificar al crítico.
- 25)Abril de 1935: Professor Piccard vs. Dr. Beebe; *Vanity Fair*, p. 29. En su góndola presurizada,el científico suizo Auguste Piccard había subido más de diez millas en la atmósfera, mientras el norteamericano William Beebe había bajado más de 3,000 pies en el océano en una campana de buzo. Se encuentran en el dibujo de Covarrubias —Beebe emergiendo del mar verde; Piccard de las nubes en gris azulado. Ambos científicos tienen la cabeza calva en forma de pera; Covarrubias las coloca horizontalmente, lo que da la impresión de que una es el reflejo de la otra. Piccard propone que tengan una reunión en la superficie de la tierra. “Don’t be silly, Pic,” contesta Beebe. “If we were on the surface, nobody would pay any attention to us.” (“No seas tonto, Pic. Si estuviéramos en la superficie de la tierra, nadie nos prestaría atención.”) En las profundidades del mar, Covarrubias pone peces exóticos, monstruos fantásticos y sirenas elegantes, todos inspirados por el arte balinés. Ambos reinos —el mar misterioso y el cielo estrellado- son encantadores. Hacía siete años, Covarrubias ya había dibujado a Beebe para el libro *Meaning No Offense*, pero el retrato en la entrevista es más sutil, más cómico y más sofisticado. El mexicano se muestra en plena maestría de su arte.
- 26)Mayo de 1935: Dr. Freud vs. Jean Harlow; *Vanity Fair*, p. 29. (Véanse las páginas 60 y 116.)
- 27)Junio de 1935: Dorothy Dix vs. Peggy Hopkins Joyce; *Vanity Fair*, p. 29. No hay entrevista más absurda que ésta: el encuentro de Peggy Hopkins Joyce, una artista de poco talento célebre sobre todo por sus bodas

múltiples, con la periodista Dorothy Dix, una solterona que daba consejos en su columna a los perdidamente enamorados. Sus lectores, que eran numerosos, le escribían sobre sus problemas personales, los que Dorothy resolvía con mucho sentido común. (En la nueva cultura de la personalidad, no están expuestas solamente las vidas de los famosos, sino las de los ciudadanos ordinarios; la columna de la señorita Dix era muy imitada.) En el dibujo, la cazafortunas elegante y la solterona con las canas de abuela están sentadas, una al lado de la otra, sobre un columpio. Covarrubias hace una alusión cómica al hecho de que en los espectáculos fastuosos de Broadway, ¿se pudieran ver las coristas más bellas columpiándose en escenografías iguales a los cuadros de Watteau!

28) Agosto de 1935: Will Rogers vs. Noel Coward; *Vanity Fair*, p. 32. (Véanse las páginas 60 y 61.)

29) Septiembre de 1935: Frances Perkins vs. Shirley Temple; *Vanity Fair*, p. 33. (Véanse las páginas 62 y 63.)

30) Noviembre de 1935: Haile Selassie vs. Joe Louis; *Vanity Fair*, p. 25. El diálogo para esta entrevista fue escrito (y firmado) por P. G. (Paul Gallico), un escritor que en este entonces se especializaba en artículos sobre los deportes. Haile Selassie, el emperador de Etiopía, quiere saber cómo derrocar a las tropas de Mussolini que han invadido su país. Louis, campeón mundial de la categoría de los pesos pesados, describe su manera de boxear, usando el dialecto de negros pobres y sin educación, mientras el emperador traduce los consejos deportivos en términos militares. Louis es un coloso bronceado, con brazos tan robustos como el tronco de un roble y puños cerrados casi tan grandes como su cabeza. Tanta fuerza comprimida tiene que explotar. Aunque la entrevista admira al campeón, ahora el dibujo y el texto parecen racistas, como muchos en *The Negro Drawings*.

31) Diciembre de 1935: Edna May Oliver vs. Katharine Cornell; *Vanity Fair*, p. 28-29. Katherine Cornell, la reina de la tragedia, demuestra su capacidad para sobreactuar en este encuentro con Edna Mae Oliver, una actriz de reparto que representaba muy exitosamente a mujeres excéntricas en el cine. Oliver era una mujer sin pretensiones y proyectaba una amabilidad que compensaba su fealdad y explicaba su popularidad con el público norteamericano. Covarrubias le da una cara caballuna, ojos en forma de dos asteriscos y un vestido de los más modestos. Al contrario, Cornell es el retrato mismo de la aprensión. Se agarra de la garganta como si acabara de tragar un veneno. Sus ojos gigantescos han visto la sombra de la muerte; su boca en picada está hecha para gemir. Aún cuando era una actriz madura, Cornell aceptó el papel de Julieta, una adolescente, en "Romeo y Julieta". Oliver apareció en la versión cinematográfica de la misma obra shakespeariana en 1936, pero triunfó como la niñera cómica. La implicación: como actriz,

Oliver se entiende mejor que Cornell, cuya ambición ardiente es, sobre todo, destronar a la gran Duse.

- 32) Enero de 1936: George Arliss vs. Cardenal Richlieu, Duke of Wellington and Disraeli; *Vanity Fair*, p. 36. (Véanse las páginas 63-65 y 117.)
- 33) Febrero de 1936: Fritz Kreisler vs. Louis Armstrong; *Vanity Fair*, p. 33. (Véase la página 66.)
- 34) 1 de marzo de 1936: Vogue vs. Vanity Fair; *Vogue*, p. 70-71. (Véanse las páginas 67 y 68.)
- 35) 1 de mayo de 1936: Anthony Eden vs. Heywood Broun; *Vogue*, p. 70-71. (Véase la página 69.)
- 36) 15 de junio de 1936: Stalin vs. Schiaparelli; *Vogue*, p. 43. (Véanse las páginas 69 y 118.)
- 37) 15 de agosto de 1936: Shakespeare vs. Metro-Goldwyn-Mayer; *Vogue*, p. 51. El gran dramaturgo William Shakespeare es no más que un guionista bien pagado en esta entrevista, que lo muestra con cuatro de las personas que participaron en la adaptación cinematográfica de 1936 de "Romeo y Julieta". Son (de izq. a der.) Talbot Jennings (en la esquina), el escritor; Irving Thalberg, el productor; Norma Shearer que representó a Julieta, aunque tuviera 34 años; y Leslie Howard que fue Romeo, a pesar de sus 42 años. Como en la entrevista 32, el tema es el arte, rehecho y diluido por Hollywood. Todos miran a Shakespeare con reverencia, pero esta adoración no impidió que el estudio MGM cambiara la obra de Shakespeare para que atrajera a un público tan grande como fuera posible. La película fue nominada para cuatro Óscares, pero los críticos notaron que para representar una historia de dos adolescentes, los actores eran ridículamente viejos. Thalberg, otro de los zorros que gustaban tanto a Covarrubias, sabe lo que cuenta: la venta de boletos. Visualmente, con su cabeza calva en forma de un foco, Shakespeare es primo del Professor Piccard y del Dr. Beebe (entrevista 25).
- 38) 15 de septiembre de 1936: Eve vs. Dr. Ditmars; *Vogue*, p. 87. (Véase la página 70.)

FIGURAS



FIGURA 1. Covarrubias, por Barton



Figura 2. Calvin Coolidge



Figura 3. José Juan Tablada



Figura 4. Pablo Picasso

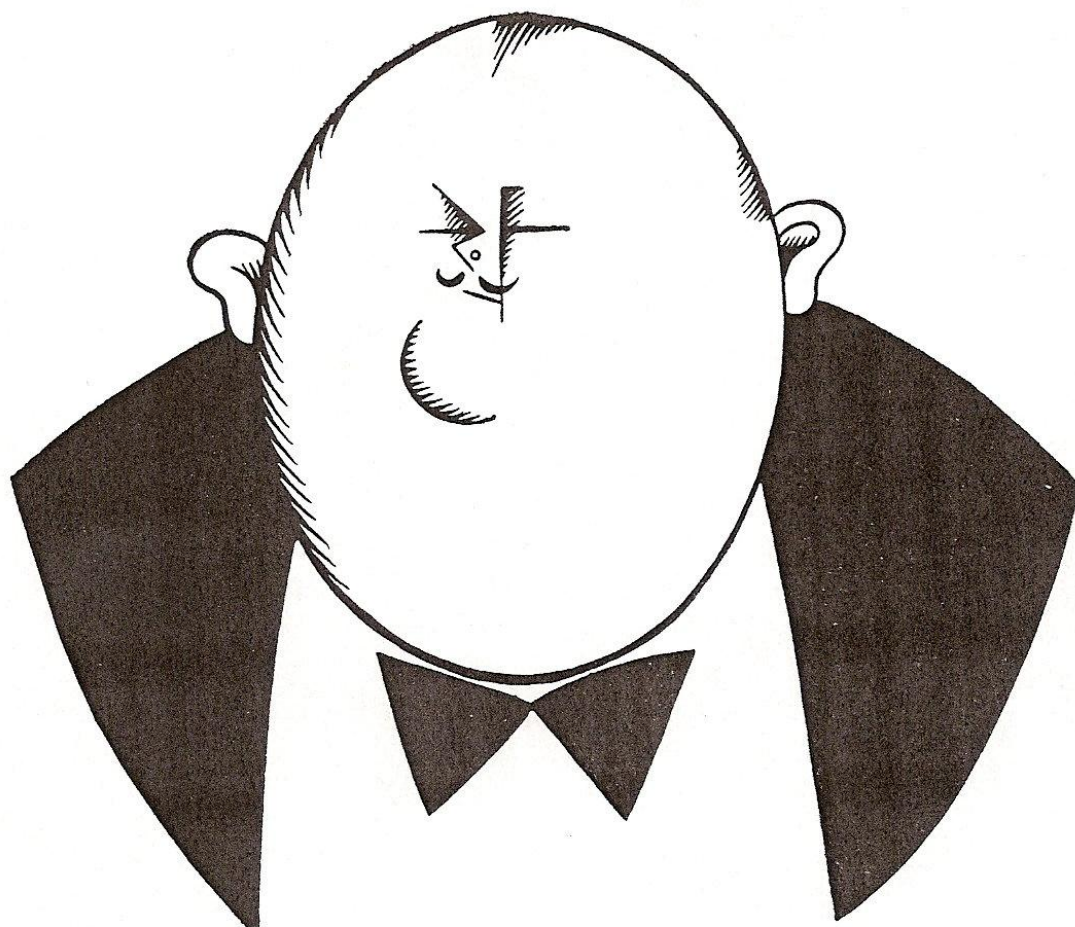


Figura 5. Paul Whiteman



Figura 6. Irving Berlin

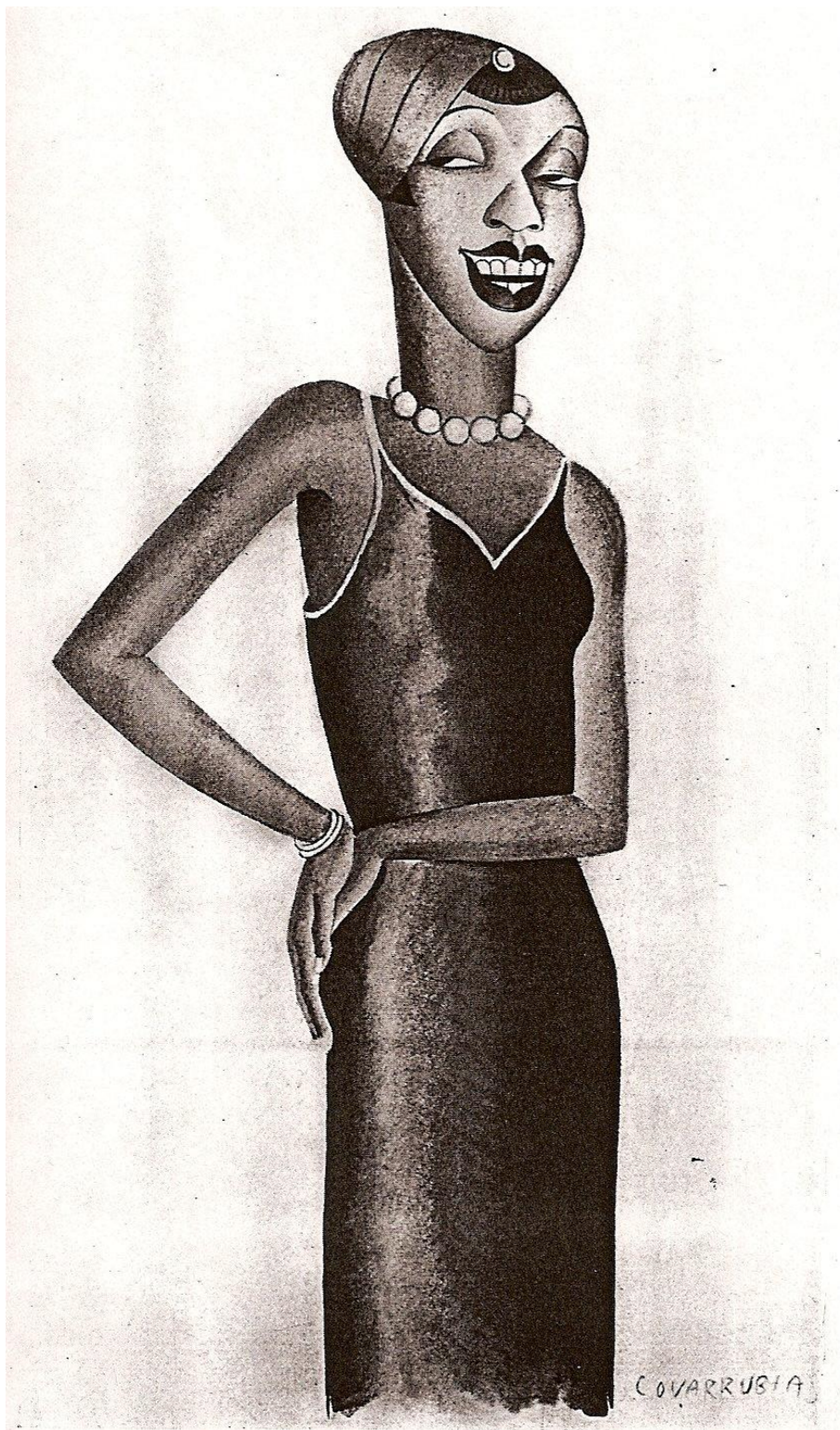


Figura 7. That Teasin' Yella Gal



Figura 8. Cakewall

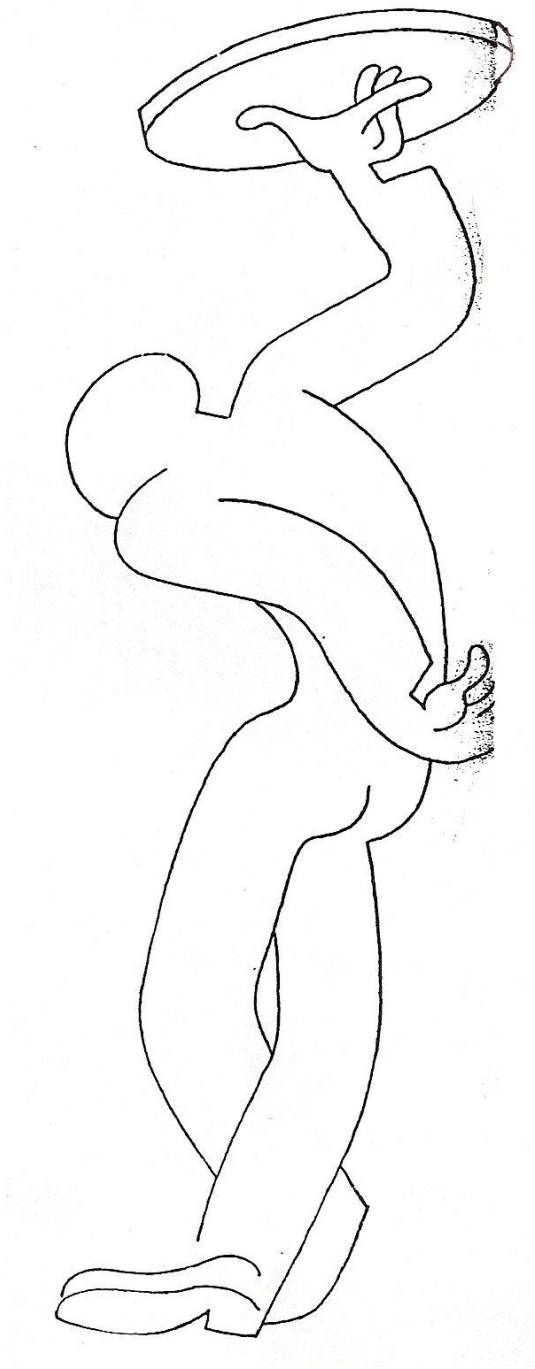


Figura 9. Dancing Waiter



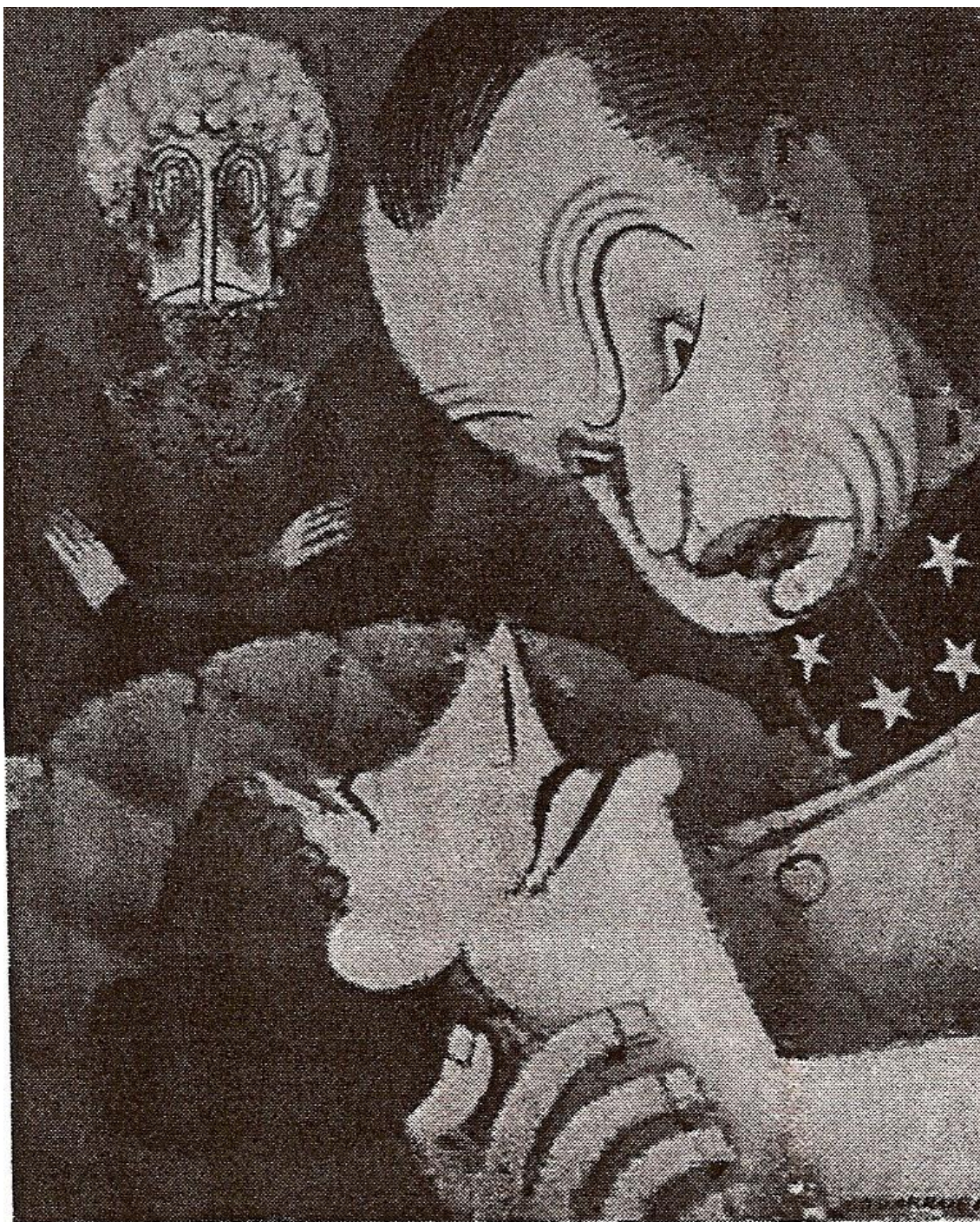
Figura 10. Hansom Driver



Figura 11. Happy Days in Berlin



Figura 12. Mae West



"REUNION IN VIENNA"

igura 13. Lynn Fontanne, Alfred Lunt, Helen Westley

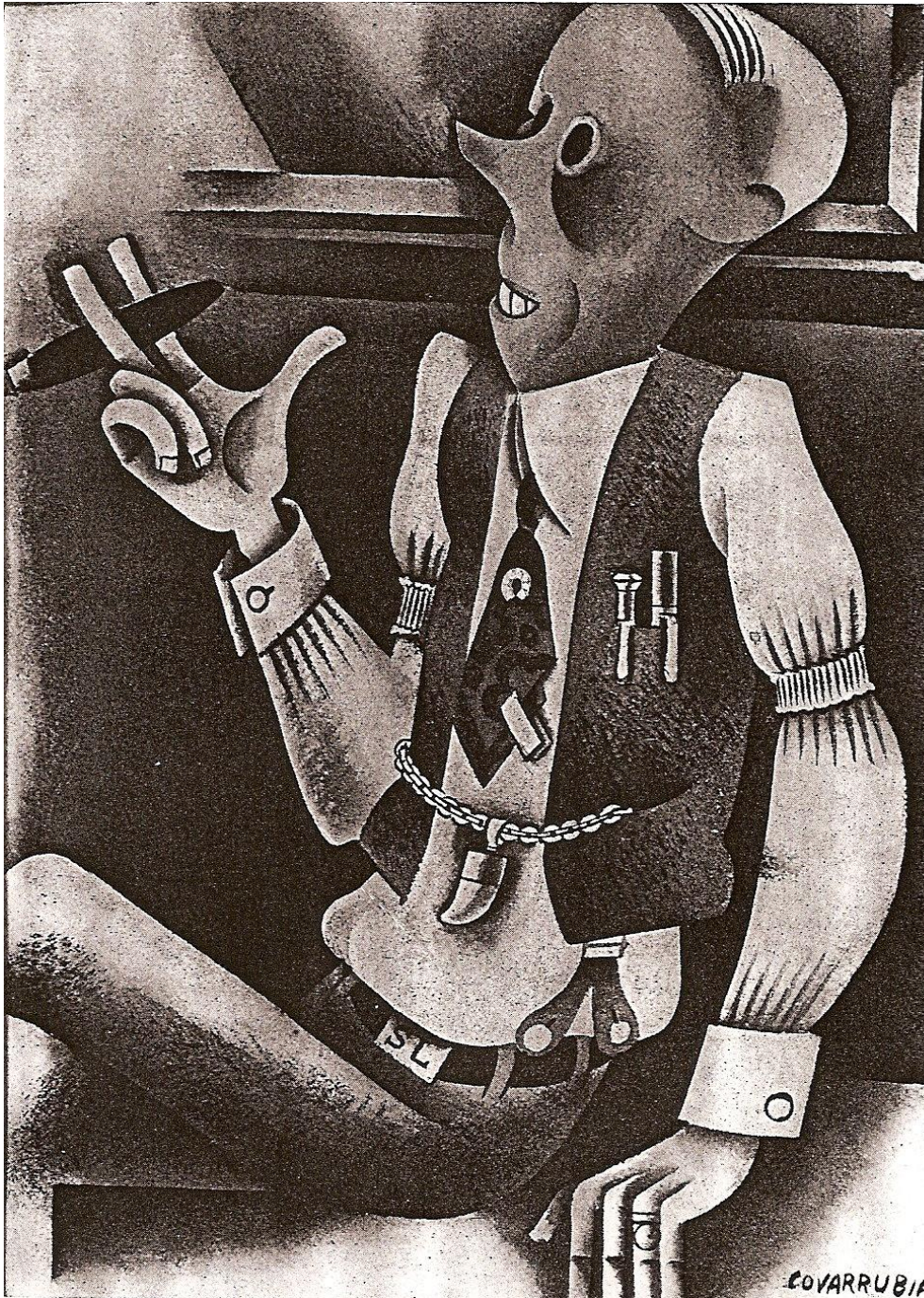


Figura 14. Sinclair Lewis

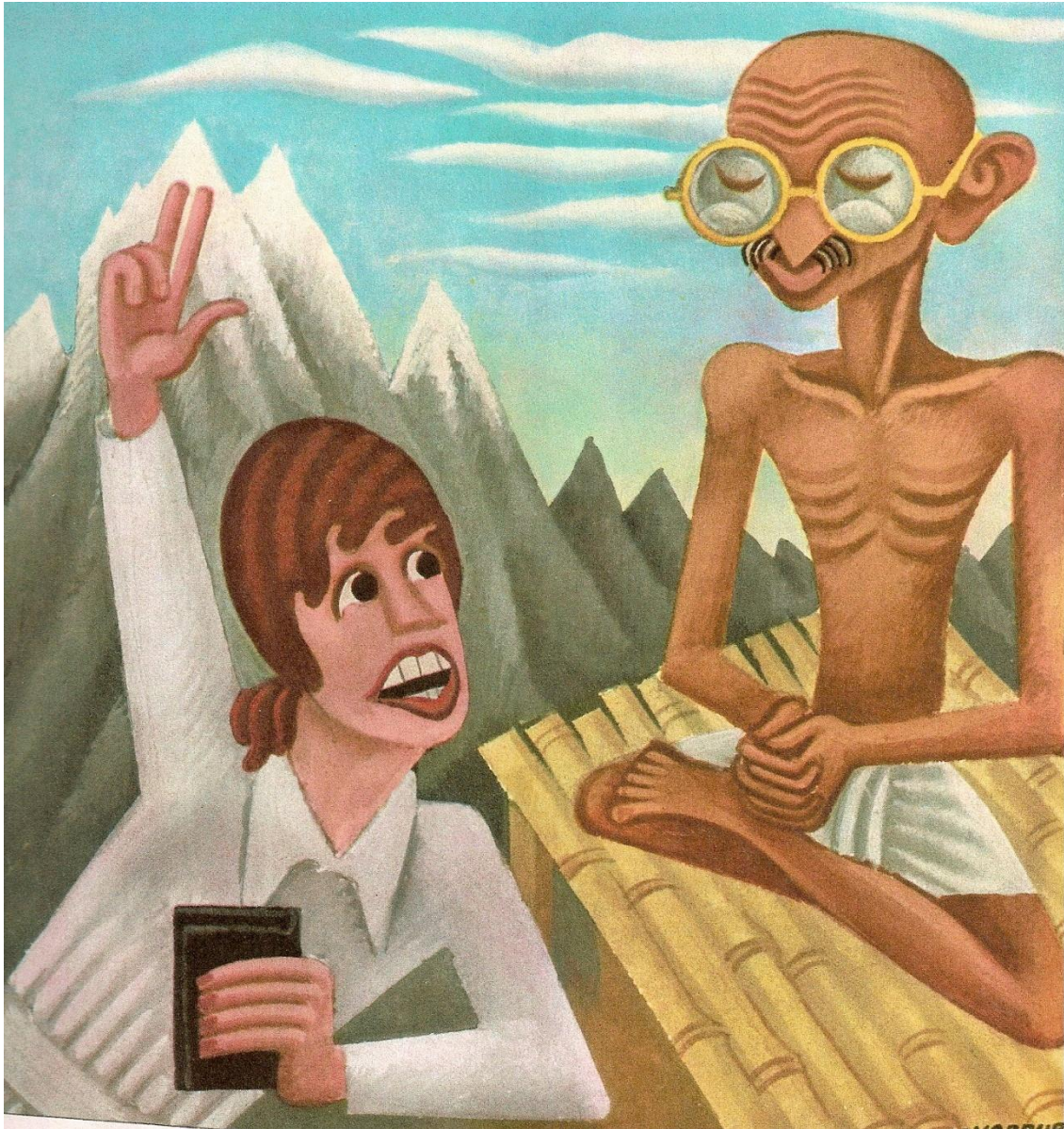


Figura 15. Mahatma Gandhi/Aimée Semple McPherson



Figura 16. Albert Einstein/Evangeline Adams



Figura 17. Pablo Picasso/Howard Chandler Christy

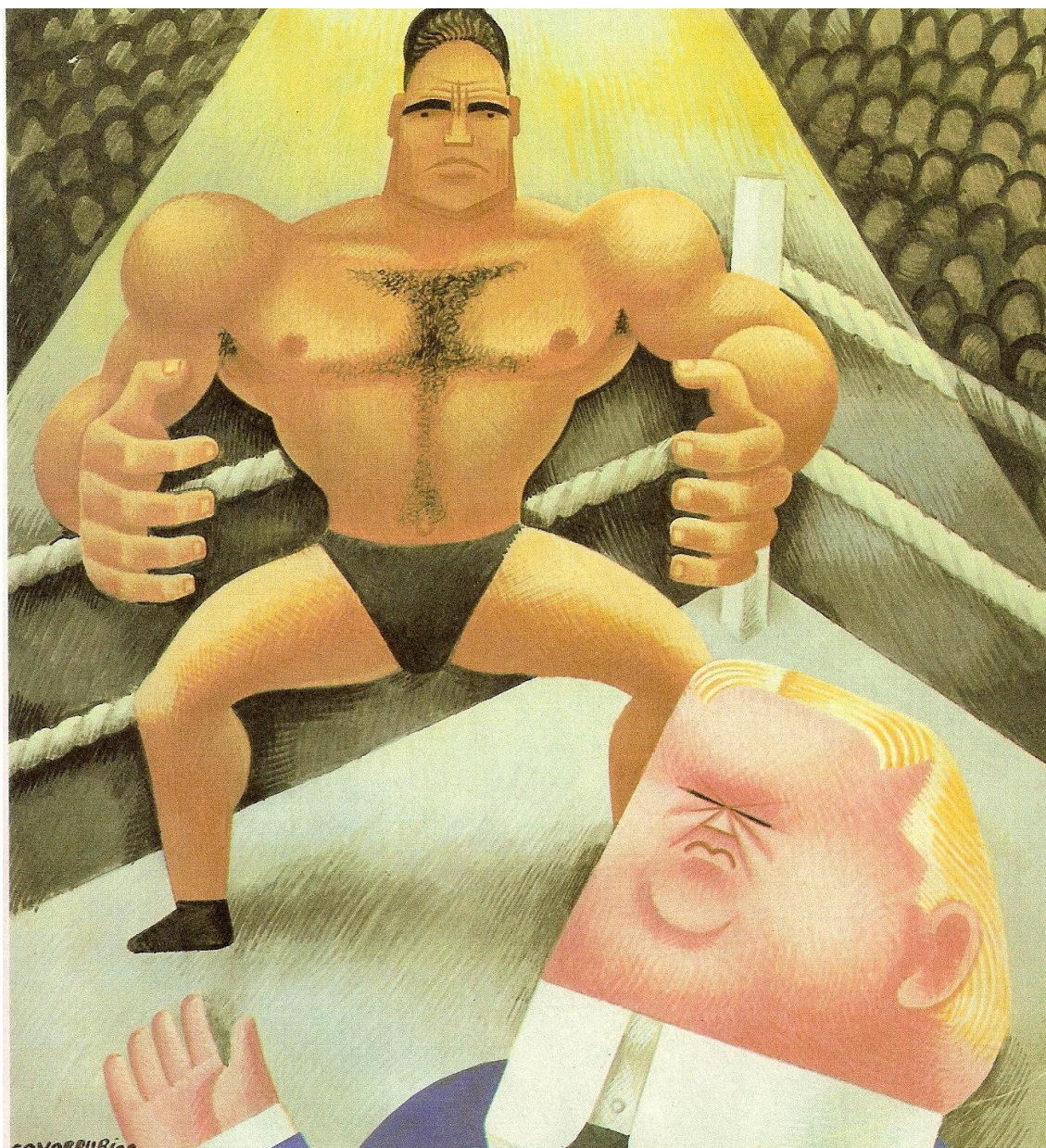


Figura 18. Herbert Hoover/Jim Landis



Figura 19. Senator Brookhart/Marlene Deitrich



Figura 20. Clark Gable/The Prince of Wales



Figura 21. Adolf Hitler/Huey S. Long, Benito Mussolini/Josef Stalin

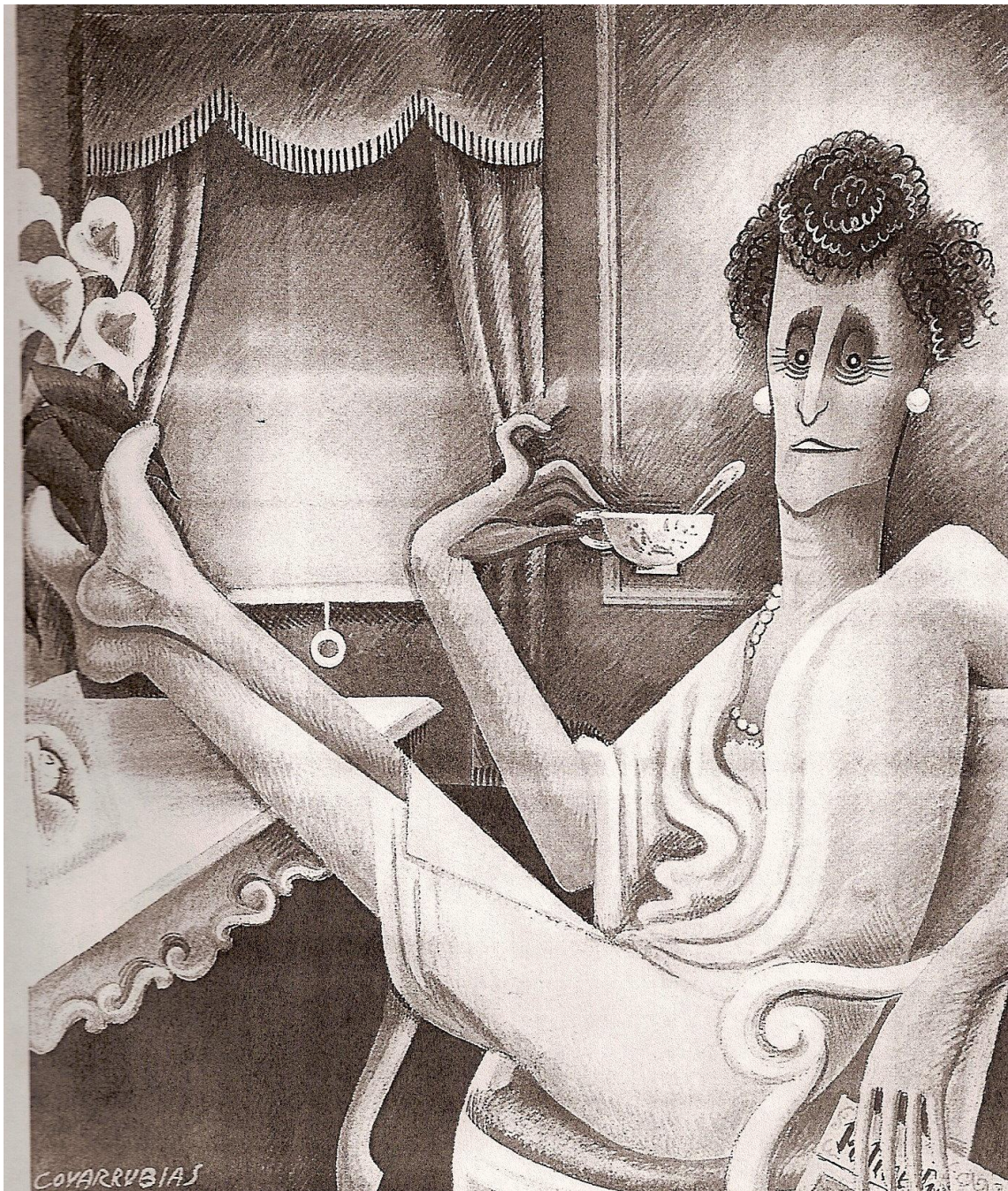


Figura 22. Emily Post



Figura 23. Sand Rand/Martha Graham

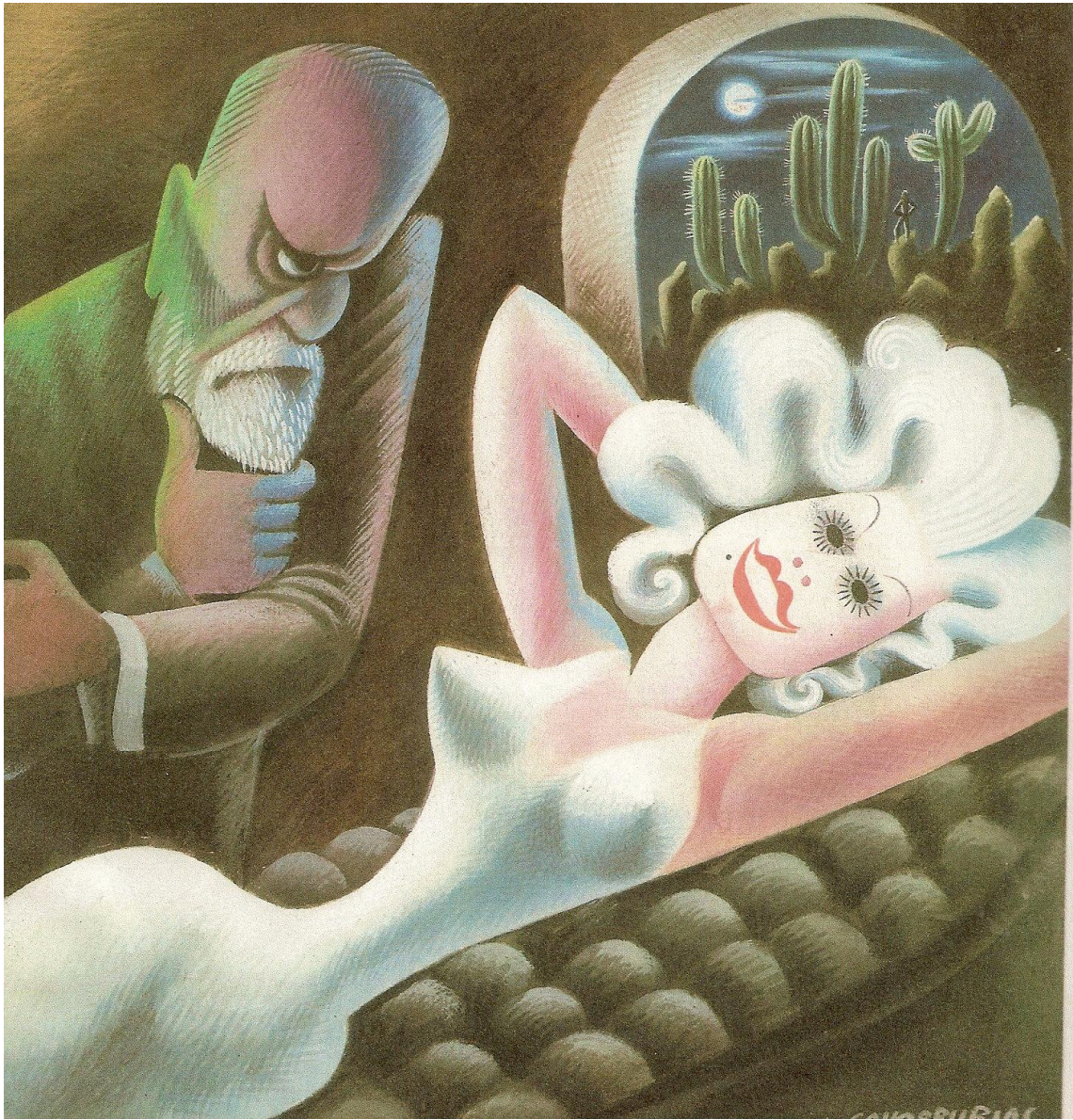


Figura 24. Jean Harlow/Sigmund Freud

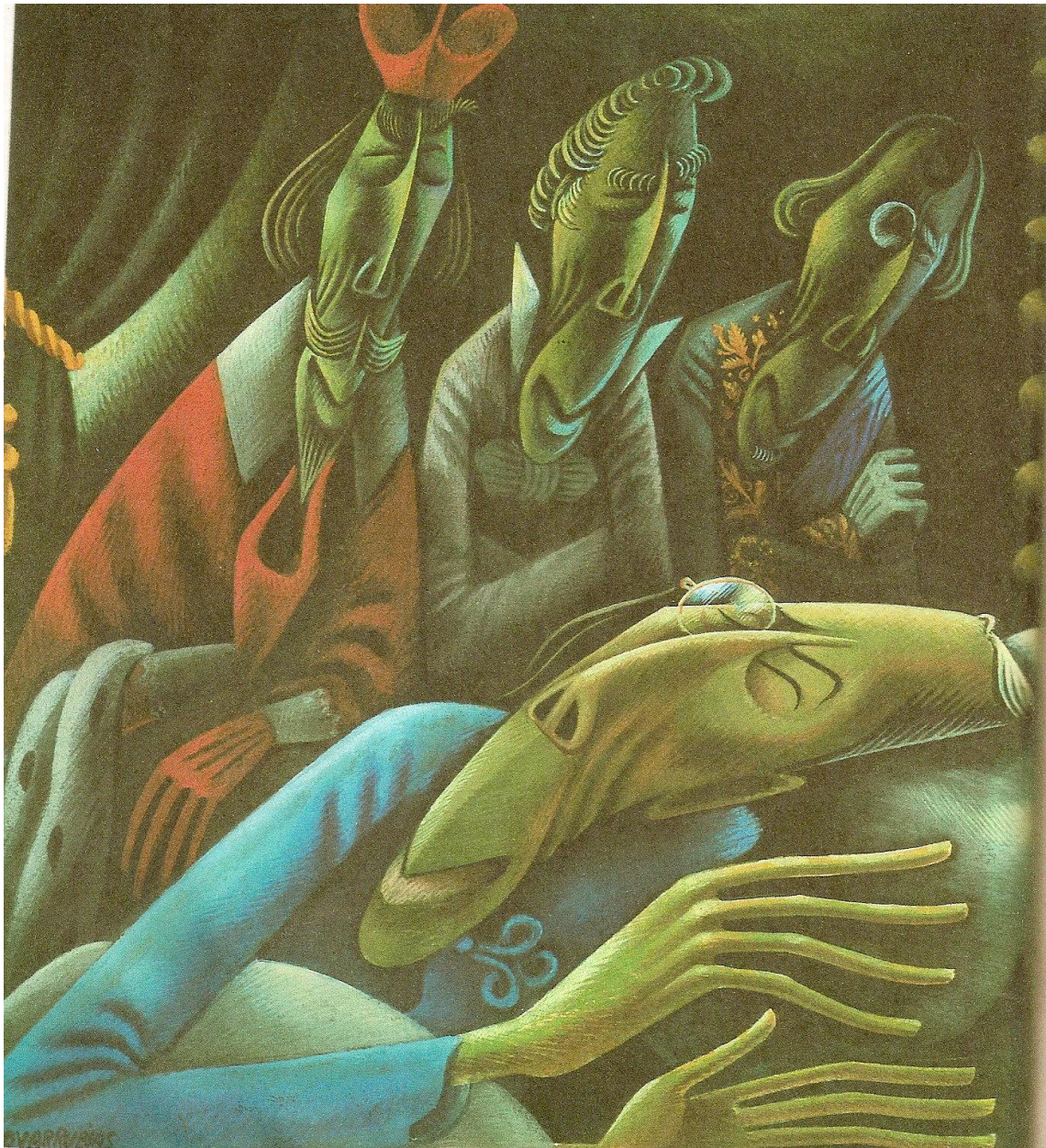


Figura 25. George Arliss and roles



Figura 26. Josef Stalin/Elsa Schiaparelli