



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN HISTORIA DEL ARTE
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ESTÉTICAS
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIDAD MORELIA

La fórmula secreta: imaginario fotográfico de Rubén Gámez.
Análisis de las imágenes

ENSAYO ACADÉMICO
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRA EN HISTORIA DEL ARTE

PRESENTA:
Marcela M. Mena Barreto

TUTOR PRINCIPAL
Dra. Rebeca Monroy Nasr
Dirección de Estudios Históricos, INAH

TUTORES
Dr. Álvaro Vázquez Mantecón
Universidad Autónoma de México, UAM
Dr. Israel Rodríguez
Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM

CIUDAD DE MEXICO, 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mi directora, tutora y maestra Rebeca Monroy Nasr, por impulsarme no solo en este proceso, sino desde hace varios años en las labores académicas, profesionales y fotográficas. A mis asesores Israel Rodríguez y Álvaro Vázquez Mantecón, les agradezco por haberse interesado en mi proyecto y por sus valiosas sugerencias.

De igual modo, agradezco a Jesse Lerner, Patricia Priego, David Wood, Alejandro Pelayo, Laura González, Alejandro Gracida y Edgar Torres, por sus puntuales comentarios, consultas para mi trabajo. A Susana Gámez, Gabriela Gámez, Maru Gaitán, Silvia Gómez, Miguel Ángel Berumen, Óscar Menéndez, Rodrigo Moya y Toni Khun, por las diversas entrevistas, con las que este estudio ha sido posible.

A los generosos compañeros del Seminario del Sabor de la Imagen por compartir su biblioteca, su apoyo, acompañamiento en los momentos de escritura así como su pasión por las fotografías a Isaura Oseguera, Adriana Martínez, Grecia Jurado, Nidia Balcázar, Oralia García Cárdenas, Elizabeth Chávez y Gabriel Rodríguez.

Por su incondicional apoyo, escucha y acompañamiento en este proceso a mis familiares y amigos Silvia Barreto, Lovejoy, Warren Ontiveros, Uriel Orozco Alexandra Germán y Miguel Ortega.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: Instantáneas de un fotógrafo: 1947-1950	11
1.1 Las primeras luces	11
1.2 Wiggins Trade Technical Junior College y The University of South of California, USC.....	15
CAPÍTULO II: Imaginario transnacional: 1950-1959	21
2.1 Los noticieros	22
2.1.1 Los noticieros: la antesala cinematográfica	25
2.1.2 Rubén Gámez en los noticieros cinematográficos	26
2.2 Cinefotógrafos	36
2.3 Binomio Nacho López y Rubén Gámez	37
CAPÍTULO III: La fórm(a)+ula= 1960-1965	41
3.1 Concurso de Cine Experimental	43
3.2 La película	46
3.3 Publicidad	55
3.3.1 Anti	56
3.3.2 Anti-tributo: charros vs. cowboys	57
3.3.3. Anti-noticiero	60
3.4 Iconografía pop	63
3.5 El film justifica los medios. Latinoamérica	69
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	78

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objeto de estudio el mediometraje experimental *La fórmula secreta*, del director sonorensé Rubén Gámez Contreras. Esta cinta fue producida en el marco del I Concurso de Cine Experimental en 1965, convocado por la Sección de Técnicos y Manuales del Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica (STPC), con el objetivo de incentivar propuestas narrativas, técnicas, y abrir paso a nuevos directores, quienes desde hace décadas buscaban acceder al acotado gremio cinematográfico controlado por el mismo STPC.

El mediometraje se estructura con poderosas imágenes de la mexicanidad y otras contrastantes de un sistema hegemónico disfrazado de modernidad. La crítica formó parte de su estilo, el cual marcó una distancia radical del resto de las películas mexicanas, sobre todo del modelo hollywoodense predominante. Ver este mediometraje en aquel momento fue un acto subversivo, lo que propició que Gámez fuera reconocido como un cineasta experimental; él mismo realizó la dirección, la fotografía y ejecutó el montaje de *La fórmula secreta* –y otras cintas propias– por lo que la película ha sido catalogada de culto.

El interés por analizar esta obra responde, en cierta medida, al adeudo histórico correspondiente a la cinta y al director. Si bien, este ensayo se aleja de ser un texto monográfico, abona datos sobre su quehacer publicitario, recupera nueva documentación y material audiovisual de su oficio, y sobre todo, ofrece una nueva lectura alrededor de las redes profesionales con otros cinefotógrafos del periodo, hasta ahora desconocidos.

Durante el proceso de investigación, surgieron distintos cuestionamientos a los que se habían planteado en un inicio con relación al trabajo publicitario de Rubén Gámez y su formación en general; sin embargo, la historiografía existente tampoco había indagado en ello. La literatura se ha preocupado por dar sustanciosos análisis que generalmente están en relación con la crítica, las vanguardias cinematográficas y reiteraciones de *La fórmula secreta*; por lo tanto, reconstruir o abonar algunos pocos –pero necesarios– datos en la materia, ha permitido por un lado dar un giro en el análisis de la película, y por otro, solventar una fracción de la deuda histórica existente.

Rubén Gámez. La fórmula secreta es la obra más extensa dedicada a Gámez y su mediometraje, realizada en 2014, casi medio siglo después de la cinta. Incluye numerosos

fotogramas de su trayectoria fílmica, así como abundantes notas de prensa de las cuales es posible recuperar la recepción del film. También se reúnen diversos textos, algunos provenientes de otras publicaciones y otros realizados para este fin de autores como Damián Ortega (coordinador); Víctor Jiménez (Fundación Juan Rulfo); la transcripción del *Poema para cine* o el guion de la cinta a cargo de Juan Rulfo; José de la Colina (Grupo Nuevo Cine); Carlos Monsiváis (que también participó con el grupo Nuevo Cine), del crítico Jorge Ayala Blanco, quienes analizan la convocatoria, el concurso y extienden reseñas favorables de la cinta. Jesse Lerner logra proponer una visión crítica, actual y necesaria de *La fórmula secreta* al partir de teorías visuales al elaborar un análisis iconográfico de la obra de Gámez, donde además plantea nuevos paradigmas en la cinta; un texto del mismo Gámez que se publicó en la revista *Artes de México* (2001); una cronología del director; un par de entrevistas, una realizada por Alejandro Pelayo en 1984 –actual director de Cineteca Nacional–, y otra a cargo de Conchita Perales en 1992, en ambas entrevistas es posible percatarse del pensamiento y estilo personal del director.

En *Genealogías del arte contemporáneo en México 1952-1967*, Israel Rodríguez hace una contextualización del momento artístico y cinematográfico internacional en la capital del país, alrededor del grupo y la publicación Nuevo Cine con el concepto de “cine de autor”, las resonancias de sus miembros en cuanto a la crítica de García Riera, Salvador Elizondo o Jorge Ayala Blanco, así como comentarios del Concurso Experimental.

Por su parte, Álvaro Vázquez Mantecón analiza también en ambos catálogos cuál es la reacción crítica y visual por parte de los fotógrafos a los marcados contrastes sociales que fueron producto del desplazamiento urbano a través de las imágenes, como Lola Álvarez Bravo con sus fotomontajes, Nacho López, Juan Guzmán, Rodrigo Moya o Héctor García, quienes documentaron el impacto y cambio modernizador con sus disonancias; Álvaro Vázquez ya atisbaba la conexión visual desde lo fotográfico con Gámez al señalar:

En ella [*La fórmula secreta*], con la claridad narrativa elaborada por los fotógrafos de la década anterior, en la medida en que intentaba erigirse en una diatriba sobre la tradición desplazada por un proceso modernizador asociado a la expansión del capitalismo transnacional.¹

¹ Álvaro Vázquez Mantecón. “La imagen disidente. Discrepacias al proyecto modernizador en el cine y la fotografía de los años cincuenta y sesenta”, en *Desafío a la estabilidad* (Ciudad de México: UNAM, 2015), 338.

La presencia de Gámez en estos catálogos, ocupa un espacio literario como índice de lo contemporáneo y posiblemente de lo conceptual; sin embargo, no hay referencias, rastreo o ejemplos del peso y trascendencia de *La fórmula secreta* hacia otras latitudes, lo que representa una carencia, es decir, por qué no se ha elaborado una revisión puntual desde el aspecto formal y temático en torno a la muy probable influencia visual y cinematográfica de Rubén Gámez y su producción sobre otros cineastas –que no son pocos–, artistas contemporáneos en México, y posiblemente en Latinoamérica.

La hipótesis de esta investigación se centra en los antecedentes de formación profesional de Rubén Gámez como fotógrafo de publicidad en el Frank Wiggins Trade Technical Junior College y en la University of South of California, USC, ambas en Los Ángeles, California. Si bien el cineasta mencionó en distintas ocasiones que se formó como fotógrafo en estas dos entidades, las referencias al respecto no han sido exploradas y puestas en el contexto de análisis en su obra, que se llevan a cabo como parte de esta investigación.

Para ello, fue posible realizar una investigación de campo gracias al apoyo económico del posgrado de Historia del Arte de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, para acudir a la ciudad de Los Ángeles, con el objetivo de rastrear y reunir información sobre la formación de Rubén Gámez como fotógrafo publicitario, para ubicar datos relevantes sobre las dos entidades educativas, los programas de estudio, los profesores e incluso proyectos escolares en los que el joven Gámez pudo haber participado.

Es importante señalar que, en vísperas del 1er. Concurso, varias notas de prensa anunciaban la participación de Rubén Gámez con la cinta que llevaría por nombre *Coca-Cola en la sangre*, probablemente por motivos comerciales o legales al usar el nombre de la marca, terminó por titularse *La fórmula secreta*. Estas referencias propiciaron el cuestionamiento clave de esta investigación: ¿por qué no se ha analizado la película desde una perspectiva publicitaria? Dado el nombre del producto refresquero y además del título, ¿no es evidente el peso de una estética, de la cultura de consumo y una crítica puntual alrededor de las marcas transnacionales en dicho mediometrage?

El objetivo principal de este ensayo es precisamente analizar *La fórmula secreta* a partir de conceptos de la publicidad, para ello partimos del acercamiento y antecedentes formativos de Rubén Gámez como fotógrafo publicitario en Los Ángeles California. Enseguida, se reconstruye el periodo de su inserción profesional como fotógrafo publicitario

y camarógrafo en los noticieros cinematográficos en la década de los cincuenta en México. Finalmente se analizan distintas secuencias y fotogramas de la cinta, lo que permitirá la construcción de su imaginario llevado al objeto de estudio desde un enfoque contemporáneo.

Uno de los retos más propositivos en este trabajo, a modo personal, ha sido articular diversos materiales historiográficos, teóricos, artísticos y filosóficos, con su tiempo, su forma, añadiendo nuevos datos e imágenes que pretenden ajustarse a un trabajo ordenado y académico; sin embargo, el verdadero problema ha sido salir de ese camino para coincidir con la experimentación (*materia gris* del film) en la escritura. Dicho de otro modo, pretender que todo esto no infiera en la forma de pensamiento propia, en resonancia con las palabras de Raymond Bellour “[...] algunos de aquellos que desde hace unos años han querido ‘analizar films’, no tanto una pretensión de la verdad (aun cuando haya sido real), sino un deseo de experimentar.”²

A falta de un archivo personal donde consultar diarios, libros, documentos y otros materiales que ayudaran a reconstruir el periodo de formación de Rubén Gámez, fueron necesarias las valiosas entrevistas que dan cuenta aquí de los datos de su estancia en Estados Unidos y otros tantos de su quehacer en México. Al tejer estas conversaciones con otras existentes fue posible reconstruir el imaginario de Gámez desde un aspecto de su hacer que se encontraba fragmentado, lo cual permite comprender su obra fílmica, concretamente *La fórmula secreta*, desde otros lugares (o latitudes).

En este trabajo ha sido posible desplegar los capítulos en orden geográfico y cronológico, en coordinación con las fuentes bibliográficas y orales en estos espacios. En este sentido, se realizó la traducción al español de todas las citas provenientes de publicaciones utilizadas en el primer y segundo capítulo alrededor del contexto cinematográfico en Estados Unidos, que se intercala con el de México.

De cierto modo, el capitulado de este trabajo traza el recorrido de Rubén Gámez en su trayecto profesional, y tiene como punto de partida su estancia en Estados Unidos. De esta manera, en el primer apartado se recupera el breve periodo de 1947 a 1950 para reconocer los antecedentes formativos de Rubén Gámez en Los Ángeles, California.

² Raymond Bellour, “Cuando se escribe la foto del cine”, en *Entre imágenes* (Buenos Aires: Ediciones Colihue, 2009), 73.

En el segundo capítulo sigue el tránsito y breve descenso en el mapa –amalgama– al terreno mexicano en la década de los cincuenta; se enmarca el periodo en el que Gámez regresa a México para insertarse en el medio publicitario con otros cinefotógrafos y en el contexto de la industria cinematográfica, así como recuperar nuevas evidencias de su trayectoria profesional, al tiempo que aborda las dualidades en las cuales no solamente transitó, sino que llevó a su trabajo fílmico como constante visual y temática.

En ese apartado se busca contextualizar algunos acontecimientos de la industria cinematográfica en México, con la intención de pensar en el panorama en el que se elabora *La fórmula secreta*. Además, atender el surgimiento de la convocatoria del 1er. Concurso de Cine Experimental y especialmente ahondar en el círculo de cinefotógrafos contemporáneos de Gámez y que también participaban del mundo publicitario. Estos cinefotógrafos no son pocos, entre ellos se encuentran Juan Rulfo, Nacho López, Antonio Reynoso, Rafael Corkidi y el mismo Gámez. Más relevante aún, esta investigación reúne materiales que dan testimonio visual y documental de su quehacer en el medio cinematográfico, esto como consecuencia de rastrear e identificar material publicitario para fines de análisis a este trabajo. A su vez, fue estudiado de modo general el tópico de los noticieros fílmicos, como origen, contexto, funciones, además de algunas particularidades tanto cinematográficas como visuales, técnicas y en estructura.

Es en el tercer capítulo donde se recuperan estos antecedentes, sobre todo los aspectos formales y la profunda relación visual de los noticieros con *La fórmula secreta*. Aquí se pone el punto final de una línea meridional, que alcanza a tocar algunas regiones del resto de Latinoamérica en los años sesenta, y colocar las posibles influencias de Gámez con respecto a un periodo y género artístico nuevo para analizar su obra.

Por lo anterior, en este último capítulo se plantea la posibilidad de que *La fórmula secreta* sea índice o huella de la transición del periodo de vanguardia artística al periodo contemporáneo o conceptual, debido a la utilización de distintos recursos presentes en obras así categorizadas a mitad de la década de los sesenta y principios de los setenta. Con ello nos referimos concretamente al pop-art, no sólo en Estados Unidos, sino a la evidente simultaneidad en la obra y pensamiento de artistas en distintas latitudes en el continente: Cildo Meireles y Hélio Oiticica en Brasil, Antonio Caro en Colombia y el mismo Warhol en América del Norte.

Dicha afinidad entre el pop art y la obra de Gámez, apenas la menciona Jorge Ayala Blanco en su texto: “es posible encontrar la huella de numerosos cineastas y escuelas: el surrealismo buñuelesco, Georges Franju, Chris Marker, la vanguardia francesa de 1929, el Eisenstein de *¡Que viva México!*; y, por qué no? el ‘pop art’.”³

La fórmula secreta es producida en ese periodo de transición donde las tensiones generadas por la política de puertas cerradas a los sindicatos de cine, y la profunda crisis de censura sobre temas morales y políticos durante los años siguientes, como antesala al movimiento del 68 y el periodo presidencial de Díaz Ordaz, sumaron en gran medida a la marginalidad del cine experimental.

El imaginario mundial a mediados del siglo XX se encontraba sumergido en la necesidad de cambios radicales no solamente en el séptimo arte. En el caso la industria cinematográfica mexicana también se insertaba en la misma búsqueda de posicionamiento internacional, que trae consigo un periodo de transición del cine industrial para apostar por el cine de autor y/o experimental.

El medimetraje ganador se consolidó prontamente en el medio en la categoría de *culto*, por lo que personalmente considero que desde entonces se ha creado un halo de misterio alrededor del director pertinente para el momento: un personaje complejo, disidente, paradigmático, al margen de la industria, que pertenecía a la generación que rompía con el modelo de Hollywood, el cine industrial y cuestionaba el sistema hegemónico. Ejemplo de lo anterior es una nota del 5 de octubre del 2002 en el periódico Reforma (publicada en el libro sobre Rubén Gámez) que si bien da noticia del fallecimiento del director, recupera esa idea: por muchos, fue descrito como un auténtico mito del cine nacional [...].⁴

Para este texto, se propone hablar de una iconografía pop alrededor de la imagen de Coca-Cola, que en distintas latitudes fue utilizada como símbolo de subversión artística e ideológica. El mismo Andy Warhol realizó su obra con Coca-Cola en 1962, dos años antes de la producción de *La fórmula secreta* en México.

En cuanto al lector de este ensayo, se espera que encuentre en este viaje con algún *souvenir* histórico, y sobre todo, que las ideas y pesquisas aquí compartidas, sean herramienta para ver *La fórmula secreta* con otra mirada.

³ Ayala Blanco, Jorge, “La alienación”, en *Rubén Gámez. La fórmula secreta* (Ciudad de México: Alias Editorial, 2014), 63.

⁴ Juan Carlos García, *Rubén Gámez. La fórmula secreta*, (Ciudad de México: Alias Editorial, 2014), 403.

CAPÍTULO I

Instantáneas de un fotógrafo: 1947-1950

Rubén Gámez Contreras nació en Cananea, Sonora en el año de 1928 y falleció en Ozumba, Estado de México en 2002. Es uno de los personajes más enigmáticos del medio cinematográfico mexicano; sin haber estudiado cine, realizó una de las primeras películas experimentales en la historia de este país, fue un distinguido fotógrafo publicitario, autor de un conjunto de cuentos titulado *Tierra de mi madre*. Su obra cinematográfica es acotada: como director y fotógrafo resalta su primer cortometraje *Magueyes* (1962), producido por Gustavo Alatriste; *La fórmula secreta* (1964), los cortometrajes *Murmullos* (1975) y *Valle de México* (1976); en ambos fue apoyado por su amigo Carlos Velo, del Banco Nacional Cinematográfico. El largometraje *Tequila* (1992), producido por Manuel Barbachano Ponce, obtuvo en 2001 el Premio Ariel de Oro por su trayectoria cinematográfica.

El quehacer menos estudiado del cineasta, consta de diversos proyectos documentales, la mayoría inconclusos, como el titulado *Los mares de México* donde colaboró con el fotógrafo Rodrigo Moya.⁵ Fue el camarógrafo de las giras presidenciales de Luis Echeverría y fotografió distintos cortos en el Centro de Producción de Cortometraje. El medio comercial permitió a Gámez solventar proyectos cinematográficos propios, libre de cualquier intermediario para dar salida a ideas artísticas que en otras circunstancias profesionales jamás hubieran visto la luz; sin embargo, otros proyectos en cine, desafortunadamente quedaron en papel.

Rubén Gámez se consolidó como un gran fotógrafo publicitario, lo cual es visible no sólo en *La fórmula secreta* sino en otras cintas como su largometraje *Tequila* (1992). En ambas es posible percatarse del uso recurrente de imágenes fijas y primeros planos a objetos dispuestos ante la cámara, de la misma forma en que suelen aparecer en la publicidad. Por lo anterior, dedicaremos este primer apartado a esbozar los antecedentes publicitarios en Gámez y cómo éstos prevalecen en su estética, además de dialogar y conectarse de modo magistral en su trabajo cinematográfico.

⁵ Un ambicioso proyecto solicitado por la Secretaría de Pesca del cual se desconoce la ubicación del material filmado, de acuerdo a lo que aseguró el fotógrafo Rodrigo Moya en entrevista.

1.1 Las primeras luces

Es posible vincular una parte importante de la cultura visual de Rubén Gámez con su periodo de formación como fotógrafo en Los Ángeles, California. Y justo para proponer un análisis en relación con el mediometraje *La fórmula secreta* y dar cuenta de las referencias visuales presentes en la cinta, es necesario apuntar a un posible afluyente en la construcción de su imaginario y develar una perspectiva fotográfica. Dicho de otro modo, la idea es proponer otra “fórmula” para el análisis de su película, y abreviar de otras fuentes de información para analizarlas en torno a la realización de la cinta.

El sonorenses brindó en distintas ocasiones un par de pistas sobre las entidades educativas y escuetas experiencias de su periodo formativo que fueron trascendentes en su desarrollo profesional. Por ello, para el presente análisis se pensó importante ubicar a profesores, materias o planes de estudio, incluso rastrear trabajos escolares pertenecientes al periodo en el que él vivió y estudió en Los Ángeles, California. De esta manera, se realizó una breve investigación de campo en esa ciudad con apoyo del Posgrado de Historia del Arte de la UNAM, para localizar información relacionada con el periodo de 1947 a 1950. Lo anterior arrojó poca información acerca de sus antecedentes escolares, pero fue posible encontrar otros materiales que han sido de gran utilidad para articular su imaginario cinematográfico.⁶

De tal forma, es posible acercarse desde otras perspectivas para recuperar ese pasado formativo y visual de Rubén Gámez, como señala Colin Gunckel, quien ha estudiado temáticas del cine, concretamente en Hollywood:

Si bien existe ya una erudición sustancial sobre la representación histórica de los latinos en el cine estadounidense, se entienden menos las relaciones cambiantes entre las concepciones contrapuestas del espacio urbano, las percepciones de la presencia mexicana en la ciudad (como audiencia) y la representación cinematográfica de lo mexicano.⁷

⁶ Los datos reunidos alrededor de la búsqueda de información académica en relación con Rubén Gámez en Los Ángeles se tejerán con las fuentes orales, las entrevistas con familiares y colegas, además de las referencias hemerográficas para plantear el contexto social, político y cinematográfico vinculado con Gámez y su estancia en Estados Unidos.

⁷ Colin Gunckel, *Mexico on Main Street. Transnational film culture in Los Angeles before World War II* (Nueva Jersey y Londres: Rutgers University Press, 2015), 6.

Gómez comenzó como fotógrafo autodidacta con una cámara Kodak y una pequeña ampliadora construida por él mismo.⁸ Sus padres viajaban frecuentemente a Arizona donde él “veía los escaparates con aquellas cámaras tan maravillosas,”⁹ y en donde seguramente quedó atraído por los dispositivos fotográficos. En cuanto su afición por el cine, asistió a varias proyecciones de *El Ciudadano Kane* (1941), en el cine Edén de Cananea, Sonora. La idea de que Orson Wells incursionó con la lente angular tuvo un profundo impacto en él y detonó su pasión por el cine.¹⁰

El padre de Rubén Gómez era talabartero, y “cuenta la leyenda que vendió una silla de montar para apoyar los gastos y que su hijo migrara a Los Ángeles.”¹¹ Él mismo mencionó en entrevista que tuvo que aprender inglés antes de irse a Estados Unidos, el cual estudió por medio por cursos de correspondencia y a través de las emisoras radiofónicas norteamericanas.¹² Ambas fueron las herramientas de aprendizaje en la zona fronteriza y que eran reforzadas por los medios impresos. De hecho, su padre estaba suscrito a la revista *Reader's Digest*,¹³ la cual es muy posible que fuese una de las fuentes de información, donde él y su familia tuvieron indicios de las escuelas de fotografía y cine en Estados Unidos¹⁴, ya que desde joven había expresado su interés por estas manifestaciones y parecía comprender la correspondencia entre ambas, las cuales formaban una de las numerosas dualidades –como veremos más adelante–, en las que Gómez transitó de modo profesional, que apelan a su imaginario y aborda en su obra. Esto es posible corroborarlo ya que el mismo Gómez mencionó que “para hacer cine, había que ser fotógrafo de fijas, primero, [y] posteriormente convertirse en camarógrafo.”¹⁵

⁸ *Ficha de personalidades: Rubén Gómez*, Centro de Documentación e Investigación, Cineteca Nacional, Expediente N ° E-00262.

⁹ Marco Lara Klahr, *La apertura en el cine, a paso de tortuga: Rubén Gómez* (Ciudad de México: Instituto Mexicano de Cinematografía, *El Financiero*, Cultura, 10 de junio de 1992), 53.

¹⁰ Así mencionó Gabriela Gómez, sobrina de Rubén Gómez, durante la entrevista realizada por Marcela Mena en octubre del 2022 en la Ciudad de México. Posiblemente Gómez tuvo fuerte impacto de los recursos cinematográficos como el uso de primeros planos, profundidad de campo, y especialmente la experimentación del fotógrafo norteamericano Gregg Toland.

¹¹ Entrevista a Gabriela Gómez Gómez y Maru Gaytán por Marcela Mena Barreto el 5 y 12 de octubre del 2022, Ciudad de México.

¹² Entrevista a Gabriela Gómez...

¹³ Esto reafirma el comentario de Gunkel, respecto al peso y función que tuvieron otros medios impresos sobre el concepto de mexicanidad en este contexto algunos en inglés y otros en español hacen un listado extenso: *Los Ángeles Times*, *Los Ángeles Express*; *El Herald de México*, *The San Antonio* o *La Prensa*.

¹⁴ Entrevista a Gabriela Gómez...

¹⁵ Transcripción de la entrevista realizada por Alejandro Pelayo a Rubén Gómez, 1984, Cineteca Nacional.

Gámez aseveró que no existían escuelas especializadas en fotografía, en el caso particular de Cananea, –y tampoco en el resto del país–¹⁶. Seguramente se refería a la década de los cuarenta cuando tuvo la mayoría de edad y buscó profesionalizarse como fotógrafo.

Los antecedentes educativos del cine en México consistían en su mayoría en el aprendizaje autodidacta con cámara fotográfica y los manuales de los dispositivos, por la cercanía o la tutela con fotógrafos o cineastas –sin material de lectura y teoría–, a partir de “prueba y error”,¹⁷ y especialmente al ver películas, tal como lo mencionó el fotógrafo Javier Sierra: “Siempre que uno va al cine aprende algo; unas veces un truco, otras un efecto, unas más un alumbrado; [...] en fin, todo eso lo iba aprendiendo solo, no había libros de fotografía ni de cine. En los Estados Unidos sí pero aquí no. Así que se asistía al cine a estudiar.”¹⁸

Estados Unidos ofrecía esa proximidad más que la Ciudad de México, fue entonces que el joven Gámez migró a Los Ángeles a los 19 años para, primero estudiar ilustración fotográfica en el Frank Wiggins Trade Technical Junior College, donde se especializó en sensitometría, posteriormente lo hizo en procesos de reproducción a color en la Universidad del Sur de California, USC.

De este modo, Rubén Gámez perteneció a las generaciones de fotógrafos, actores, directores y técnicos del aparato cinematográfico *importados*¹⁹ de Estados Unidos, como Gabriel Figueroa, quien viajó a Hollywood en 1935 y reconoció que: “Fue para mí un año decisivo. Aprendí los conocimientos básicos de mi oficio e hice amigos y contactos que me sirvieron toda la vida.”²⁰

Una vez instalado en Los Ángeles, Rubén Gámez conoció a don Manuel Flores que trabajaba como escenógrafo de cine y fue un profesor con quien forjó una estrecha amistad. Esta relación abrió un canal que le permitió a Gámez tener proximidad a los estudios de filmación y del medio cinematográfico.²¹

¹⁶ Respecto a la educación en séptimo arte en México, Aurelio de los Reyes menciona que “pese a su fuerte tradición cinematográfica iniciada con la llegada de los hermanos Lumière en agosto de 1896, la enseñanza escolarizada se inició sesenta años después.”

¹⁷ Véase Aurelio de los Reyes, La enseñanza del Cine, en *La enseñanza del arte en México*. (Ciudad de México: IIE, UNAM), 357-391.

¹⁸ de los Reyes, *La enseñanza...*, 359.

¹⁹ Concepto que utiliza Aurelio de los Reyes para referirse al caso del fotógrafo Alex Phillips, cuando llegó de Los Ángeles para participar en la filmación de *Santa* y posicionarse como uno de los precursores de fotografía.

²⁰ Ceri Higgins. “Transitando a lo mexicano”, en *Gabriel Figueroa: Travesías de una mirada*, (Ciudad de México: Luna Córnea, núm. 32, 2008, 93.

²¹ Entrevista a Gabriela Gámez y Maru Gaytán...

Las entrevistas realizadas a familiares, amigos o en su momento a los colaboradores de Rubén Gámez, coinciden en su gran interés por el cine y también en que su trabajo con la fotografía fue claramente comercial, por lo que estuvo alejado de la producción en el sentido estético o de autor. En todo caso, su oficio como fotógrafo reunía cualidades artísticas con composiciones originales, puestas en escena que superaban el carácter publicitario, dotadas de gran calidad visual, por lo que en el medio era conocido como “el cirujano de las luces”.²²

1.2 Wiggins Trade Technical Junior College y The University of South of California, USC

Para reconstruir algunos elementos que forman parte de la teoría y el análisis del imaginario de Rubén Gámez, es importante indagar primero sobre el Frank Wiggins Trade Technical Junior College, y enseguida, dar una aproximación a la University of South of California, USC, dado que son las instancias educativas a las que él asistió de 1947 a 1950 en Los Ángeles, California. Pensar en el contexto histórico de Estados Unidos en ese momento y bocetar la compleja relación de la industria cinematográfica norteamericana y las implicaciones de ésta en Rubén Gámez, será una herramienta para poder analizar *La fórmula secreta* desde una perspectiva distinta.

La historia del Frank Wiggins²³ es extensa, pues “se preocupó por establecer un programa educativo mediante el cual se proporcionarían instalaciones para enseñar el idioma inglés y los ideales estadounidenses a los nacidos en el extranjero.”²⁴ Para 1918, conforme al consecutivo crecimiento de ingresos y la suma de aulas para los talleres, se impartieron clases de arte, americanización, música, electricidad, dibujo mecánico, plomería, hojalatería, vulcanización y español.²⁵

²² Así mencionó el fotógrafo Rodrigo Moya en la entrevista realizada por Marcela Mena, noviembre del 2022.

²³ Los datos de esta institución fueron obtenidos del sitio oficial del actual LATTC, y de una publicación localizada en los Los Angeles Public Library titulada *The brief History of the Printing Department of Los Angeles Trade-Technical Junior College Formerly The Frank Wiggins Trade School [...] 1924-1952*. Pese a que no fue posible corroborar qué talleres y clases tomó Gámez en Wiggins, esta publicación ahonda en el contexto de la entidad en el periodo en el que él asistió al College; por lo tanto, es posible ubicar al personaje en un momento histórico posguerra y de crecimiento industrial en Los Ángeles.

²⁴ *The brief History...*, 2.

²⁵ *The brief History...*, 3. Esta afirmación habla de la creciente migración y población mexicana y latinoamericana en Los Ángeles, por lo tanto de la necesidad de impartir clases de español.

Colin Gunckel refiere que el término “americanización” comenzó a popularizarse al inicio del siglo XX en un momento pico de desarrollo en Los Ángeles, cuando la población particularmente mexicana y oriental se encontraban insertadas en el centro de la ciudad y participaban de las industrias culturales, el cine y los medios impresos, además de otras actividades de entretenimiento y ocio también en el *downtown*. En palabras de Gunckel, existía cierta “ansiedad,” por parte de algunos norteamericanos como reflejo del robustecimiento poblacional y económico de otras culturas. En este momento algunas élites comenzaron a elaborar reformas sobre el impacto sobre los inmigrantes, “la americanización a través de los valores victorianos era fundamental para equiparar a las familias inmigrantes para que funcionaran adecuadamente en una sociedad industrializada.”²⁶

Por otro lado, hacia finales de la II Guerra Mundial con el aumento demográfico en Los Ángeles, en 1948 se ofrecieron algunos programas de reinserción para veteranos, nuevas opciones en estudios en artes liberales y vocacionales.²⁷ Dentro de la historia del Wiggins quedan sentados los vínculos de esta entidad educativa con el conflicto de guerra a través de los programas educativos: “Durante la II Guerra Mundial, la escuela alcanzó su punto máximo de servicio a la comunidad cuando más de 21,000 personas se inscribieron en clases tanto diurnas como nocturnas, la mayoría de estos estudiantes estaban en entrenamiento para industrias de guerra específicas.”²⁸

Un programa atractivo no sólo para estadounidenses, sino al parecer para extranjeros que migraron para aprender técnicas de fotografía y cine en una próspera industria. Y fue precisamente en 1947 cuando Gámez se trasladó a Los Ángeles para estudiar fotografía, y tres años después regresó a México donde comenzó a trabajar en publicidad. Por ello es importante el antecedente educativo de la escuela Wiggins en el contexto de posguerra, que facilitó la asimilación de técnicas operativas, aunado a una serie de experiencias histórico-culturales que llevaría a la publicidad y a su trabajo en el cine experimental.

²⁶ Gunckel, *México on...* 23.

²⁷ Sitio web oficial del actual Los Angeles Trade-Technical College, LATTC. <https://www.lattc.edu/about/history>

²⁸ *The brief History...*, 7

En diferentes fuentes citadas en este trabajo se menciona que Rubén Gámez asistió al Wiggins Trade College y “más adelante” a la USC; por tanto, es posible afirmar que en esta última, fue donde se especializó en procesos de sensitometría y de reproducción a color.²⁹

[...] después de meterme a la escuela de fotografía, tomé un curso de verano que resultó maravilloso, porque tuve un maestro que trabajaba con *technicolor*. Él me enseñó a hacer fotografías de color partiendo de tres negativos en blanco y negro, con una técnica de pigmentos y gelatina, en la que se imprimían tres matrices en papel, y no solamente se reproducían los colores con una fidelidad increíble, sino también la textura, ya que era gelatina, no tinta.³⁰

Al revisar el anuario *El Rodeo* de 1950 de la Universidad del Sur de California, USC, se encontraron datos sobre las asignaturas relacionadas al cine y la televisión, las secciones de *Photography* y *Cinema* son minúsculas si se comparan con otros apartados artísticos como *Drama* y *Music*. Desafortunadamente en la sección de cine –incluso de fotografía– sólo se nombran algunos docentes que contrastan con las extensas listas y filas de las fotografías de estudiantes y profesores. Pese a ello, este único pie de foto que acompaña el par de páginas de *Cinema*:

Desde la inauguración del campus de USC en 1929, el Departamento de Cine, bajo la dirección del profesor Slavkov Vorkapich, ha estado constantemente remodelando sus instalaciones y calificando nuevos equipos en el mayor curso Universitario de cine del mundo. Los estudiantes de todas las naciones agregan un sabor cosmopolita distintivo cuando acuden aquí y aprovechan el plan de estudios que está diseñado para incorporar todos los elementos de cinematografía, edición de películas, sonido, dirección de arte, escritura de guiones y expresión cinematográfica. Este año, a medida que el programa de posgrado ha adquirido un nuevo tamaño y significado, los estudiantes de posgrado han preparado y lanzado varios los documentales reales que han ganado el reconocimiento de toda la industria cinematográfica.³¹

Esto es relevante en el contexto educativo porque si Gámez afirmó que acudió a la USC, en el mismo año del anuario mencionado, es un referente importante del modelo educativo y cultural dirigido a futuros cineastas. Pese a que no aparecen los nombres de estudiantes internacionales que conforman el curso de cine, tal afirmación en el texto sí refleja la intención de Gámez en un futuro no muy lejano, donde hizo las veces de director artístico,

²⁹ Damián Ortega, *La fórmula secreta. Rubén Gámez* (Ciudad de México: Alias, 2014), 11.

³⁰ *De cine y literatura*: transcripción de entrevista de Alejandro Pelayo a Rubén Gámez en octubre de 1984. Videoteca de Cineteca Nacional.

³¹ “Cinema” en Anuario *El Rodeo*, (Los Ángeles: Universidad del Sur de California, 1950), 187.

fotógrafo, editor, montador –también de sonido–, escritor de guiones o *storyboards*, camarógrafo, creador de documentales y películas que tendrían el reconocimiento de la industria cinematográfica. Ahí aparece una fotografía (fig. 1), que corroboraría que Rubén Gámez sí hizo la tarea.³²



Figura 1. Autor no identificado. Fotografía que acompaña la sección *Cinema*, del anuario *El Rodeo*, 1950, USC.

Es necesario señalar que al parecer el director tampoco tuvo experiencia o contacto con los inicios del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, CUEC, inaugurado en el año de 1963 en la Ciudad de México. A la vez, es interesante ver que el I Concurso de Cine Experimental sucede al año siguiente. Sin embargo, Gámez no destaca en el medio como creador o camarógrafo. Pese a ello, es posible ubicarlo en el ámbito publicitario desde su regreso a México en la década de 1950, pues a partir de entonces y por varias décadas se dedicó a llevar a cabo su quehacer profesional.

³² *Cinema*, 191. En esta fotografía aparece un personaje en el extremo derecho que hemos identificado como Rubén Gámez, y corresponde al año en el que bien pudo asistir a la USC.

Pese a que no fue posible recuperar información sobre las asignaturas impartidas en el Wiggins cuando Gámez estudió fotografía ahí,³³ es difícil no inferir que la experiencia y cotidianeidad en Los Ángeles en el contexto de Hollywood determinaran su carrera, a diferencia de otros fotógrafos.

Localizar los antecedentes formativos de Rubén Gámez fue una labor rodeada de muchas dificultades; sin embargo, permiten reconocer el contexto histórico, social y de la industria cinematográfica en Los Ángeles de ese breve periodo, y también ha sido sumamente enriquecedor para ver con otros ojos el trabajo que desarrolló en México a su regreso.

Contados son los intentos por complejizar la obra de Gámez fuera del concepto de la vanguardia cinematográfica rusa, la Nueva Ola, el neorrealismo italiano y el surrealismo de Buñuel,³⁴ tampoco se pretende negar este vínculo mucho menos demeritar estudios puntuales de las influencias de los cines del viejo mundo. Es por lo anterior que respondemos al llamado que propone el historiador Seth Fein:

Aunque los académicos en ambos lados de la frontera entre Estados Unidos y México han reconocido la importancia de las interacciones internacionales [...] poco trabajo se ha movido más allá de la pantalla, teórica o empíricamente, para investigar esta relación. [...] los intentos de “historizar” el cine generalmente han producido críticas convincentes, pero muy pocas de ellas basadas en investigaciones originales sobre las conexiones del cine con el Estado, la sociedad, la economía y la ideología. Este es un llamado no al simple empirismo (es decir, la fetichización de los archivos por parte de un historiador).³⁵

Es importante señalar que, en 1947, año en el que Gámez se muda a Estados Unidos, es el inicio de la Guerra Fría, y al año siguiente se estrena una de las películas mexicanas más significativas del periodo de posguerra *Río Escondido* (1948), dirigida por el Indio Fernández, con fotografía de Gabriel Figueroa, y producida en los estudios Azteca Films y

³³ Es necesario mencionar que al acudir a la Oficina de Registros del ahora LATTC, varios empleados y trabajadores de la escuela mencionaron tanto que los documentos previos a 1963 se encuentran dispersos por distintas circunstancias, así como constatar por su parte que la institución no cuenta con un archivo formal sobre los egresados o materiales impresos generados por estudiantes, como periódicos, gacetas e incluso anuarios. Por tanto, aún queda por ubicar documentos, registro de actividades de Rubén para profundizar más en este periodo. En el caso de la University of South of California, USC, la búsqueda de este tipo registros arrojó datos que permiten contextualizar en terreno educativo de Rubén Gámez y establecer su paso por la institución.

³⁴ Jesse Lerner propone una interesante lectura de Gámez que se retoma en el último capítulo de esta investigación: “La literatura y crítica respecto al contexto transnacional y el contexto del cine en Latinoamérica”.

³⁵ Fein, Seth, “Transcultural Anticommunism. Cold War Hollywood in postwar Mexico” en *Visible Nations. Latin American Cine and Video*. Minnesota: University of Minnesota Press. 85.

CLASA. En las siguientes palabras queda asentada la influencia de Figueroa en el trabajo de Gámez:

[...] el cine de Figueroa, el cine del Indio Fernández me impactó mucho. Vi *La Perla* (1947), en Los Ángeles, era la primera película que entraba a un circuito blanco en Estados Unidos. Era todo un suceso, [...] es una película extraordinaria, la fotografía de Gabriel Figueroa que es el mejor fotógrafo de México para mí [...] fui a verla a un cine que era para blancos [...] eso me animó a querer hacer cine.³⁶

Si bien se ha señalado en otras ocasiones, es posible efectuar un análisis que va más allá de la relación estética e iconográfica de Figueroa, si no, en el contexto de la experiencia cinematográfica fuera de México.

Gunckel comenta que es probable que Gámez haya visto la película fuera del contexto en el que normalmente eran exhibidas, ‘El tema de la segregación en los cines en Los Ángeles es complejo, pues no había cines para blancos, sino la extendida costumbre de separar las plateas. Así, aunque había cines con audiencias específicas, demográfica y étnicamente constituidas [...]’. Es posible que Gámez haya visto *La perla* en un cine como el Four Star Theater –que no era un espacio exhibición para películas mexicanas– del que se anunciaba la función en una edición de *Los Angeles Times* de la época.³⁷

Al parecer Rubén iba diario al cine en Los Ángeles,³⁸ donde tuvo la oportunidad de ver las películas de los mayores íconos de la cinematografía nacional en ese periodo, que impactaron de modo contradictorio al formar parte del complejo contexto entre las ideologías de ambos países representadas y llevadas a las pantallas, “[...] la población inmigrante mexicana navegó continuamente por un espacio cultural disputado entre las percepciones dominantes de lo mexicano y las construcciones multifacéticas de la mexicanidad transnacional.”³⁹

Otro antecedente en el cine de Hollywood fue la generalización y establecimiento de estereotipos mexicanos en las películas. Por un lado, los que trabajaban en papeles de bandidos o charros representaron para algunas élites y audiencias originarias en el terreno norteamericano “potential corrupter o providing instruction of criminal behavior” sobre la comunidad latina e incluso el mismo cine era visto como amenaza de otro tipo de enseñanza

³⁶ Entrevista de Alejandro Pelayo. *Rubén Gámez*, octubre 1984.

³⁷ Alejandro Pelayo. “Conversaciones con Rubén Gámez”, en *Rubén Gámez. La fórmula secreta*. (Ciudad de México: Alias Editorial. [n. del e.]” 367. ³⁷

³⁸ Entrevista a Alejandra Gámez y Maru Gaitán...

³⁹ Gunckel, *México on...*, 10. Este espacio cultural al que el autor se refiere es el concepto de “México de afuera”.

o, por otro lado, era considerado como un concepto de verdad. Desde entonces, esto dejó de ser exclusivo del cine y se dispersó hacia otros medios: “los mexicanos que actuaban en tales películas por necesidad económica, no se dieron cuenta de que tales noticieros se tomaban como un hecho, sirviendo en última instancia como propaganda contra la nación mexicana.”⁴⁰

⁴⁰ Gunckel, *México on...*, 34.

CAPÍTULO II

Imaginario transnacional: 1950-1959

Para poder trazar la genealogía publicitaria de Rubén Gámez, este capítulo continúa de modo cronológico en un segundo periodo igualmente desconocido de su trayectoria, cuando él vuelve de Estados Unidos y se inserta profesionalmente en el medio de los noticieros en México ya iniciada la década de 1950, de tal modo que exponer aquí estos antecedentes visuales abona nuevos elementos para la reconstrucción de su imaginario.

Dada la complejidad de una serie de acontecimientos históricos simultáneos, se mencionarán los que se consideran los más trascendentes del medio a modo de transición. Enseguida se extiende un apartado con las generalidades y el contexto de los noticieros cinematográficos nacionales, para ahondar concretamente en el caso de *Cine Mundial*. Con el paso del sonoreense por este medio a partir de nuevas evidencias documentales y audiovisuales, también en el entorno del noticiero, retomamos el vínculo profesional entre algunos cinefotógrafos, particularmente con Nacho López, Carlos Velo y los hermanos Manuel y Miguel Barbachano Ponce, con la intención de poner en página cómo estos paralelismos políticos y redes profesionales fueron una especie de anteproyecto para su trabajo en el cine y concretamente para *La fórmula secreta*, como resultado del análisis del noticiero.

A su regreso a México en 1950 Rubén Gámez trabajó con José Terán, quien era diseñador gráfico y al que había conocido en la Frank Wiggins Trade School. Ambos participaron en la agencia “Terán y Asociados”, desde la cual comenzaron a trabajar para El Palacio de Hierro. Tiempo después, Gámez comenzó como reportero en *Cine Verdad* de Manuel Barbachano Ponce.⁴¹

Ese mismo año se llevó a cabo la primera transmisión televisiva en el país, en la estación XHTV canal 4, como resultado de otras realizadas en 1946 de modo experimental por Guillermo González Camarena. La década de los cincuenta comenzaba trazando una serie de cambios puntuales con la llegada del nuevo medio de comunicación que impactaría a todos los niveles.

⁴¹ Entrevista a Gabriela Gámez y Maru Gaytán...

2.1 Los noticieros

Abrimos espacio para abordar el tema de los noticieros considerando algunos datos puntuales, precisamente por el peso importante en la trayectoria laboral de Rubén Gámez.⁴²

Los noticieros “también han sido llamados noticiarios cinematográficos, prensa filmada, periodismo cinematográfico, *newsreels* en inglés, actualidades, semanarios fílmicos, cine revistas o cortos.”⁴³ Este recurso audiovisual tuvo como precursores y principales exponentes a países como Francia, Estados Unidos, Reino Unido. Al comienzo, cada uno contenía de tres a cuatro clips o notas de un par de minutos, y en conjunto eran de breve duración y sin sonido.⁴⁴

Un referente internacional fue *Kino Pravda*, (Cine Verdad) en 1922, del director soviético Dziga Vértov, el cual sentó las bases –como otras obras de su autoría– del cine documental y de los noticieros.

A grandes rasgos, se trata de la filmación de distintos sucesos que se proyectaban periódicamente en salas de cine previamente a las películas, cuyo objetivo era meramente informativo respecto a los acontecimientos de actualidad. Conforme al desarrollo tecnológico de los dispositivos cinematográficos y la rápida popularidad que alcanzaron los noticieros, se diversificó su uso y estructura con fines de entretenimiento así como instrumento propagandístico y político.

En México, el origen de los noticieros fílmicos apunta hacia el documental a partir de 1910, periodo en el que destacan los realizados por Enrique Rosas, Salvador Toscano y los Hermanos Alva. En este punto ya existía conciencia de la trascendencia del cine y el alcance de estos cortos informativos en la esfera política; por lo tanto, algunos fueron de corte

⁴² La información sobre el tema de los noticieros es escasa, pero son el resultado de las investigaciones de historiadores como Alejandro Gracida, cuyo trabajo se enfoca en *Cine Mundial*. Los trabajos de Alejandro Barbosa Vargas sobre *Cine Verdad* y la tesis de Fabiola García López, que aborda el personaje de Carlos Velo con su participación en los noticieros *EMA*, *Cine Verdad* y *Tele-Revista*, son fundamentales. Además la investigación de Fabiola García López y el trabajo de Miguel Anxo Fernández, *Las imágenes de Carlos Velo* son un gran apoyo para enlazar datos concretos respecto a la historiografía.

⁴³ Alexis Barbosa Vargas, *El discurso histórico en el noticiario fílmico Cine Verdad, 1953-1973* (tesis de maestría, UAM-Azcapotzalco, 2021), 4.

⁴⁴ Newsreels es la traducción de noticiario en inglés. El término tiene sus orígenes en 1910, cuando los Pathé Frerès emitieron el primer noticiario regular o “noticiario animado”. Sin embargo en 1902 Edwin S. Porter lo refirió más a la reunión de distintas escenas para contar una historia. Véase Jay Leyda, *Films beget films. A study of the compilation film* (Nueva York: Hill and Wang, 1964), 14.

nacionalista, particularmente del acontecer revolucionario, lo que fomentó desde entonces que cada representante político estuviera acompañado por un camarógrafo para que documentara los sucesos más trascendentes de su administración o representativos de su ideología, tal es el caso del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), creado en 1935 a solicitud del presidente en turno Lázaro Cárdenas.⁴⁵

Con la llegada del cine sonoro en 1929 aparecen los primeros noticieros mexicanos con sonido realizados por el mexicano Javier Soria.⁴⁶ El periodo de producción de diversos noticieros fílmicos más populares fue a partir de 1930 a 1960.

Desde finales de la Segunda Guerra Mundial, se distribuyó material o *newsreels* a medios de comunicación mexicanos con el objetivo de controlar y cuidar los intereses de Estados Unidos.⁴⁷ A mitad de la década de los cincuenta se ejecutó el *Proyecto Pedro*, cuyo objetivo consistió en el envío de metraje con un contenido que favorecería los debates de la Guerra Fría realizados en México, y al mismo tiempo, éste hiciera de canal informativo al resto de Latinoamérica.

Es importante mencionar que los noticieros se financiaron y lograron posicionarse –al tiempo que la industria cinematográfica en el país– a partir de las distintas negociaciones y acuerdos entre México y Estados Unidos. Este último “permitió que el material fílmico en bruto –una mercancía cuya producción controlaba en el hemisferio occidental y distribuida a través de cuotas en tiempos de guerra– fluyera hacia México.”⁴⁸ Aunado a la distribución de material fílmico, de revelado y equipo de filmación, se propició el desarrollo de la industria cinematográfica mexicana con fines de propaganda por parte de The Office of the Coordinator for Inter-American Affairs, OCIAA.⁴⁹

Esto es de interés porque como veremos enseguida, dichos acontecimientos favorecieron el incremento y creación de nuevos instrumentos audiovisuales, no solamente

⁴⁵ Véase Álvaro Vázquez Mantecón, “Manuel Álvarez Bravo y el cine”, en *Manuel Álvarez Bravo*. (Madrid y París: Fundación MAPFRE / Museo Jeu de Paume, 2013), 49-62.

⁴⁶ Fabiola García López, *Cine documental y periodístico: El caso de Carlos Velo y su labor en los noticieros cinematográficos: el Noticiero Mexicano EMA, Cine-Verdad, y Tele-Revista.México*, (tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, 2004), 63.

⁴⁷ Véase, Seth Fein. “Transnationalization and cultural collaboration: Mexican film propaganda during World War II”. *Studies in Latin American Popular Culture*, vol. 17 (1998): 2-7.

⁴⁸ Seth, “From Collaboration to Containment. Hollywood and the International Political Economy of Mexican Cinema after the Second World War”, en *Mexico Cinema: A Century of Film and Filmmakers*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 1999, 129.

⁴⁹ Seth, *From Collaboration...*, 42.

en México como *buen vecino* –con una postura neutral ante la propaganda–, a diferencia de Argentina, con los que hubo intercambio de material fílmico, pero que mostraban diferencias ante estas políticas.

Un ejemplo interesante fue el de la productora *EMA*,⁵⁰ la cual inició actividades en 1942 bajo la breve dirección del general Juan F. Azcárate, con colaboradores pertenecientes a la Sección 49 del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC), enfocada en documentales y noticieros. La productora permaneció activa hasta la década de 1960; en gran medida esto se debió a que precisamente contaba con su propia “Cinemateca”, que distribuyó los *newsreels* para otros noticieros como *Cine Verdad*.

EMA tuvo como director a Carlos Velo a partir de 1944 hasta 1952, donde destacó su labor como documentalista elaborando reportajes culturales, de arte colonial y arqueología, así como de temas y personalidades del ámbito científico. Asimismo “fue responsable de introducir secciones publicitarias con fines de solventar la producción de este noticiero, debutando con una imagen del Grupo Modelo.⁵¹ Además, Velo “reconoce la importancia del archivo fílmico para la realización de posteriores cintas, en *Torero* recurre a imágenes ya plasmadas en noticieros.”⁵²

También es necesario contextualizar a grandes rasgos la estructura de los sindicatos que dan cuenta de las condiciones de posibilidad dentro la industria cinematográfica, pues eran limitaciones que se les presentaban a los cineautores.

Con la intervención del presidente Manuel Ávila Camacho ante el conflicto sindical ocasionado entre el STIC y el inaugurado Sindicato de Trabajadores Producción Cinematográfica (STPC) en 1945, por malos manejos de cuotas y salarios en la administración de Enrique Solís, se delegaron actividades separadas a cada sindicato, quedando el STPC como encargado de la Sección de directores y la producción de películas.

Precisamente el STPC fue responsable de lanzar la convocatoria del I Concurso de Cine Experimental veinte años después, en 1964, con la finalidad de contrarrestar la política

⁵⁰ De hecho, las siglas de *EMA* son las siglas de España, México y Argentina, los países líderes en producción cinematográfica de habla hispana.

⁵¹ García, *Cine documental...*, 118 y 119

⁵² García, *Cine documental...*, 108-109.

de puertas cerradas y para abrir camino a nuevos directores; es decir, fomentar el tránsito de un sindicato –de distribución– a otro –de producción–, donde participaría Rubén Gámez.

Por tanto, el STIC, quedó a cargo de la distribución y exhibición de audiovisuales, la filmación de noticieros *Cine Mundial*, *Cine Verdad* y *Cine Revista*, en los Estudios Azteca, Estudios América⁵³ y la Cinematográfica Latinoamericana S.A., mejor conocida como CLASA.⁵⁴

Paralelamente en México se creó la Dirección General de Cinematografía y en 1949 la Ley Federal de la Industria Cinematográfica, la cual buscó acabar con los monopolios de exhibición y distribución en las salas de cine, particularmente del Monopolio Jenkins,⁵⁵ quien controló la distribución y exhibición de películas y favorecía los intereses de productores de Hollywood.

2.1.1 Los noticieros: la antesala cinematográfica

Es posible trazar una línea que señala un momento de intenso trabajo y colaboración entre los cinefotógrafos en la década de los cincuenta hasta inicios de los sesenta, en la elaboración de documentales, como camarógrafos, fotógrafos de fijas, en labores publicitarias, de modo independiente y como parte de los noticieros *Cine Mundial*, *Cine Verdad* o *Tele-Revista*.

En 1950, “algunos cines de la capital estrenaron con éxito un inusual noticiero cinematográfico, *Tele-Revista*, producido por un joven publicista emeritense, Manuel Barbachano Ponce y dirigido por un cineasta español Carlos Velo”.⁵⁶ También en *Tele-Revista*, este último obtuvo patrocinios, “con anuncios directos insertados entre notas y reportajes de crítica social y política mostrados con chistes populares y reportajes sobre ciencia y arte redactados por especialistas en cada categoría.”⁵⁷ Entre los colaboradores se

⁵³ Véase Juan Manuel Aurrecoechea, “Charros contra gánsters”, en *Gabriel Figueroa. Travesías de una mirada, Luna Córnea*, no. 32 (2008): 127-142.

⁵⁴ El Noticiero CLASA, fue un órgano de difusión gubernamental (1934-1952). Desde sus orígenes el cine mexicano estableció una alianza con el Estado, pero fue hasta la década de los años 30 que dicha unión comenzó a generar una producción cinematográfica continua.

⁵⁵ Este monopolio controló la distribución y exhibición de películas en salas, en cierta medida, favoreció a los productores para filmar películas. Véase Miguel Contreras Torres, *El libro negro del cine mexicano*, (Ciudad de México: Editora Hispano-Continental Films, 1960).

⁵⁶ García. *Siguieron los noticieros...*, 125.

⁵⁷ Miguel Anxo Fernández, *Carlos Velo, cine y exilio* (Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 2007), 55.

encontraba Rubén Gámez, junto con otros técnicos de la sección 49 del STIC. *Tele-Revista*, se diferenciaba de otros noticieros por recurrir a notas políticas, comerciales o de la farándula, utilizando chistes y un alto sentido del humor.

Manuel Barbachano Ponce fundó en 1952 Teleproducciones S.A., una compañía dedicada a la producción de los noticieros como *Tele-Revista* y *Cine Verdad*, este último creado en 1953 como un proyecto original de Carlos Velo de carácter cultural y científico, cuyo nombre es un homenaje al mencionado de Dziga Vértov (1922). En un inicio fue dirigido por Manuel Barbachano y después Carlos Velo estuvo al frente hasta 1957, le siguió Jomí García Ascot en 1958, luego Miguel Barbachano Ponce hasta 1974. Contó con guionistas como Juan Rulfo, Gabriel García Márquez, Carlos Fuentes y José Torre.

Cine Verdad alcanzó impacto internacional debido al intercambio de metraje de temáticas mexicanas con noticieros en Francia,⁵⁸ así como por la diversificación de tres tipos de *clips*, los originales: filmados en formatos de 16 y 35 milímetros, realizados Rubén Gámez⁵⁹ y otros fotógrafos; los recopilatorios, elaborados a partir de material de distintos archivos, entre ellos el de la Cinemateca de EMA, y los mixtos, con material original y de archivo.

2.1.2 Rubén Gámez en los noticieros cinematográficos

En 1950 Gámez regresó a México. Él mencionó en entrevista⁶⁰ que estuvo dos años inactivo, por lo que podemos decir que su trayectoria en los noticieros cinematográficos comenzó en 1953 en *Cine Verdad* y, por lo tanto, en el STIC. Sin duda, es posible ubicarlo desde entoces como colaborador de personajes del grupo Nuevo Cine, como Jomí García Ascot y José Torre, particularmente con Velo y Manuel Barbachano Ponce.

En 1955 aparecieron los noticieros *Cinescopio*, *El mundo al instante* y *Cine Mundial*, también como respuesta a la competencia que implicó la televisión, que ya a mediados de la década gozaba de enorme popularidad en la sociedad mexicana. A partir de la documentación

⁵⁸ García, *Siguieron los noticieros...*, 123.

⁵⁹ Alexis Barbosa Vargas, “El lenguaje cinematográfico”, en “El discurso histórico en el noticiario filmico *Cine Verdad*, 1953-1973 (Tesis de maestría, UAM, Azcapotzalco, 2021). 29.

⁶⁰ *De cine y literatura: transcripción...*2

obtenida y cotejo con las fuentes, es posible afirmar que Gámez se desempeñó como camarógrafo de cortos y en la elaboración de comerciales en *Cine Mundial* de 1957 a 1959.

En gran medida, la decadencia de algunos semanarios en México, radicó en que Estados Unidos cesó en su interés propagandístico a través de los *newsreels* a otros países de Latinoamérica, que nutrían a los noticieros como parte del acuerdo promulgado a finales de los cincuenta. El metraje, corresponde precisamente a las cápsulas de origen extranjero que forman parte del contenido informativo en *Cine Mundial*,⁶¹ y que por lo general versan sobre temas de entretenimiento, humor o curiosidades, donde predominó la censura sobre el contenido social.

Los noticieros fueron una especie de anteproyecto profesional por el que habían de transitar aquellos que deseaban insertarse en el medio cinematográfico: “Así la realización de documentales y noticieros fue un espacio formativo para aquellos interesados en hacer un cine diferente, como sucedió con Carlos Velo, Rubén Gámez, Nacho López y Walter Reuter, entre muchos otros.”⁶² Quienes se encontraron con la política de “puertas cerradas” del gremio sindical. Aunado a estas dificultades, los nuevos noticieros se enfrentaron a distintas adversidades, las temáticas eran limitadas a asuntos que abonaran a la modernidad mexicana, sin crítica, así como a limitaciones de tipo comercial. Ejemplo de esto es *Cine Mundial*.

Los noticieros estaban controlados desde varios frentes: como se ha señalado, uno de ellos era el de la distribución de metraje proveniente de Estados Unidos, y por otro lado desde la censura interna realizada por el gobierno. Las temáticas de los reportajes se focalizaban en temas de espectáculos, curiosidades, humor y en aquellos que resaltaban los discursos, giras y presentaciones de los representantes y políticos de la administración en turno. “[...] cada sexenio se renovaban los votos de confianza mutua entre la prensa y gobierno, [...] donde los funcionarios solicitaban la colaboración ‘en las tareas del régimen’ a los encargados de los medios de comunicación, ahí destacaba la sección 49 del STIC, encargada de la filmación de noticias audiovisuales.”⁶³

⁶¹ Véase Alejandro Gracida. Respecto al *Proyecto Pedro* revisar Fein, Seth. “Producing the Cold War in Mexico. The Public Limits of Covert Communications”, en Joseph, Gilbert y Daniela Spencer, *In from the Cold: Latin America New Encounter with the Cold War* (Durham: Duke University Press, 2008), 171-213.

⁶² Elisa Lozano y Álvaro Vázquez Mantecón, *Antonio Reynoso. Cinefotógrafo*, (Ciudad de México: CONACULTA, 2018), 129.

⁶³ Alejandro Gracida, 6. “El periodismo cinematográfico y Cine Mundial” en *El sistema de medios en México a mediados del siglo XX*, (Tesis doctoral, Instituto Mora, 2018). 106.

Rubén Gámez experimentó y conoció la operatividad de distintos semanarios, y estaba familiarizado con la inserción de distintas cápsulas o *newsreels* provenientes de Estados Unidos y otras partes del mundo ya que el perteneció a la sección 49 del STIC.

El encuentro de los guiones de *Cine Mundial* con su respectiva puesta en escena arrojó nuevos y abundantes datos: permitió comprender cómo se planeaba y bocetaba cada número de *Cine Mundial*, identificar el crédito del camarógrafo responsable de cada cápsula, sección o comercial; asimismo, se abrió la posibilidad de identificar el estilo personal no sólo de Gámez, sino del resto de los cinefotógrafos, tejer una sólida red profesional al lado de Antonio Reynoso, Rafael Corkidi, y la especial correspondencia con Nacho López. Este análisis permite problematizar la labor que realizaban, sus colaboraciones, el encuentro con otros fotógrafos de fijax que incursionaron en el cine y los noticiarios, así como otras eventualidades del gremio en ese periodo y sobre todo, descubrir imágenes desconocidas de su filmografía.

2.1.3 Noticiero Cine Mundial

Fue uno de los noticieros más prolíficos en el medio mexicano del siglo XX, permaneció activo de 1955 a 1973, así como *El Mundo al Instante* y *Cinescopio*.⁶⁴ Los noticieros se insertan en el marco de la década de los cuarenta a los años sesenta como un periodo estelar de las notas cinematográficas,⁶⁵ toda vez que parecía ser el medio idóneo para mostrar en imágenes móviles y las últimas novedades del mundo, mientras que las revistas ilustradas mostraban las imágenes fijas de esas notas de actualidad. En el caso de la revista fílmica *Cine Mundial*, no sólo se elaboraban los noticieros que aparecían en las salas de cine previos a las películas, sino que a la par se producía la versión impresa, por lo que fue un complemento entre imagen fija y móvil.

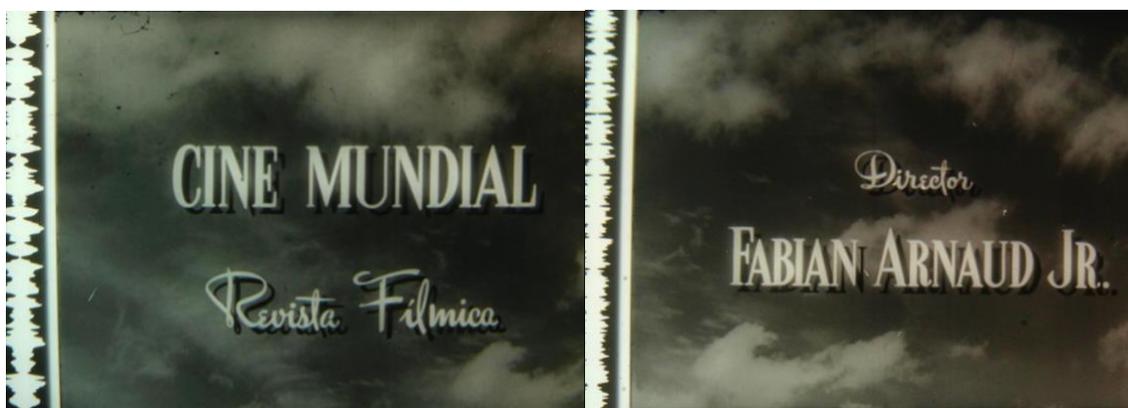
A grandes rasgos se estructuraba en reportajes o cápsulas inconexas, cuyo contenido se centraba en alguna estrella de cine, del deporte o de relevantes acontecimientos sociales o políticos. No podía faltar, por supuesto, el mundo del entretenimiento y otras notas de origen

⁶⁴ Gracida. *La revista Cine Mundial y sus tópicos*. (Ciudad de México: Seminario Permanente de Historia Social, 2019). 107.

⁶⁵ Gracida, *El periodismo cinematográfico...*102.

extranjero,⁶⁶ se intercalaban un par de comerciales publicitarios de productos del hogar así como novedades del mundo.

Cada número iniciaba con la presentación del noticiero (fig. 2), enseguida la de Fabián Arnaud Jr. como director (fig. 3), luego de 5 a 7 cápsulas con breve duración –que oscilaban de uno a cinco minutos– separadas mediante cortinillas, con los títulos de cada cápsula, donde variaba la presencia de sonido (fig. 4), un fotograma donde se mencionaban a los colaboradores entre los cuales se incluían a los técnicos del STIC (fig. 5), los créditos de los camarógrafos (fig. 6), y finalmente los correspondientes de Acapulco Producciones, Productores Unidos S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta (fig. 6).

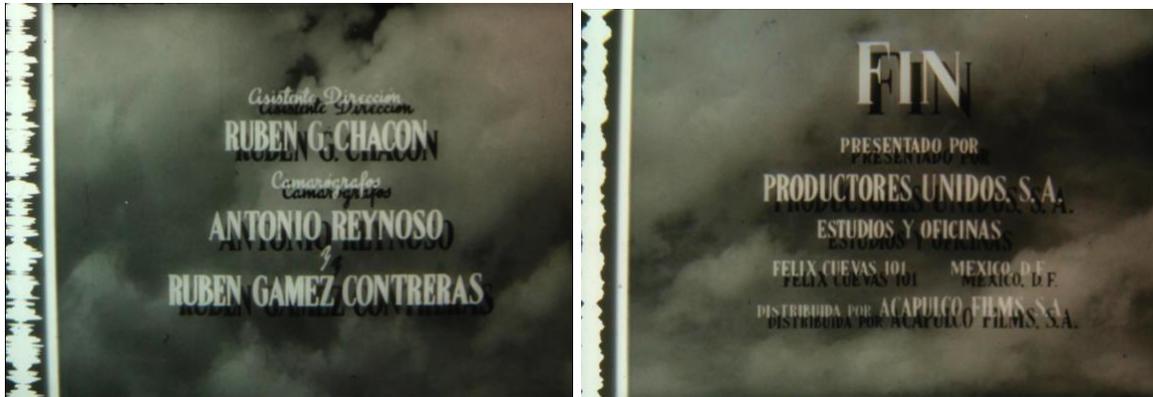


Figuras 2 y 3. Presentación del noticiero



Figuras 4 y 5

⁶⁶ El caso de *Cinescopio* y *El Mundo al instante*, sólo incluían noticias internacionales, cápsulas que provenían de metraje encontrado; es decir, contenido de otros noticieros de diversas partes del mundo que se utilizaba como material informativo en estos noticieros.



Figuras 6 y 7

Una importante generalidad es que cada una de las secciones eran realizadas con la *voz en off*; es decir, donde el narrador nunca aparece a cuadro y se vuelve parte del noticiero.⁶⁷ En *Cine Mundial* participaban como narradores Rafael Solana, Carlos Ortigosa, Che Reyes o el cronista Pepe Alameda (fig.8).



Figura 8

Con el objetivo de rastrear referencias publicitarias de Gámez, se realizó una primera visualización de algunos noticieros del periodo cuando él colaboró en *Cine Mundial*, donde aparece el crédito de Rubén Gámez al término; sin embargo, estas copias del noticiero no cuentan con ningún tipo de imágenes publicitarias o comerciales entre los segmentos, por lo que tampoco fue posible identificar si corresponden a foto fija o en movimiento.

Esto condujo a la consulta de los guiones,⁶⁸ que consisten en una especie de índice que enlista el orden de aparición de cada cápsula con su título, el pietaje, y los “comerciales”.

⁶⁷ García, *Siguieron los noticieros...*, 75.

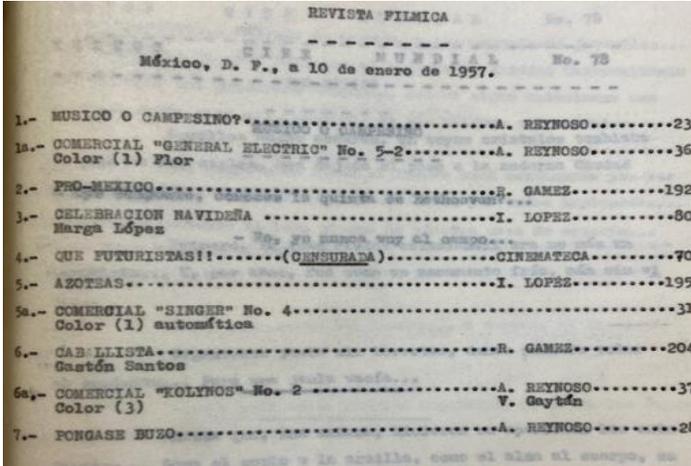
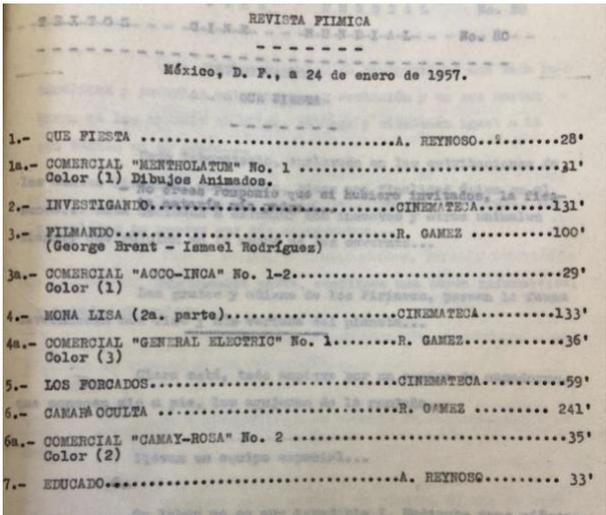
⁶⁸ Todos los materiales pertenecen al Centro de Documentación de la Filmoteca, UNAM.

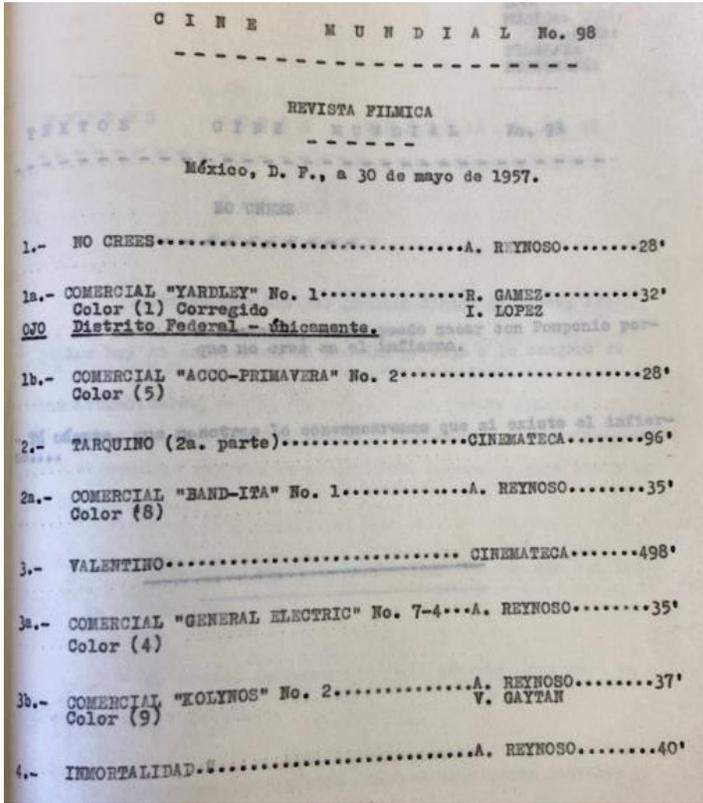
En la mayoría de los casos se menciona al camarógrafo responsable la filmación, y le siguen los documentos individuales de cada segmento. Lo interesante es que los guiones sí señalan cada una de las pautas publicitarias, el “campo” o camarógrafo asignado, el nombre de la marca y en algunos casos si se tratan de imágenes a color o en blanco y negro.

A continuación (tabla 1) se muestra el cotejo entre los guiones de los cuatro números del noticiero fílmico *Cine Mundial*⁶⁹ con las respectivas imágenes en movimiento, donde las secciones van en el orden señalado en el documento; sin embargo, los comerciales ausentes se señalaron con rojo.

⁶⁹ Para este trabajo se revisaron los números 78, 80, 83 y 98 de *Cine Mundial*, Filmoteca UNAM.

Tabla 1

Referencia de visualización / Sin comerciales	Guion del noticiario / Con comerciales
<p style="text-align: center;"><i>Cine Mundial</i> N° 78</p> <p>1.- Músico o campesino? A. Reynoso 1a Comercial "General Electric" Color (1) Flor. A. Reynoso 2.- PRO-MÉXICO UNAM R. Gámez 3.- Celebridad Navideña I. López 4.- Qué futuristas!! CENSURADA Cinemateca 5. Azoteas... I. López 5a Comercial "SINGER" N °4, Color Automática 6.- Caballista R. Gámez 6a Comercial "KOLYNOS" N ° 2 Color 3 A. Reynoso 7.- Póngase buzo A. Reynoso</p>	<p style="text-align: center;">Figura 8</p> 
<p style="text-align: center;"><i>Cine Mundial</i> N° 80</p> <p>1.- Que fiesta A. Reynoso 1a Comercial "Mentholum" N ° 1 Color (1) Dibujos animados 2.- Investigando / Francia Cinemateca 3.- Filmando – (George Brent-Ismael Rdz.) R. Gámez 3a Comercial "Acco-Inca N ° 2 Color (1) 4.- Monalisa Cinemateca 4a Comercial "General Electric" Color (3) R. Gámez 5.- Los Forcados Portugal Cinemateca 6.- Cámara oculta R. Gámez 6a Comercial "Camay-Rosa" N ° 2 7.- Educando A. Reynoso</p>	<p style="text-align: center;">Figura 9</p> 
<p style="text-align: center;"><i>Cine Mundial</i> N° 83</p> <p>1.- Niño Metiche A. Reynoso 1a Comercial "Esterbrook" N° 1 Color (1) R. Gámez 2.- Litri A. Reynoso 2a Comercial "Mentholum" N° 1 Color (2) 3.- Valores anónimos A. Reynoso 4.- Quieto Nerón Cinemateca 4a Comercial "Acco-Inca" N ° 1-2 Color (2) 6.- Plaga. James Dean I. López 6a Comercial "Kolynos" N ° 2 Color (2) A. Reynoso 7.- Viajero que vas J. Moreno</p>	<p style="text-align: center;">Figura 10</p> 

<p style="text-align: center;">Cine Mundial N° 98</p> <p>1.- <i>No crees</i> A. Reynoso 1a Comercial "Yardley" N° 1 Color (1) Corregido. R. Gámez I. López</p> <p>1b Comercial "ACCO-Primavera" N° 2 Color 5</p> <p>2. Tarquino Cinemateca Comercial "Band-ita N° 1ª. A. Reynoso Color (8)</p> <p>3.- Valentino Cinemateca</p> <p>3a Comercial "General Electric" N° 7-4 Color (4) A. Reynoso</p> <p>3b Comercial "Kolynos" N° 2 Color (9) A. Reynoso</p> <p>4.- Inmortalidad A. Reynoso</p> <p>5. Créditos</p>	<p style="text-align: center;">Figura 11</p>  <p style="text-align: center;">C I N E M U N D I A L No. 98</p> <p style="text-align: center;">REVISTA FILMICA</p> <p style="text-align: center;">México, D. F., a 30 de mayo de 1957.</p> <p style="text-align: center;">NO CREES</p> <p>1.- NO CREES.....A. REYNOSO.....28'</p> <p>1a.- COMERCIAL "YARDLEY" No. 1.....R. GAMEZ.....32' Color (1) Corregido I. LOPEZ <u>OJO Distrito Federal - fbicaments.</u></p> <p>1b.- COMERCIAL "ACCO-PRIMAVERA" No. 2.....28' Color (5)</p> <p>2.- TARQUINO (2a. parte).....CINEMATECA.....96'</p> <p>2a.- COMERCIAL "BAND-ITA" No. 1.....A. REYNOSO.....35' Color (8)</p> <p>3.- VALENTINO.....CINEMATECA.....498'</p> <p>3a.- COMERCIAL "GENERAL ELECTRIC" No. 7-4...A. REYNOSO.....35' Color (4)</p> <p>3b.- COMERCIAL "KOLYNOS" No. 2.....A. REYNOSO.....37' Color (9) V. GAYTAN</p> <p>4.- INMORTALIDAD.....A. REYNOSO.....40'</p>
---	--

Como resultado, aquí se presentan nuevos materiales visuales y documentales que confirman en algunos casos y en otros dan referencia de algunas compañías para las que Gámez realizó trabajos publicitarios.⁷⁰

En el caso de Rubén Gámez, podemos rescatar valiosas referencias de su trabajo publicitario, se extienden los nombres de marcas como General Electric, Thrushay, Singer o Esterbrook. Además de las pautas publicitarias, también elaboraba pequeños cortos donde podemos identificar su estilo. Un ejemplo de esto es en el No. 80, titulado "Cámara Oculta", con gran dosis de humor, mucha genialidad, y un poco de experimentación: después de clavar una moneda en una banqueta, –aparentemente fácil de arrancar al paso–, desde el interior de un comercio, con una *cámara oculta*, se registra la interacción de las personas que pasan

⁷⁰ La identificación de éstos en *Cine Mundial*, dan nuevas posibilidades –que al inicio no se habían contemplado para esta investigación– al mismo tiempo que generan nuevos cuestionamientos del medio noticioso.

cerca y tratan de obtener la moneda. La broma sube de nivel y se agrega un billete medio expuesto en una billetera. “Experimento curioso y no muy caro; sólo nos costó seis pesos. De nada amigos...”.⁷¹

En la mayoría de los casos, los cortos que realiza Rubén Gámez están relacionados con aspectos culturales, artísticos o cinematográficos, “*Filmando*, (George Brent-Ismael Rdz.), es un corto donde se “aclaran” detalles de una filmación –sin contexto alguno en la narración–, sin embargo resalta la frase final, “lo único que no queda aclarado es porque los que se dedican a las películas del largometraje se dedican a los cortos, cuando los productores de cortos, sí respetan a los de largometraje.”⁷²

Otros ejemplos a cargo de Gámez son: *PRO_MÉXICO*, cápsulas dedicadas a los proyectos de modernidad, este *clip* trata sobre la creación de Ciudad Universitaria; *Caballista* sobre Gastón Santos; *Proyección*, que refleja la labor del proyccionista cinematográfico tras bambalinas, *el mártir del cine*, o *Se hizo la luz* de Tomás Alba Edison.

Los documentos dan cuenta de la estructura y funcionamiento general de los noticieros, y contienen interesantes datos sobre cada una de las cápsulas; por ejemplo, si se exhibirían determinados reportajes únicamente en el Ciudad de México pero no en provincia. Otros señalan si los comerciales eran realizados a color, en el caso de Gámez –lo que habla del dominio técnico fotográfico–, e incluso si participaban en pares para alguna cápsula en particular, el caso con Nacho López.⁷³ Otro dato relevante es que hay segmentos con la leyenda CENSURADA, ya sea el texto o la filmación, (Véase tabla 1, *Cine Mundial* núm. 78), posiblemente respecto a temas críticos, que se alejaban del discurso modernizador del gobierno en turno. Como se mencionó antes, los *newsreels* pasaban por la revisión de la Dirección General de Cinematografía (fig. 9).

⁷¹ *Cine Mundial, Revista Fílmica*, N° 80, México D.F. a 24 de enero de 1957. Centro de Documentación, Filmoteca UNAM.

⁷² *Cine Mundial, Revista Fílmica*. N° 80.

⁷³ *Cine Mundial, Revista Fílmica*. N° 90, México D.F. a 30 de mayo de 1957. Centro de Documentación, Filmoteca, UNAM.

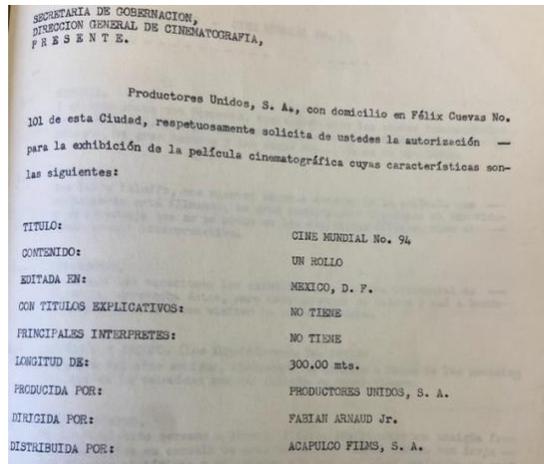


Figura 9. Cine Mundial núm. 94

La filmación, funcionaba bajo el procedimiento de que el guionista daba la pauta escrita al “camarógrafo”, que se le asigna una investigación y una guía que indica el tema, “pero es él quien decide qué y cómo filmar.”⁷⁴

Es posible que los *clips* señalados como “Cinemateca” en lugar de un camarógrafo como responsable en los guiones de *Cine Mundial*, provengan de *EMA* que contaba con su propia Cinemateca o archivo filmico, del intercambio o transacción habitual del medio. Por ende, podemos suponer que algunos provenían de esta productora que continuaba activa en este periodo (véase tabla 1).

En cuanto a la publicidad, los documentos dan cuenta del trabajo publicitario de los cinefotógrafos Antonio Reynoso, Rafael Corkidi, Rubén Gámez, Nacho López, V. Gaytán y T. Yazbek, quienes realizaron comerciales para Acco, Miel Caro, Camay, Pomada de la Campana, Johnson, Linimento de Sloan, Quick o Hazel Bizhop a través de las guías escritas. En el caso de los guiones de *Cine Mundial*, las pautas comerciales están señaladas con número y letra “a” en todos los casos, es decir después de la secuencia 1, le continúa el comercial 1a, (véase tabla 1).

Fabiola García señala que cada nota era precedida por la publicidad de distintos “artículos del hogar, cosméticos, cigarrillos, bebidas alcohólicas, automóviles,”⁷⁵ en ella “no se permite una voz que introduzca al consumo del producto, la marca sólo aparece una vez, esto permite la aparición de camarógrafos con gran talento, que muestran imágenes

⁷⁴ García, *Siguieron los noticieros...*, 111.

⁷⁵ García, *Siguieron los noticieros...*, 75.

estéticamente perfectas y de gran capacidad narrativa,”⁷⁶ de este modo también es posible pensar que la publicidad correspondía a imagen sin sonido, ni movimiento, es decir, fotografía fija, aunque en el caso de *Cine Mundial*, hay unos contados con el señalamiento de “musical” o “cantado”.

Es así que vemos que la inserción de Rubén Gámez en el medio de los noticieros le brindó la experiencia, conocimientos técnicos y herramientas visuales necesarias para realizar imágenes sencillas y de alto contenido, que empleará en sus proyectos cinematográficos, concretamente en *La fórmula secreta*.

2.2 Cinefotógrafos

Por otro lado, es importante insertar la figura de Rubén Gámez dentro un gremio en el que ha sido poco analizado. Son diversas las coincidencias en las trayectorias individuales, una especie de *modus operandi*, una compleja relación profesional con los sindicatos, la publicidad, la fotografía y el cine, en el que su propuesta cinematográfica enmarca a una generación de autores independientes y experimentales. Este entramado responde a la administración en curso, a las películas o las agencias publicitarias gubernamentales en las que se insertaron como cinefotógrafos. Es un tema que poco se ha trabajado pero que merece un espacio para comprender la labor de otros cinefotógrafos y del propio Gámez en su época.

El caso del sonorense es similar al de otros tantos –Nacho López, Antonio Reynoso o Rafael Corkidi– ya que desde la década de los cincuenta se encargó de la dirección de comerciales y de realizar fotografía publicitaria para distintas empresas: McCann Erickson, Maqueda Gibert, Coca-Cola, Bimbo, Tissot, Delcron, Palmolive y Phillips. lo cual le permitió estabilidad económica y recursos para hacer cine de modo independiente, así como a los otros directores. Trabajó en el ámbito publicitario por varias décadas, en las que fundó Telecomerciales y Gámez producciones.⁷⁷

Otro asunto muy poco explorado es su trabajo como documentalista y particularmente como fotógrafo en las giras del Presidente Echeverría. En este sentido, Gámez mostró en

⁷⁶ García, *Siguieron los noticieros...*, 74.

⁷⁷ “Trayectoria de Rubén Gámez” en *Rubén Gámez. La fórmula Secreta*, 411. (Hasta el momento no ha sido posible rastrear material o información documental que abone sobre estas agencias).

distintas ocasiones una postura contradictoria: por un lado, mencionaba que el cineasta debe ser incorruptible tanto ética como estéticamente,⁷⁸ un concepto similar al que planteaba Godard, “Quizá sea cierto que hay que elegir entre la ética y la estética, pero no es menos cierto que, cualquiera que sea la que se elija, siempre encontraremos la otra al final del camino.”⁷⁹

2.3 Binomio Nacho López y Rubén Gámez

De los contemporáneos de Rubén Gámez, probablemente es Nacho López el que más resonancia tiene de la obra y pensamiento del sonorenses, como lo mencionó su hija Citlalli López: “Su trabajo en el cine permite reconocer la influencia de artistas como Gabriel Figueroa y especialmente de Rubén Gámez, para quien Nacho López escribió una presentación de su reconocido documental *Magueyes*.”⁸⁰

El texto al que se refiere Citlalli López es *La expresión cinematográfica de Rubén Gámez*,⁸¹ y es por mucho relevante porque ahí Nacho López reitera y comprende el proceso creativo de Rubén cuando menciona: “Para el ‘experimentalista’, el tiempo y el espacio cinematográficos no son tan importantes como el proceso de ideas en el subconsciente. Lo fundamental es dar salida a la emoción plástica” (fig. 10). El texto, publicado en el marco de la crítica y otros escritos de Nacho López, es una especie de apología del pensamiento de Gámez, quien apenas hacia su primer cortometraje independiente en 1962. Aunque no se menciona que Gámez estuviera involucrado en la redacción, Nacho López, elabora este texto como una especie de manifiesto experimental.⁸²

⁷⁸ Marco Lara Khlar, *La apertura en el cine, a paso de tortuga, Rubén Gámez*. (Ciudad de México, Instituto Mexicano de Cinematografía. Expediente Centro de Documentación Cineteca Nacional, 1992.).

⁷⁹ Citado por Susan Sontag, “Godard” *Estilos radicales*. En Ortega, Damian. *El otro cine de charros*. (Ciudad de México, Alias, 2014), 16-17.

⁸⁰ Citlalli López, “Crítica y Reflexión de Nacho López” en José Antonio Rodríguez y Alberto Tovalín (Eds.) *Nacho López. Fotógrafo de México* (Ciudad de México: Museo del Palacio de Bellas Artes, 2016). 38.

⁸¹ Reproducción del texto crítico “La expresión cinematográfica de Rubén Gámez”, tomado de *Nacho López. Fotógrafo de México* (Ciudad de México: Museo del Palacio de Bellas Artes, 2016), 392, 2-3.

⁸² Otro ejemplo de texto crítico de Nacho López es: “Cuidado, el Gran Hermano nos vigila” en *El cine independiente ¿hacia dónde?*, (Ciudad de México: Asociación de Documentalistas de México A.C., 2007) por iniciativa de Óscar Menéndez, reúne textos del suplemento *El Gallo Ilustrado* de 1973, un manifiesto firmado por los Fundadores del Primer Concurso Nacional de Cine Independiente del medio cinematográfico. Con textos de cineastas y documentalistas independientes, críticos del cine y personalidades como: Alfredo Gurrola, Rubén Gámez, Luis Buñuel, Juan José Gurrola, Ícaro Cisneros, Sergio Véjar, Ayala Blanco y Rubén Gámez.

“El cine –afirmamos– tendrá que ser la expresión de un solo individuo como autor, en la forma y el contenido. Liberado el cineasta de las imposiciones comerciales –situación hipotética pero factible– podrá crear y recrear los temas que a su imaginación acudan”⁸³ (fig. 14). En esta frase aparece la paradoja de los cinefotógrafos: pese a la falta de libertad creativa y exceso de censura, el cineasta experimental encontró la *forma* innovadora para dar salida y materializar distintas ideas, –especialmente críticas– dentro del ámbito comercial.

Para el "experimentalista", el tiempo y el espacio cinematográficos no son tan importantes como el proceso de ideas en el subconsciente. Lo fundamental es dar salida a la emoción ~~plástica~~ plástica. Esta preocupación ha producido films interesantes como "Ballet Mécanique" (1929), de Fernand Léger, "Coreografía para la Cámara" (1941) de Maya Deren, "Sueños que el dinero puede comprar" (1946), de Hans Richter y las "sinfonías visuales", ~~hechas~~ a base de objetos comunes, de Mary Ellen Butte. Actualmente los cineastas norteamericanos indepen

La expresión cinematográfica de Rubén Gámez.

Por Nacho López.

Años hace que Rubén Gámez y yo nos conocemos. De tiempo en tiempo, hemos platicado del cine como si se tratara de la amante más preciada. El cine- afirmamos- tendrá que ser la expresión de un solo individuo como autor, en la forma y el contenido. Liberado el cineasta de las imposiciones comerciales- situación hipotética pero factible- podrá crear y recrear los temas que a su imaginación acudan.

Al considerar al cine como arte se busca que el espectador

Figuras 10 y 11. *La expresión cinematográfica de Rubén Gámez*, por Nacho López ⁸⁴

⁸³ Reproducción del texto crítico “La expresión cinematográfica de Rubén Gámez”, tomado de *Nacho López, fotógrafo...*, 391, 1-3.

⁸⁴ Tomado de “Textos críticos”, 391-393.

“Actualmente los cineastas norteamericanos independientes, de Los Ángeles y San Francisco se preocupan por los temas abstractos, sociales y eróticos.”⁸⁵ Aunque aquí se refiere López a *Magueyes* –que es muy abstracta–, es la primera referencia a lo erótico en un texto crítico a la obra de Gámez. Un tema que pudo ser aludido en los cortos de semanarios, pero que la censura institucional no daría espacio, pese a ello, sí tiene salida en *La fórmula secreta*, punto que retomaremos en el análisis más adelante. Sucede lo mismo con los temas sociales, aunque tampoco tuvieron cabida en los distintos noticieros. Podemos interpretar, que en esta última frase, López ya se adelantó al equiparar el trabajo de Gámez con el de los cineastas norteamericanos –de Los Ángeles–, al coincidir con las mismas preocupaciones en el cine.

De hecho, ambos dialogaban respecto las prácticas experimentales y las filias sobre el cine de vanguardia, sus intereses sociales, sobre las afectaciones de los pobladores ante la migración y la transición del campo a la ciudad, al respecto Rulfo aseveró “[...] debemos confrontar la certidumbre siniestra o luminosa que nos presentan las imágenes de Nacho López [...] su trabajo está lleno de ternura y no intenta denigrar al hombre, sino hacernos ver de cuántas amarguras está hecha la dura vida.”⁸⁶

Compartían aspiraciones o temas en común como el contacto constante con empresas para las que realizaron publicidad, en el caso de Nacho López con “Cerveza XX, Colchones Príncipe y Pepsi-Cola, entre muchos otros productos comerciales [...] como director de fotografía para varias producciones documentales, patrocinadas tanto por el gobierno, como financiadas privadamente,”⁸⁷ además, colaboraron mano a mano en distintos números del noticiero *Cine Mundial* y *Cine Verdad*.

⁸⁵ “Textos críticos”...

⁸⁶ Juan Rulfo. *Fotografías de Nacho López. De cuántas amarguras está hecha la vida*. (Ciudad de México, R.M., 2013), 21. (Texto de exposición).

⁸⁷ Jesse Lerner, “El cine de Nacho López”, en *Nacho López, fotógrafo...*, 358.

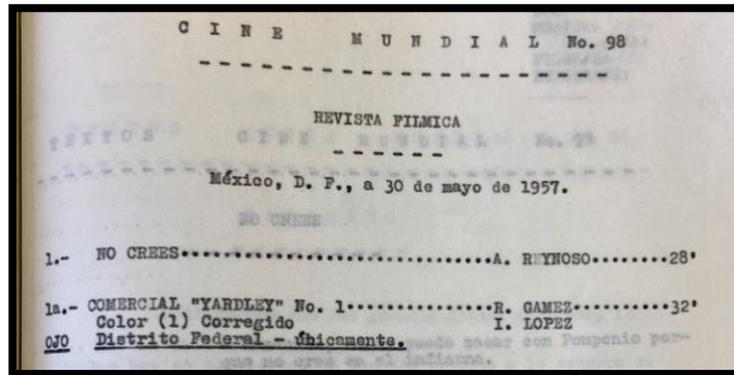


Figura 12. Guion Revista Fílmica *Cine Mundial* #98, Ciudad de México, 30 de mayo de 1957.
Fondo Documental de Filmoteca Nacional

Esta imagen (fig. 12) muestra la cercanía entre ambos en cuanto a lo comercial además del cine. Nacho López asistió al Instituto de Artes y Ciencias Cinematográficas de 1945 a 1947, donde también fue alumno de Álvarez Bravo, Agustín Jiménez y Gabriel Figueroa. En 1948, López viajó a Caracas para impartir un curso de fotografía, un año antes Gámez migró a Los Ángeles para estudiar fotografía.

Mientras esto sucedía, Nacho López se encontraba trabajando en distintas publicaciones –*Hoy, Mañana y Siempre!*– en donde desarrolló un estilo único de trabajar con fotografía fija: “López profundizó en un género que venía desarrollándose de manera tímida y lo convirtió en un paradigma de las revistas ilustradas, [...] el foto-ensayo, que es una forma visual de mostrar una secuencia de imágenes con un tema o hilo conductor de manera clara y definida.”⁸⁸

En los foto-ensayos de Nacho López publicados en revistas, es posible ver las secuencias de vida cotidiana con fuerte carga de denuncia social, en contraste con los segmentos de *Cine Mundial*, donde los camarógrafos frecuentemente se encontraban con la censura. Pese a ello, el estilo pragmático, el sentido del humor de los fotocreadores Gámez y López, así como otros colaboradores, podían apenas enunciar alguna problemática, enfocada en la crisis de la modernidad.

Estos personajes conformaron un binomio, un dúo con innumerables afinidades. Si le pudiéramos atribuir un modo menos abstracto a estas analogías para entenderlas desde otros lugares, es posible pensar en el imaginario, que hace la vez de la delgada línea horizontal que

⁸⁸ Rebeca Monroy Nasr, “De íntimas miradas”, en *Nacho López, fotógrafo...*, 152.

divide algo, y al mismo tiempo lo une, la fotografía y el cine. Como lo señala Phillippe Duboise:

[...] el punto intermedio de estos dos “bloques”: el intervalo, la franja pequeña, frágil, inestable, borrosa, que vibra entre ellos; que los liga en lugar de separarlos. Porque este punto intermedio, que posee una identidad problemática, representa sin duda la vía más interesante para esclarecer con mirada lateral oblicua, los dos conjuntos inmensos que lo rodean.⁸⁹

El intento de analizar *La fórmula secreta* entre el acontecer histórico entre México y Estados Unidos, es mucho más complejo y profundo para este espacio; sin embargo, es posible deconstruir el imaginario de Rubén Gámez en orden cronológico y geopolítico, primero durante su estancia en Los Ángeles en el periodo de posguerra y del Cine de Oro, cuando las películas mexicanas, exhibidas en el país vecino, formaron parte del aparato ideológico, el imaginario social y el *stablishment* de los estereotipos mexicanos en Hollywood, mientras que a su regreso en México se crea una especie de extensión de estos intercambios; es decir, dentro de la industria de los noticieros también experimentó cómo continuaban ya no con películas, sino en un modelo de la modernidad.

La imaginación no es la fantasía... La imaginación es una facultad... que percibe las relaciones íntimas y secretas de las cosas, las correspondencias y las analogías. La imaginación, la montadora por excelencia, desmonta la continuidad de las cosas con el objeto de hacer surgir las <<afinidades electivas>> estructurales.

Walter Benjamin.⁹⁰

⁸⁹ Phillippe Dubois, *Fotografía y cine* (Ciudad de México: Fundación Televisa, 2013), 8.

⁹⁰ Georges Didi-Huberman, *Ante el tiempo. Historia del arte y anacronismo de las imágenes* (Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora), 177.

CAPÍTULO III

La fórm(a)+ula= 1960-1965

Este apartado continúa en la década de los sesenta, al tiempo que reúne los distintos engranes que construyeron el imaginario de Rubén Gámez, pensando en éste como “el espacio que se articula entre la capacidad creadora de los individuos y las comunidades en las que se insertan. Se nombra así a las diversas formas de discursividad y creación que conviven y juegan con normas, convenciones, innovaciones, juicios, críticas, subversiones.”⁹¹ Es así que podemos transitar entre estos lugares para lograr el análisis.

Por ello, este apartado pretende mostrar algunos datos del I Concurso de Cine Experimental de 1965, para conocer el contexto en el que se planeó *La fórmula secreta* y estudiar posibles componentes que hicieron a esta cinta acreedora al primer lugar.

Después de revisar en el capítulo anterior los antecedentes de los noticieros –como *Cine Mundial*– que se exhibían antes de las películas, y eran reflejo de la modernización con cortos de contenido informativo y comercial, es posible observar cómo el cineasta integró algunos de estos elementos en *La fórmula secreta*. Gracias al análisis de esas fuentes es posible plantear que el medimetraje tiene como antecedente formal y visual el del noticiero cinematográfico, y en cierta medida está planeado, filmado y editado desde ese modelo.⁹²

Además, en este capítulo se mostrará cómo coexisten las *formas* cinematográficas con las publicitarias en el medimetraje. Tomaremos para el análisis algunos fotogramas y las secuencias que se consideran ejecutadas desde lo publicitario.

Los años sesenta marcaron un antes y un después de numerosas latitudes en el terreno político, en el medio plástico y cultural con el concepto de modernidad⁹³ que comenzaba a tambalearse, abriendo paso a otras nociones alrededor de lo contemporáneo y lo conceptual; las cuales buscaron romper con las formas modernas, haciendo uso de las herramientas

⁹¹ Israel Rodríguez, *Desafío a la estabilidad. Procesos artísticos en México 1952-1967* (Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México / Turner, 2014), 114.

⁹² Para ello se enlistaron las secuencias de *La fórmula secreta*, al realizar este ejercicio de un modo muy elemental, evidencia un gran parecido con la estructura de los guiones escritos de *Cine Mundial* con la película. Hasta el momento no ha sido posible corroborarlo con el guión original.

⁹³ [...] la modernidad, más que un periodo, es eso: un modo de comprender la experiencia del mundo a partir de <formas> distintivas de percibirlo, entenderlo y experimentarlo. Laura González Flores. “Afinidades electivas. Manuel Álvarez Bravo y Antonio Reynoso” en *Antonio Reynoso. Cinefotógrafo* (Ciudad de México: Secretaría de Cultura, 2018), 53.

tecnológicas y audiovisuales de modo paralelo con otras artes, que propiciaron la inserción de manifestaciones y categorías como el performance, el *ready made* e instalaciones efímeras. A partir de la unión de éstas, se abordaban temáticas pertenecientes al periodo, y en el terreno visual, se utilizaron los objetos artísticos mismos como dispositivos críticos del medio del arte.

Al final, el compendio de ideas, conceptos y contexto alrededor de *La fórmula secreta* de Rubén Gámez revela su complejo modo de imaginar y crear imágenes. A ello destinamos las siguientes líneas.

3.1 Concurso de Cine Experimental

El periodo del Cine de Oro mexicano fue punto de los reflectores por varias décadas en México y el continente americano. El complejo conjunto de acontecimientos propició su vertiginosa caída: un par de años previos al I Concurso comenzaron las discusiones alrededor de las profundas problemáticas –económicas– de la industria cinematográfica, las limitadas posibilidades del gremio, ya fuera por la política de los sindicatos, la censura, asuntos de distribución y exhibición, las condiciones precarias y sobre todo, de contenido. El Concurso abonó al cine nacional algunas de las mejores películas y directores del país, mediante el cine experimental.

La Sección de Directores [...] del STPC, ha sugerido la posibilidad de establecer un ‘nuevo régimen’, para el cine experimental. Por ahora la sugerencia no ha trascendido los límites ambiguos en el que fue planteado inicialmente. La Sección de Directores, [...] parece haber acogido con beneplácito la idea de convocar a un congreso de los sectores de la cinematografía nacional y actualmente se estudian las posibilidades. [...]. Si este congreso se realiza, uno de los temas que habrá de tratar y que habrá de dejar resuelto de una vez por todas será el del cine experimental.⁹⁴

Si algo destacó a las películas mexicanas desde mediados de la década de los cuarenta hasta los sesenta fue la decadencia narrativa porque fue el periodo donde se llevó al límite la producción de cintas *churros*⁹⁵, y otros géneros baratos como la comedia, el drama y el

⁹⁴ Salvador Elizondo, *Cine experimental*. Nuevo Cine, N° 3, 1961, 4.

⁹⁵ El término *churro*, ha sido utilizado desde hace varias décadas para definir las películas de mala calidad, particularmente a mediados del siglo XX, cuando se fomentó la producción de cintas de bajo presupuesto y

western. En este punto, la televisión había tomado ventaja sobre las salas de cine, la desaparición del *star sistem* agudizó la crisis cinematográfica porque representaba menos garantía y popularidad en las taquillas.⁹⁶

Las contadas excepciones son *El despojo* (1960), del director Antonio Reynoso,⁹⁷ el fotógrafo Rafael Corkidi, con el cuento de Juan Rulfo; en 1961 *Viridiana* –con enormes dificultades de exhibición a causa de la censura– de Luis Buñuel, el mismo año *Los hermanos de hierro*, de Ismael Rodríguez. A excepción de *El despojo*⁹⁸ que puede catalogarse como experimental, las tres poseen un discurso profundo y una experiencia cinematográfica menos convencional.

En 1961 puede considerarse el año en que se sientan las bases –o toman las riendas– para el cine experimental: se estrena *En el balcón vacío*, de 16 mm, dirigida por Jomí García Ascot⁹⁹, quien formó con varios intelectuales como José de la Colina, Salvador Elizondo y los aspirantes a cineastas –Manuel Michel, Salomon Leiter, Paul Leduc y el mismo Corkidi– el grupo Nuevo Cine. Con el mismo nombre, una publicación tuvo 7 ediciones, cuyo tercer número fue dedicado al cine experimental, de hecho, algunos críticos del grupo formaron parte del jurado calificador, entre ellos Emilio García Riera.

El I Concurso de Cine Experimental fue organizado por la Sección de Técnicos y Manuales del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STPC), en agosto de 1964. La convocatoria tenía distintos objetivos, el más atractivo para los concursantes era que se “abrirían las puertas” para 5 nuevos directores en el sindicato; además, como parte de los premios se cubriría la exhibición y la distribución de las cintas galardonadas.

La convocatoria fue una respuesta a la crisis, para que la nueva generación de jóvenes con aspiraciones de dirigir y lograr insertarse en un gremio empolvado, planteara novedosas

contenido. Emilio García Riera mencionó: “la proliferación de los ya llamados en la época “churros” por la velocidad de fabricación. 151.

⁹⁶ Véase, Emilio García Riera, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo 1897-1997* (Ciudad de México: Ediciones Mapa, 1998), 184-232.

⁹⁷ En los créditos de este corto, aparece al inicio *Cine Foto*, corresponde a la agencia publicitaria que formó Reynoso con Corkidi en 1949. Véase: Elva Peniche e Israel Rodríguez. “Introducción: en busca de Antonio Reynoso” en *Antonio Reynoso. Cinefotógrafo*, 11.

⁹⁸ Véase, García Riera. *Breve historia...*

⁹⁹ Jomí García Ascot, fue un exiliado español quien junto con varios coterráneos conformaron un círculo intelectual vital en la década. De hecho, García Ascot trabajó con Carlos Velo en el noticiero *Cine Verdad*, que dirigiría tiempo después.

propuestas, en el contexto de la nueva ola cinematográfica a nivel internacional, y sobre todo, una válvula de escape del cine industrial en el terreno nacional.

Las cintas participantes superaron por mucho las expectativas del sindicato, particularmente *La fórmula secreta*. El director mencionó que obtuvo el primer lugar por la diferencia de un punto arriba de *En este pueblo no hay ladrones*, de Alberto Issac, basada en el cuento de Gabriel García Márquez. El tercer lugar fue para la antología de medimétrajes *Amor, Amor, Amor* de Benito Alazraki, producidas por Manuel Barbachano, conformada por *Tajimara* de Juan José Gurrola, *Un alma pura* de Juan Ibáñez, *La sunamita* de José Luis Ibáñez, *Lola de mi vida* de Miguel Barbachano, *La Sunamita* de Héctor Mendoza; y *Viento distante*, integrada por distintas series, un trabajo de los directores Manuel Michel, Sergio Véjar y Salomon Leiter.

Si bien todo comenzó desde lo independiente y la *cinclubmanía*, fueron las adaptaciones e intervenciones literarias –que precisamente vieron primeras luces en los noticieros de Carlos Velo– de Gabriel García Márquez o Carlos Fuentes, las que aportaron nuevas narrativas. Esto respondía a la imperante necesidad de que los directores fueran los responsables y quienes tomaran las decisiones creativas; aspectos que se reforzaron en el concurso.

El certamen funcionó como estímulo creativo y para recordar a los cineastas, críticos y el público, que no todo estaba perdido. Los premios, al final se convirtieron en promesas sin cumplir. En el caso de Gámez, éste mencionó que después de obtener el primer lugar, “uno de los premios era precisamente pertenecer a directores, pues eso no sirvió para nada, porque nunca me aprobaron ningún otro asunto.”¹⁰⁰

Para muchos *La fórmula secreta* ganadora fue evidentemente la más experimental del Concurso, así lo señaló Rubén Torres: [...] uno abandona la sala con una huella profunda y fuerza en el espíritu.¹⁰¹

Imágenes efervescentes que nos atraviesan, resuenan en lo más profundo de nuestra consciencia, sabemos que con un parpadeo perderemos alguna imagen de la cinta, que no podemos dejar de ver. El verdadero ingrediente de *La fórmula secreta* es el impacto, ese

¹⁰⁰ Alejandro Pelayo, “Colección Cine y Literatura. Rubén Gámez”, octubre de 1984. Transcripción de la entrevista, 7. Centro de Documentación, Cineteca Nacional.

¹⁰¹ Rubén Torres Morales “Muerte, protesta y burla, ingredientes de *La fórmula secreta*”. Tomado de *Rubén Gámez. La fórmula secreta* (Ciudad de México: Alias Editorial, 2014), 119.

“<<valor de atención>> de la imagen en realidad denota su capacidad de figurar, con un rango conveniente, en las puntuaciones que miden, o al menos, numeran, los <<impactos>> visuales en las publicidades.”¹⁰²

3.2 La película

La fórmula secreta (1965) es un medimetro de 42 minutos realizado en gran medida por Rubén Gámez, quien estuvo a cargo de la dirección, el guión y la fotografía, con tomas únicas, donde el montaje visual y sonoro acentúa el ritmo de la cinta de modo preciso. Fue filmada los fines de semana con una cámara de 35 mm., y producida por Salvador López Olivares, el mismo productor de *Reed, México Insurgente*, la cual fue dirigida por Paul Leduc (1970). Está musicalizado con piezas de Vivaldi, Stravinski y Leonardo Velázquez, el sonido es de Galdino Samperio y se realizó en colaboración con los laboratorios de Estudios Churubusco-Azteca.

En ella participan actores de la sección del STPC, así como otros no profesionales,¹⁰³ sin personajes como tal, ni diálogos asignados, sólo la *voz en off* de Jaime Sabines, quien da lectura al guión cinematográfico o *poema para cine* escrito por Juan Rulfo cuando aseveró: “Yo la única película que hice se llamó *La fórmula secreta*.”¹⁰⁴

Ésta es una cinta organizada en distintas secuencias que no tienen aparente relación entre ellas, “[...] pequeños episodios, porque soy incapaz de pensar en una cosa larga, porque es muy difícil, o quizá sea porque a mí me gusta esa forma de hacer cine.”¹⁰⁵ Cada una alude a temas relacionados con la noción de mexicanidad, preocupaciones de la modernidad, una contundente crítica a la religión, al consumo, a la influencia norteamericana y una postura antibélica, con especial sentido del humor a través de imágenes alucinantes, todas ellas ponen al espectador en un *loop* paradójico y confrontativo.

¹⁰² Georges Peninou. “El mensaje implicativo: La inversión de la persona” en *Semiótica de la publicidad*, (Barcelona: Gustavo Gili, 1976), 127.

¹⁰³ “4.- El reparto artístico deberá estar formado por exclusivamente por actores cuyo nombre no constituya una garantía comercial, dado que el valor del film residirá precisamente en su concepción integral.” Bases oficiales del Certamen Experimental. Tomado de Rubén Gámez. *La fórmula secreta*, 53.

¹⁰⁴ Dylan Brennan. “Sobre *La fórmula secreta*”, en *La fórmula secreta. Rubén Gámez*, 213. Juan Rulfo también participó como escritor del guión del cortometraje *El Despojo* en 1960 junto al director Antonio Reynoso y el fotógrafo Rafael Corkidi.

¹⁰⁵ Pelayo, “Colección Cine...”, 7.

Es por medio del argumento, el montaje visual y sonoro con su ritmo, la iconografía y las inéditas composiciones que *La fórmula secreta* se aleja por completo del modelo tradicional de las películas industriales y de Hollywood, –preocupación principal de los cineastas de la época y también del I Concurso– ya que los recursos cinematográficos presentes buscaban provocar en el espectador nuevas ideas, asociaciones libres (esquema narrativo) y sobre todo, una nueva experiencia cinematográfica.

Enseguida, abordaremos distintas secuencias de la película, que no necesariamente responden al orden de la cinta, sino al análisis temático y propuesta de este ensayo.

Inicia con una secuencia en oscuridad total, la imagen va iluminándose tenuemente y revela en primer plano una botella negra de refresco intervenida y elaborada para dar este aspecto, por lo que no permite ver el interior del líquido, carece de transparencia a diferencia de la icónica botella verde de *Coca-Cola*. Está ensamblada a una sonda como si fuese una venoclisis, mientras su contenido gotea (fig. 13). Es a través de un movimiento descendente que la cámara acompaña al líquido que se dispersa por el conducto y muestra al espectador cómo se está realizando una transfusión de la sustancia a algún personaje en una camilla de hospital que no aparece nunca a cuadro.



Figura 13

En la parte inferior del cuadro compositivo, toda la escena se torna de nuevo en oscuridad, según el propio Gámez: “ [...] esa era la idea que yo tenía transmitida [sic.], que una cámara seguía a los infiernos, no se logra porque es muy abstracto y es difícil de ponerla en

imagen.”¹⁰⁶ Sin embargo, el director coloca al espectador desde este primer momento en un ambiente repleto de misterio, alejado de toda diafanidad.

En la siguiente secuencia, un móvil o *dolly* a nivel del suelo da vueltas en la plancha del Zócalo Capitalino, la luz del sol proyecta la sombra de un ave que viaja en éste, simulando el movimiento circular que hacen estos depredadores para anunciar la muerte de su presa. Habrá que abonar la idea que Gámez deseaba comunicar: “[...] ¿por qué dicen que es el águila mexicana del Zócalo? No es el águila, es un buitre, una silueta de cartón que yo hice, pero con un pescuezo muy largo para que no pareciera águila, [...] yo quería que pareciera la silueta de un buitre, pero era muy difícil.”¹⁰⁷ Mientras esto sucede, se muestran los créditos en transparencias y concluye la secuencia (fig. 14).



Figura 14

Rubén Gámez cuenta cómo se realizó la secuencia más polémica en un rastro, donde sin cortes se grabó el desollamiento de una res, al tiempo que se intercalaron imágenes de una pareja besándose contra una pared, pero al final, estos dos personajes entran en la escena del carnicero, “[...] la secuencia del rastro fue la más lograda [...] por cierto, esa vaca me costó doscientos pesos, me cobraron doscientos pesos por utilizar el rastro, el actor era el carnicero mismo [...]”¹⁰⁸

¹⁰⁶ Pelayo, “Colección Cine...”, 8.

¹⁰⁷ Pelayo, “Colección Cine...”, 9.

¹⁰⁸ Transcripción de la entrevista realizada por Alejandro Pelayo Rubén Gámez, octubre de 1982, p. 8. Centro de Documentación, Cineteca Nacional.

Esta escena que nombraremos *the flesh*,¹⁰⁹ puede ser interpretada como una apología a la transgresión, porque en el montaje mezcla las imágenes sangrientas y violentas con el animal, al tiempo que escenas pasionales, lo que da como resultado algo perverso y sombrío. Esto es sumamente radical, porque son imágenes que sólo podrían verse en un contexto de cine experimental o independiente, en contraste con el romance de las novelas, películas o noticieros, y en uno de los momentos más contundentes de censura política, moral y social.

La razón de ser del bistec es lo sanguíneo: los grados de su cocción no se expresan en unidades calóricas, sino en imágenes de sangre; el bistec es *saignant* (que recuerda el flujo arterial del animal degollado), o *bleu* (la sangre pesada, la sangre pletórica de las venas que sugiere el violáceo, estado perlativo del rojo).¹¹⁰



Figuras 15 y 16

Otra sección inicia con la imagen de un joven parado frente a un muro mientras se escucha un bullicio por un par de segundos. Enseguida, un soldado acostado pecho tierra descarga su metralleta (fig. 15) contra un juego de tiro de feria que como blancos tiene figuras de águilas –que recuerdan la simbología de distintas banderas, incluyendo la norteamericana– (fig. 16). Aquí, el sonido –a diferencia del resto del medimetraje donde es meramente ficcional– es diegético, significa que corresponde al ruido de lo que podemos ver en la imagen: las descargas de la metralleta. El soldado comienza a sangrar bajo el casco, aunque no es visible

¹⁰⁹ Frase utilizada de modo común que en español significa “en carne propia”, alude a la primera persona como testigo; en la religión cristiana, puede ser entendida como “dos naturalezas en una sola persona”, humano y Dios. Después del desollamiento en la secuencia, el carnicero carga el animal en la espalda, luego es sustituido por el cuerpo de la mujer, probablemente aluden al pecado, cargar la culpa.

¹¹⁰ Roland Barthes, “El bistec y las papas fritas” en *Mitologías* (Ciudad de México: Siglo XXI Editores, 2010), 80.

algún atacante en contracampo, se alude a una contienda. Al final vemos de nuevo al primer sujeto (fig. 17), por medio de una especie de *close up*, primero hacia la sien izquierda y luego a la derecha (figs. 18 y 19) como si la misma cámara hiciera de revólver al contacto con el hombre que inmediatamente comienza a sangrar.



Figura 17



Figuras 18 y 19

Estas imágenes ejemplifican otra de las preocupaciones del cineasta y remiten al periodo de posguerra en Estados Unidos, donde él mismo atestiguó las secuelas de un país fragmentado por la conflagración. En ese contexto geopolítico es posible pensar en los programas sociales y educativos ofrecidos en aquel momento, no solamente en Los Ángeles y otras entidades, que de algún modo avalaban el conflicto.¹¹¹ Es probable que Gámez haya sido consciente de

¹¹¹ El caso del Wiggins como programa educativo o la industria cinematográfica misma, apoyada por instancias como la OCCIA, que se mencionaron en el capítulo I, sumaron esfuerzos para difundir mensajes a favor de la guerra a través de las películas de Hollywood.

esto y no concordaba con aquella ideología, por eso –y en cada secuencia de la cinta, es que contiene una gran carga de denuncia, crítica y en gran medida, un espíritu radical.

La fórmula secreta cuenta con una secuencia donde se escucha la voz de una niña, que en realidad es Susana Gámez, hija del director,¹¹² quien lee un texto en inglés mientras aparecen distintos sujetos posando frente a un muro rotulado con un tigre que es el logotipo de la marca de combustible ESSO (fig. 20). Inicia con fotogramas de distintos fragmentos del felino, y conforme corre la secuencia, el plano va abriéndose en cada corte: primer plano con los rostros de obreros, le siguen los de medio cuerpo, y finalmente de tres cuartos. Mediante el montaje, el cineasta va de lo particular a lo general de un modo dinámico y original.



Figura 20

Here we go,
Come Tom, said mother,
Are you ready for school?
Are you ready ----?
Run to school Tom, run fast!
Here we go, Tom says ----
We can run fast
We go home --- said Tom,
You cannot no go to school
Go home to mother flit?
Raauw raauw, said flit
But she did not go home
Here we go,

¹¹² Entrevista realizada por Marcela Mena a Susana Gámez, el 27 de febrero de 2023 en la Ciudad de México; Transcripción de la entrevista realizada por Alejandro Pelayo a Rubén Gámez, 1984, Cineteca Nacional, 4.

Come Tom said mother,
Are you ready for school?
Are you ready ----?
Run to school Tom, run fast ----!
Here we go, Tom says
We can run fast

Es posible interpretar esta secuencia como un aspecto ideológico-político, sobre la imposición de la cultura norteamericana y el idioma, a “las lecciones de inglés”,¹¹³ al utilizar como recurso la voz de una niña, que lee el texto con dificultad, pareciera que es un proceso memorización. Esto tiene que ver con concepto de “americanización” visto en el primer capítulo, alrededor de los ideales y valores de instancias como el Wiggins en Estados Unidos.

Puede pensarse que la comunidad hispanohablante ganaba terreno –literalmente, en cuanto al espacio urbano propiciado por la migración– en la industria cinematográfica, como espectadores, también en los medios impresos así como en espacios públicos y culturales, lo cual representó una competencia comercial para los norteamericanos; por lo tanto, imponer el idioma inglés fue equivalente al consumo de valores, productos y entretenimiento, que éstos pudieron sortear con dificultades. Es por medio de la “Utilización del lenguaje inglés, muy fácil de entender, para reforzar la *americanidad* del producto”.¹¹⁴

La fórmula secreta contiene otra de las secuencias que se perciben más espeluznantes: un grupo de niñas risueñas y ataviadas para su confirmación o primera comunión dando vueltas en un carrusel, mientras unos sacerdotes las observan (como buitres) alrededor del juego mecánico. Detrás de ellos se alcanza a ver a unos niños jugando fútbol y en un pasamanos. De pronto la escena se torna sombría con un fotograma que dice “CENSURADO”, los niños parecen haber revertido la situación y hecho justicia por cuenta propia. Ahora, mientras los sacerdotes cuelgan del pasamanos, son mordidos y atacados por los niños varones, para terminar con la imagen de todos los curas que yacen en el suelo ensangrentados y amontonados.

¹¹³ Jesse Lerner, “Rubén Gámez: el cine neobarroco en tiempos de cambio” en *Rubén Gámez. La fórmula secreta*, (Ciudad de México: Alias Editorial, 2014), 321.

¹¹⁴ Sonia Madrid Cánovas, *Semiótica de la publicidad*, 62. La autora hace referencia los objetivos y méritos de una campaña publicitaria de cigarrillos Fortuna.

La voz en off también fue un recurso importante en el cine experimental. En *La fórmula secreta*, Jaime Sabines es un narrador misterioso, omnipresente, da voz a los pensamientos de los hombres y al *poema para cine*. Esto sucede en la secuencia más extraordinaria de la cinta: en una toma frontal, un campesino mira directamente a la cámara. Enseguida, da un giro a la derecha dejándolo fuera de la toma, pero éste da un paso en esa dirección y se coloca al centro de la pantalla. La cámara vuelve a esquivar al hombre al lado opuesto y éste insiste en buscar su *mirada*, “un *shot* nuevo en el cine.”¹¹⁵

La escena continúa con más campesinos distribuidos a lo largo y ancho del espacio árido, inmóviles, de pie o recostados entre las grietas de la tierra mientras miran a la cámara, una especie de camuflaje, donde pierden la forma humana como si se derritieran bajo los rayos del sol. Tomas de cuerpo completo y en primer plano, se entrelazan con imágenes de arcángeles en los retablos de la iglesia de Santa María Tonantzintla, un campo contra campo, donde la mirada de los hombres no logra la correspondencia de los ojos impávidos de los seres celestiales ante sus plegarias:

No es que seamos alzados,
ni le estamos pidiendo limosnas a la luna,
ni está en nuestro camino buscar de prisa la covacha,
o arrancar pa'l monte cada que nos cuchilean los perros.
Alguien tendrá que oírnos.

Cuando dejemos de gruñir como avispas en enjambre,
o nos volvamos cola de remolino,
o cuando terminemos por escurrirnos sobre la tierra,
como un relámpago de muertos,
entonces, tal vez, nos llegue a todos el remedio.¹¹⁶

Esta secuencia es tan compleja que podemos aplicar diversos conceptos intermediales, como el *poema visual*, ya que Rulfo se basó en imágenes ya rodadas para elaborar el texto. Es muy

¹¹⁵ Entrevista a Rubén Gámez, p. 8. La interacción de los personajes con el espectador, a partir de la mirada fija, suele referirse a “romper la cuarta pared”, aludiendo a una operación frontal; sin embargo, en *La fórmula secreta* es hacia los costados que se abre el plano. En las artes plásticas, es un fenómeno equivalente a las que dejaron de ceñirse al lienzo como “marco”, y se abre el plano compositivo.

¹¹⁶ Fragmento del poema en “La fórmula secreta. Juan Rulfo”, en Rubén Gámez. *La fórmula secreta*, 28.

probable que sean las de esta unidad narrativa, ya que los hombres toman la forma de cola de remolino y de relámpago de muertos, mediante líneas zigzagueantes (fig. 21).



Figura 21

Aquí también encontramos otros valores publicitarios, “*la frontalidad* de los personajes, los ojos fijos en un espectador ausente al que dan la cara, es una de las posturas publicitarias más características [...],”¹¹⁷ un recurso que Gámez desarrolla y reitera a lo largo de la cinta.

Los arcángeles que observan desde el interior del templo, también tienen que ver con esta operación, lo interesante es que aunque las imágenes permanecen quietas ante nuestros ojos, los fotogramas son en movimiento. Entonces, ¿por qué no usar fotografía fija como en otras secuencias? Al respecto el director afirmó “no me gusta fotografiar las cosas por fotografiarlas, por el documento, me gusta hacer algo, trastocarlo, transformarlo en otra cosa.”¹¹⁸ George Peninou menciona que en la publicidad “es preciso que la mirada sea *recta*, que unos grandes ojos abiertos se vuelvan deliberadamente hacia el lector de la página.”¹¹⁹

Esas miradas incomodan, no parpadean e incluso en algunas puede observarse a una mosca posicionándose sobre la cara inmutable de los ángeles en el retablo (figs. 22 y 23), en otra se observa una telaraña (fig. 24), una alegoría a los parásitos, a la ruina, al olvido, para ejecutar la crítica religiosa audaz. Es interesante que el cineasta decidió grabar –en el caso de la red que ya se encontraba ahí– y usar la toma donde la mosca se posiciona.

¹¹⁷ Georges Peninou. 9. “El mensaje implicativo: La inversión de la persona”, en *Semiótica de la publicidad*, 133.

¹¹⁸ Transcripción de la entrevista realizada por Alejandro Pelayo a Rubén Gámez, 1984, Centro de Documentación, Cineteca Nacional, 11.

¹¹⁹ Peninou se refiere a las publicidades en las que toman al lector como fundamento, 134.



Figuras 22 y 23



Fig. 24

Una atrevida interpretación de esto es que la mosca es el equivalente al hombre del campo que la cámara rechaza. Probablemente el director no contempló eso, parece que al momento de filmar, las moscas insisten en buscar la mirada. Peninou se refiere a las publicidades en las que el lector, en lugar de ser el punto de donde desemboca una mirada, es la fuente de aquella cuando su objeto es la imagen.¹²⁰

3.3 Publicidad

Una de las ideas que conducen esta investigación nace de la reflexión del nombre que tendría *La fórmula secreta* antes del certamen, *Coca-Cola en la sangre*, noción que remite de modo inmediato a conceptos de consumo. La botella-ícono de refresco ha sido reapropiada por no pocos artistas del Pop Art, de arte conceptual y en la esfera cinematográfica. Si en el título

¹²⁰ Peninou, “El mensaje implicativo”, 134.

ya están contenidas alusiones comerciales, se advierte esta tendencia en el resto de la cinta, punto que merece un análisis profundo, y sobre todo ofrece una mirada original sobre el film.

Por ello, reconstruimos en este apartado la dialéctica publicitaria a partir de la observación del mediometrage, de pensar en el proceso de filmación, imaginar el ejercicio en la mesa de montaje, e identificar sus formas y nombrarlas.¹²¹

Si algo tiene el mediometrage es que desde el minuto uno provoca en el espectador una tensión fluida, acentuada por la música y cortes abruptos, e imágenes que sencillamente se adhieren en la memoria, no por su sutileza o belleza, sino que son contundentes e impactantes, ejecutadas con economía visual.

En este punto ya no estamos hablando de recursos cinematográficos, sino publicitarios. Una estrategia visceral para llegar al inconsciente, porque “la publicidad es hallar la manera de decir las cosas no tal y como se dicen, sino tal y como se sienten.”¹²² “La publicidad es una herramienta comunicacional de enorme trascendencia social y uno de los elementos básicos que contribuye a la creación de la cultura en la nueva sociedad global de la comunicación y el conocimiento, pero también de la paradoja y de la incertidumbre.”¹²³

Ese impacto es en palabras de George Peninou “[...] el condicionante primordial a que está sometido el manifiesto publicitario es su obligación de hacerse notar [...]”¹²⁴

3.3.1 Anti

Es necesario subrayar el término *anti*¹²⁵ fuera de la esfera cinematográfica para ceñirnos y profundizar desde de una óptica publicitaria, en la trayectoria de Rubén Gámez y como parte

¹²¹ Para este capítulo y los conceptos de publicidad nos valemos de los textos de Roland Barthes, *Mitologías*; Georges Peninou, *Semiótica de la publicidad*; y para ejemplos de análisis muy concretos de *Los signos errantes* de Sonia Madrid Cánovas y *Contrapublicidad como herramienta de comunicación*, de Paula Sans Gual.

¹²² Sonia Madrid Cánovas. 2.2 “¿Qué emociones produce un anuncio? La pasión” en *Los signos errantes. Estrategias de la publicidad gráfica española 1950-2000* (Murcia: Ediciones de la Universidad de Murcia, 2007), 51.

¹²³ Paula Sans Gual, *Contrapublicidad como herramienta de comunicación, un estudio de caso de Greenpeace*, (Sevilla: Universidad de Sevilla, 2018), 29.

¹²⁴ Peninou, “El mensaje implicativo”, 127. El autor se refiere al concepto en latín *esse est percipi*, <<ser es ser percibido>> frase del pensador británico Georges Berkeley, que refiere al “inmaterialismo: las cosas existen como objetos percibidos, o fenómenos de conciencia.” Véase: Enciclopedia Herder.

¹²⁵ “anticategoría”, una manera de romper con las divisiones tradicionales basadas en las técnicas artísticas. Véase: Camila Maroja. “*El pop se hace conceptual: lenguaje visual en América*” en *Pop América. 1965-1975* (Duke University Press, Durham: 2018), 55.

de la metodología de análisis de este ensayo. El concepto *anti* es vital en este apartado por distintos motivos: el primero tiene que ver con la descripción de la cinta realizada por Juan Rulfo, “Es anti-yanqui, anti-clerical, anti-gobiernista, anti todo [...]”¹²⁶; como concepto de la teoría publicitaria, y finalmente, como *corpus* de distintos artistas en la década de los sesenta que revisaremos más adelante.

Subvertising, anti-publicidad, son algunas variables para referir a la contrapublicidad, que “aporta creatividad con un gasto mínimo de recursos, difunde una corrosiva ironía y contribuye a hacer una lectura distinta de la comunicación comercial, pero si no sirve para denunciar que la rueda del consumismo es social y ambientalmente insostenible, de poco vale”.¹²⁷

Este parece ser justamente el estilo de hacer cine de Rubén Gámez, porque tiene como *forma* la ambivalencia, lo divergente, lo contradictorio, con pequeñas paradojas visuales. La dialéctica es la dicotomía constante, como el caso de su quehacer con la fotografía y el cine, a modo de analogía donde podemos visualizar a la publicidad como la línea divisoria. Por ello, en la siguiente sección nos apoyamos del concepto para llevar a cabo el análisis sobre un par de secuencias, en las que es posible intuir en la cinta los modos de subvertir temáticas o intereses de Gámez.

3.3.2 Anti-tributo: charros vs. cowboys

En *La fórmula secreta* se le atribuye significado especial a la tradición charra en una secuencia dividida en dos partes, donde se puede aplicar el concepto *anti-tributo*: en la primera –el tributo–, se realiza la suerte de terna donde primero hacen el floreo de la reata, (fig. 25), lazan al toro de las patas traseras para derribarlo (fig. 26), y finalmente lo atan de las cuatro patas. Se percibe una atmósfera natural en el ruedo y la iconografía tradicional: el charro con traje y grecas en el pantalón ajustado, sombrero y botas con espuelas. Esta parte recuerda un poco el fin ilustrativo del noticiario cinematográfico,¹²⁸ no hay narrador, sólo

¹²⁶ Dylan Brennan. “Sobre La fórmula secreta”, en *La fórmula secreta. Rubén Gámez*, 23.

¹²⁷ Sans Gual, *Contrapublicidad como herramienta...*, 27.

¹²⁸ Un ejemplo es el de *Cine Mundial* número 78, donde Gámez realiza la cápsula “Caballista. Gastón Santos”. Recordemos que las cápsulas tenían por objetivo resaltar las cualidades de personalidades deportivas o artísticas.

suenan las Cuatro estaciones de Vivaldi cuando se suelta al novillo para la suerte de terna, las tomas desde abajo exaltan a los jinetes que dominan al caballo relinchante y al ganado, mientras lucen la charrería.



Figuras 25 y 26

En contraste, en la segunda parte uno de los jinetes que aparece el plano anterior hará la misma suerte de terna pero con un hombre trajeado en lugar de un novillo. Éste porta un bolso de la compañía American Airlines, mientras camina sobre una calle en el Centro Histórico de la Ciudad de México. El charro montado a caballo comienza a seguirlo desde la acera de enfrente, el sujeto se percata de ello y comienza a correr, entonces es lazado (fig. 27) del cuello y arrastrado por el concreto hasta estamparlo en un poste (fig. 28).

Esta sección es el *anti* del tributo, se repite la terna provocando un ambiente radicalmente distinto. Hay mucha tensión y cierta sátira por el modo en que Gámez resuelve el trágico final, donde el vencedor es el hombre del campo, no el de la ciudad que encarna al animal. El vaquero parece hacer justicia por su cuenta, saldar cuentas en el ruedo citadino, con el hombre que por alguna razón aparece como villano, el campo contra la ciudad. Esta sección recuerda un poco a las escenas del cine de charros, *western*, ya que se concentran distintos elementos cinematográficos y de estos géneros de manera subversiva.



Figuras 27 y 28

Otro ejemplo en este sentido es la secuencia de un hombre de pie dentro de una presa donde porta una tira de salchichas que hace la vez de reata charra (fig. 29). Al lanzarla hacia el fondo del agua, emergen de la profundidad tres sujetos trajeados y comienzan a luchar ente ellos o por sus vidas, –sujetos a la reata– (fig. 30). Estas imágenes señalan drásticos contrastes iconográficos que son una constante en la cinta.



Figuras 29 y 30

Otra analogía puede realizarse con la constante aparición de “lazos” de un modo alegórico, no sólo en las secuencias anteriores, también en la escena del rastro. Pensar en la relación y conocimiento de Gámez con la iconografía no necesariamente cinematográfica sino desde la cotidianeidad familiar y el oficio de talabartero de su padre, por lo que estuvo expuesto a las actividades y elementos de la charrería en Sonora.

Esta secuencia es otro ejemplo del *antitributo* al cine *western*, *charros vs. cowboys*, corresponde al periodo de auge de películas del medio oeste en Estados Unidos, “las cintas de este género tuvieron sus contrapartes estadounidenses, pero con una clara vertiente

mexicana, expresada por ejemplo en que las historias giran alrededor de corridos populares y tienen lugar en alguna parte (...) de la provincia”.¹²⁹

En la iconografía presentada en estas secciones de *La fórmula secreta*, predominan por un lado las que tienen que ver con asuntos tradicionales de la vida en el campo y la charrería, en oposición a hombres extranjeros, cuya cultura se legitima en el consumo. Al respecto Jesse Lerner menciona que “a lo largo de su trayectoria, Gámez mantuvo una compleja e intensa con el cine mexicano del cine de oro y la iconografía nacionalista de ese tiempo.”¹³⁰

3.3.3. Anti-noticiero

Si bien *La fórmula secreta* es una película que puede ser catalogada como ficción porque no hay desarrollo de tiempo continuo o real y los recursos musicales, así como los visuales son extradiegéticos. Aunado a esto, la forma ficción pareciera alejar de todo sentido los temas y problemáticas planteadas críticamente en la cinta –aunque aborde asuntos verídicos–, sin recurrir a material documental, y nuevamente se proyecta una paradoja; por ello, reparamos en que otro de los matices de la película es un *anti-noticiero*. Con lo anterior, podemos plantear otro punto de confrontación en esta narrativa cinematográfica en *La fórmula secreta*, el auge de los *newsreels*-noticiarios a lado del *documental*-ficción.

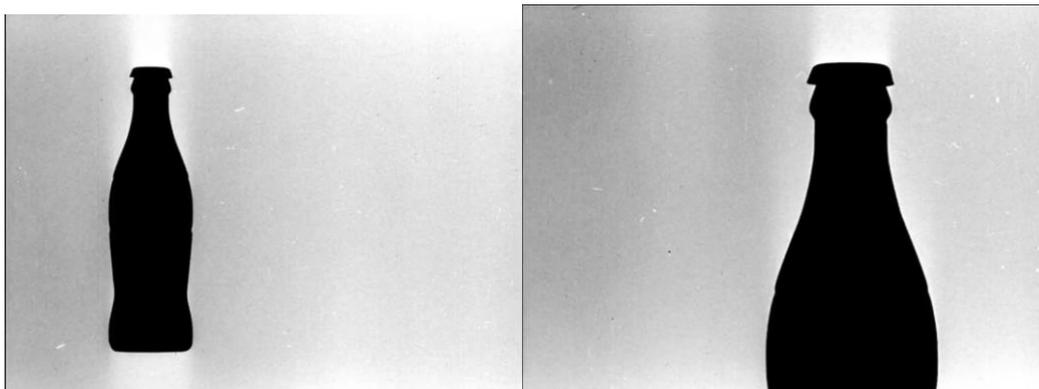
El concepto de *anti-noticiero* va en función de la considerable afinidad estructural de la película con el formato de los noticieros: integrados por cápsulas o secciones con diversas temáticas de breve duración, con inserciones publicitarias y créditos al inicio y al término, que, en este caso, es subvertido con las cápsulas que abordan problemáticas sociales y económicas, la censura misma, la pederastia de forma mordaz y el tomar una postura radical, lo cual convierte estas imágenes en un *contramensaje*.

Otro punto que refuerza el *anti-noticiero* responde a la aparición de los fotogramas con el ícono de *Coca-Cola* que operan como inserciones publicitarias para dividir y marcar el inicio o fin de las secuencias. La aparición de estos embaces es ambientada con un sonido

¹²⁹ La década de los sesenta sin duda fue su época de gloria dentro del cine mexicano. [...] *Hermanos de Hierro* (1960), de Ismael Rodríguez, *Tiempo de morir* (1965), de Arturo Ripstein, y *El Tunco Maclovio* (1969), de Alberto Mariscal. Véase David R. Maciel, *La sombra del caudillo: el cine mexicano y el estado en la década de los sesenta.*, 176, <https://es.scribd.com/document/478699463/Maciel-David-La-de-cada-de-los-sesenta-El-Estado-y-la-imagen-en-movimiento-pdf>

¹³⁰ Lerner. “Rubén Gámez: cine neobarroco...”, 319.

extradiagético que simula una señal satelital o de un televisor, mediante un efecto estroboscópico (figs. 31-34). Estas inserciones publicitarias de *Coca-Cola* se presentan en siete ocasiones a lo largo toda la película, en algunas sin sonido. Todas ellas son ejercicios o perspectivas distintas de la botella, que aportan dinamismo y dan la impresión o recuerdan las figuras sólidas del estencil.



Figuras 31 y 32

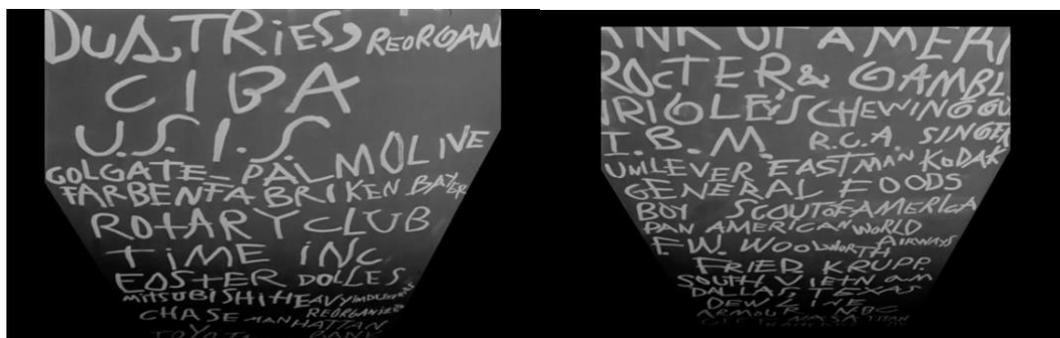


Figuras 33 y 34

A modo de cierre, la cinta presenta una lista que pareciera ser los créditos finales de una película, con una composición poco común. Se trata de un pergamino con corporaciones

transnacionales,¹³¹ empresarios o grupos de opresión que, sin duda, es la secuencia más antipublicitaria. Da la impresión de que fue grabada con la cámara nuevamente a nivel del suelo, conforme el manuscrito se recorre de abajo hacia arriba en el plano, aumenta el tamaño de las letras mayúsculas, desordenadas. Una vez en la parte superior de la pantalla, el listado de las compañías salen de los límites de la pantalla para avasallarnos (figs. 35 y 36).

Muchas de las compañías multinacionales nombradas –Standard Oil (Esso), International Harvester, Monsanto, United Petroleum, Volkswagen, Walt Disney Productions– son corporaciones con largas historias en América Latina; historias de comercialización, de explotación de recursos naturales y, en algunos casos, de culpabilidad compartida en las peores intervenciones hemisféricas.¹³²



Figuras 35 y 36

Es interesante observar que en este listado de transnacionales se menciona a General Electric, para la que Gámez¹³³ realizó comerciales en el noticiero *Cine Mundial*; aparecen también Palmolive, y Pepsi-Cola en el caso de Nacho López.¹³⁴ Es probable que ahí se haga referencia a otras publicidades desarrolladas por otros colaboradores en noticieros o en sus propias agencias.

Eastman Kodak también es mencionada, lo que constituye un modo bastante subversivo de aludir a la empresa de mayor fabricación e historia comercial de material

¹³¹ Véase Lerner. “Rubén Gámez: cine...”, 318-329.

¹³² Lerner. “Rubén Gámez: cine...”, 320.

¹³³ Véase Tabla 1 en capítulo II.

¹³⁴ Llamam la atención algunas fotografías de Juan Rulfo en este sentido, una donde sobresale el anuncio en la esquina de un establecimiento *Pepsi-Cola. Más calidad, más cantidad*, y otra foto con un niño tomando una *Pepsi-Cola*. Cat. 79. “Ancianas en la calle Cardonal”, 1959 y cat. 86 “niño en un pueblo posando un un refresco” ca. 1960. Cat. 79. “Ancianas en la calle Cardonal”, 1959 y cat. 86 “niño en un pueblo posando un un refresco” ca. 1960. Véase: Isabel Garcés (Coord.). *100 fotografías de Juan Rulfo* (Ciudad de México: Editorial RM, 2013).

fílmico y fotográfico dentro de la misma película; es decir realiza una metapublicidad.¹³⁵ Recordemos que el material dependía de la industria extranjera lo cual condicionaba la producción cinematográfica. En algún punto, el material fílmico dependía de la industria extranjera como una manera de condicionar la producción cinematográfica. Otro caso es el de Dupont¹³⁶ o Monsanto, compañías rodeadas de controversias por envenenamiento dado el contenido tóxico en sus productos.

La crítica es parte vital del *anti-noticiero*, ya que en *La fórmula secreta* se plantean reflexiones sobre asuntos que no podrían haber estado en los noticieros, probablemente mostrar imágenes violentas, sangre o los marcados contrastes sociales. En el caso del mediometraje, coloca al espectador en un sitio complejo y analítico, asunto que evidentemente no sucedía en las salas de cine donde se proyectaban imágenes sobre el desarrollo industrial, político, económico, donde no había cabida para perspectivas críticas.

3.4 Iconografía pop

Abordar el movimiento artístico del pop implica contemplar nociones plásticas, de teoría e inagotables problemáticas que nos alejan de nuestro objetivo. Partimos de dos puntos: el primero es el del movimiento surgido en Reino Unido y América del Norte donde se hablaba del mercado del arte, y el segundo el que se extendió en Latinoamérica de formas más radicales en torno a movimientos sociales, y en la mayoría de esta latitud, en respuesta a regimenes totalitarios.¹³⁷

Por lo tanto, abrimos paso a este tema con la que podría atribuirse a la primera definición del género acuñada por el crítico de arte británico Lawrence Alloway: “Utilizo el

¹³⁵ Metapublicidad: son anuncios en los que aparece otro anuncio, con independencia de la finalidad que tenga esa aparición (autorreferencial, ilustrativa, irónica u otra). Véase: Sans Gual, *Contrapublicidad como herramienta...*, 28.

¹³⁶ Nuevamente encontramos extrema vigencia en la obra de Gámez, en 2019 se estrenó la película *Dark waters* o *El precio de la verdad*, del director norteamericano Todd Haynes, cuya trama recupera el caso verídico de Dupont, compañía que enfrentó una demanda colectiva por contaminar agua y causar decenas de envenenamientos y muertes a lo largo del territorio estadounidense.

¹³⁷ Nos apoyamos del catálogo coordinado por Esther Gabara, *Pop América 1965-1975*, particularmente como índice de distintas *formas* subversivas de los artistas en el Cono Sur.

término, y también Cultura Pop, para referirme a los productos de los medios de comunicación de masas, no a las obras de arte que se inspiran en la cultura popular.”¹³⁸

Este movimiento artístico responde, se adapta y coexiste alrededor de los nuevos medios impresos como la serigrafía; tecnológicos, como la televisión y el video, y sobre todo al consumo de masas. Las opiniones alrededor del pop estaban divididas “¿representa el pop una de muchas de las variantes del arte moderno que han expandido continuamente su alcance hacia áreas de la vida humana que antes no habían sido consideradas o marca una ruptura con el arte de vanguardia [...].¹³⁹ Paralelamente el concepto comenzó a tener discusión en los espacios de exhibición y en la esfera artística hacia finales de los cincuenta, aunado a las nociones de repetición y serialidad como alegoría misma o matérica de la serigrafía y de los procesos industriales.

Fue en 1962, dos años previos a la elaboración de *La fórmula secreta*, cuando Andy Warhol utilizó la imagen de la botella de refresco *Three Coke Bottles*;¹⁴⁰ el mismo año, Robert Rauschenberg realizó *Dylaby* y, Tom Weesermann, *Still Life N° 20*. En estas series “ya no era la mujer como objeto, sino en su entorno doméstico, las cocinas y los baños de las clases suburbanas de la clase media.”¹⁴¹

De hecho, el Pop Art es el primer movimiento artístico en experimentar con el lenguaje publicitario. Sin duda alguna, “cabe considerar este movimiento como una de las bases artísticas y culturales de la publicidad”.¹⁴² Es por mucho interesante que Andy Warhol y el mismo Rubén Gámez,¹⁴³ tenían sólidas trayectorias y experiencia en la publicidad y medios audiovisuales.

Justamente por el modo en el que Gámez subvierte todo en *La fórmula secreta*, corresponde tanto al medio publicitario o cinematográfico, como a las formas pop. Al mirar la cinta en esta categoría abonamos otra paradoja alrededor de las imágenes de Rubén Gámez, por un lado, la película dialoga con las nociones publicitarias de los artistas norteamericanos.

¹³⁸ Klaus Honnef. *Pop Art*. (Eslovaquia: TASCHEN, 2021), 7.

¹³⁹ Honnef. *Pop Art*, 2021, 12.

¹⁴⁰ El logotipo de *Coca-Cola* está escrito en Spencerian Scrip, un tipo de letra que de hecho, fue la fuente estándar para la correspondencia comercial en Estados Unidos antes de que empezara a utilizarse la máquina de escribir moderna.” Véase: *Andy Warhol. Estrella negra* (Ciudad de México: JUMEX, 2017), 62.

¹⁴¹ Honnef, *Pop Art*, 90.

¹⁴² Sans Gual, *Contrapublicidad como herramienta...*, 37.

¹⁴³ Analizaremos las imágenes a partir de la relación del pop art en concordancia con el sentido publicitario, no tanto desde otras variantes como el performance, el happening.

En su iconografía, es posible identificar marcas que éstos utilizaron en sus obras o de este tipo, como la revista *Life* en “On the balcony” (1955-57), de Peter Blake, marcas de automóviles como *Landscape* (1964), de Tom Wesselmann, o Walt Disney¹⁴⁴ y *Coca-Cola*, entre muchas otras.

Las formas pop en América Latina utilizaron estrategias visuales de modo subversivo, al exponer la represión, la violencia, los matices de la modernidad, el desarrollo y el subdesarrollo mediante la sátira, la utilización de estética plana, contornos gruesos, economía visual y de producción, reproducción fotográfica y figuras sólidas, como el ícono de refresco que Gámez hace de inserción publicitaria en la cinta.

Todo indica que *La fórmula secreta* corresponde a distintas formas e imágenes pop de la década de los sesenta hasta que tomamos en cuenta uno de los elementos más icónicos: el color. Para 1964, fecha en el que se esbozaba el mediometraje en blanco y negro y se trabajaba con el *story board*, ya se mostraban películas en a color.¹⁴⁵

Probablemente esto es un modo radical, congruente con un contenido *anti*, alejado de todo folclorismo representativo de lo nacional, el pintoresquismo, la mexicanidad, del arte popular, o del “colorful mexican cowpuncher costume”.¹⁴⁶ Otra idea es en la misma oposición de la cultura pop, así como alusión al cine de otra época e incluso alude al cine documental, los noticieros o *newsreels*.

La secuencia que concentra la mayor cantidad de referencias publicitarias es protagonizada por una tira de salchichas que atraviesa distintos productos de la vida cotidiana que aparecen en el plano, al tiempo que simboliza y ocupa un espacio dominante. Son interesantes algunos fotogramas: una imagen del universo, probablemente la de una galaxia o *Milky Way* (fig. 37), una portada de la revista *Life* (fig. 38), y otra que parece ser la imagen de una pintura (fig. 39). En todas ellas se superpone el ingrediente principal de los *hot dogs*. Son imágenes pop porque ahí confluye la iconografía mexicana, con la de la cultura

¹⁴⁴ Gámez incluye a Walt Disney en la que hemos referido como la última secuencia con un listado de compañías transnacionales. El cómic y los dibujos animados también forman parte de la iconografía pop en todo el continente.

¹⁴⁵ [...] “en 1962, se inició la producción en colores [...] en los Estudios América. (Las cintas mexicanas en colores de la época fueron en total 14 en 1961, 15 en 1962, 13 en 1963, 19 en 1964, y 27 en 1965).” Véase; García Riera, *Breve historia del cine*, 234.

¹⁴⁶ Gunckel, *Mexico on Main Street...*, 182. El autor aborda los distintos estereotipos mexicanos en las películas hollywoodenses. Producir películas en color en el periodo del Concurso, implicaba costos exponenciales, sin embargo, el uso del blanco y negro, refuerza el sentido *anti*: lúgubre, patético, una alegoría a la oscuridad.

norteamericana, donde el director recurre a *stop motion* y foto fija, en otras secuencias animadas mediante el movimiento manual de la cámara. Con ello, Gámez da un mensaje contundente y claro de la otra cara de la modernidad, esa que pisotea, deteriora, deforma y arrasa con todo a su paso.

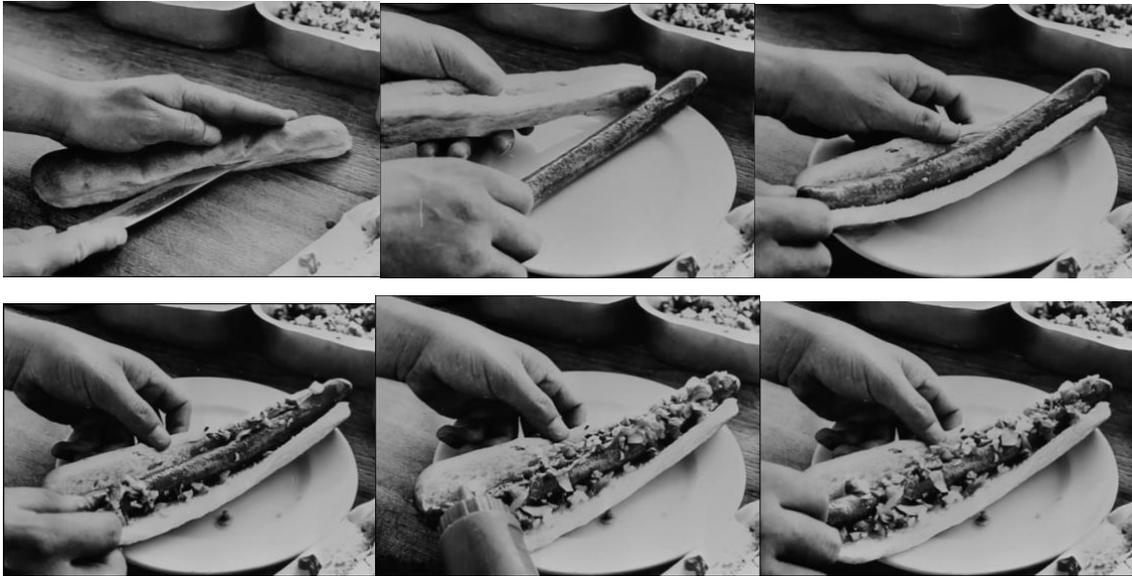


Figuras 39 y 40



Figura 41

Es mediante el *stop motion* que va coordinando de modo preciso los cortes de fotografía fija con el *tempo* de la música de Igor Stravinsky, vemos el sencillo proceso donde alguien prepara un *hot dog* (figs. 42-47), enseguida un sujeto prueba el bocadillo y sale del comercio para dar inicio al recorrido transnacional que hará la tira de salchicha, partiendo del Banco de Londres y México para después pasar por la Torre Latinoamericana, ambos en la capital mexicana.



Figuras 42-47

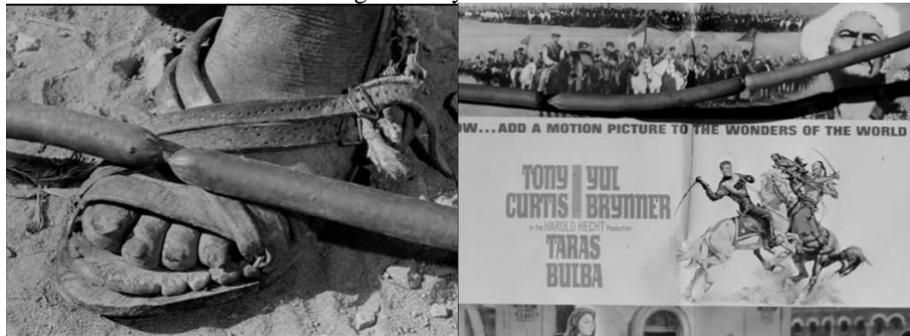
La iconografía de esta secuencia publicitaria se conforma por marcas de manufactura nacional: un pastelero de Marinela, la cerveza Carta Blanca en un televisor Hotpoint; un puesto de chiles, un comal, la tortilla, el huarache (figs. 48-52), la Plaza de las Tres Culturas, un exhibidor de zapatos en forma de cono rodante de una feria. La tira de salchichas da vueltas al mástil de la bandera y un hombre “en-varillado” en el Zócalo. En contraste, se identifican marcas de producción norteamericana, continúa por la publicidad de la película *Taras Bulba* (1962), del director Lee Thompson, un cofre de Mercedes-Benz, un pequeño compendio de libros, un hombre que mira a través de un telescopio mientras el embutido le mueve la nariz, el rostro de un bebé rubio (o Gerber), una pared rotulada –Printed in USA– de los convertidores de maquinaria Allice-Chalmers (figs. 53-55). Una escena curiosa donde una máquina industrial mediana pasa por encima de una serie de platos distribuidos en el piso al tiempo que la salchicha los cruza.



Figuras 48 y 49



Figuras 50 y 51



Figuras 52 y 53



Figuras 54 y 55

La mezcla contradictoria de estos elementos también es una operación contrapublicitaria, ya que “la alteración de los signos originales produce significados completamente distintos a los de las campañas publicitarias intervenidas, con los que se ridiculizan y parodian sus referentes, y en última instancia, se cuestiona la sociedad de consumo de masas.”¹⁴⁷

En esta sección el director se apoya de la fotografía fija y resulta sumamente interesante cómo resolvió algunas de estas imágenes: es probable que quisiera grabar unos segundos de la tira de salchichas apretando las ubres de una vaca; sin embargo, optó por tomar una fotografía, y para dar la impresión de movimiento o resistencia del animal, buscó

¹⁴⁷ Sans Gual, “Contrapublicidad como herramienta...”, 28.

mover la fotografía bruscamente al momento de grabar, unos segundos un plano medio donde se observan las manos que sostienen la tira, y un par más con un primer plano simulando un acercamiento (fig. 56), también aparecen insertadas fotografías de ganado, y cierra la secuencia con una vaca sonriente (fig. 57).



Figuras 56 y 57

La fórmula secreta se establece por sí misma en el contexto con otros artistas que laboraron como fotógrafos publicitarios como Andy Warhol, y sobre todo para abrirle espacio en el terreno de lo contemporáneo.

3.5 El film justifica los medios. Latinoamérica

La mezcla de Bacardí con Coca-Cola se hizo efectiva a finales del siglo XIX, cuando los soldados americanos comenzaron a combinar este ron blanco con el ya extendido invento de John Pemberton, la Coca-Cola, creando así el Cuba-libre.¹⁴⁸

Esther Gabara, toma como punto de partida el título del *collage* del artista chileno Hugo Rivera Scott *Pop América* (1968), para más que enmarcar territorios específicos, aludir a una onomatopeya, “explota América, revienta América.” Un llamado a la acción “popizar” (como verbo) a través de experimentos estéticos, “intervenciones conceptuales de base lingüística”, para unir aspectos de la cultura de los países de América.¹⁴⁹

¹⁴⁸ Madrid Cánovas, *Los signos errantes*, 42.

¹⁴⁹ Tomamos como referencia del catálogo de *La era de la discrepancia*, para colocar a *La fórmula secreta*, como una obra índice de lo contemporáneo, que al abordar esta película en el contexto e índice de lo

El ícono de la *Cola-Cola* también fue reapropiado por distintos artistas conceptuales en Latinoamérica: los brasileños Hélio Oiticica y Neville D’Almeida realizaron en 1973 *experimentos en bloque de Cosmococa*, conformada por distintas materialidades e intervenciones; entre ellas, una con fotografía y dibujos hechos con cocaína sobre la portada del disco *War Heroes* de Jimy Hendrix; Cildo Meireles, con *Inserciones en circuitos ideológicos* (1970), obra que consistió en “grabar en las botellas de bebidas refrescantes informaciones y opiniones críticas [Yankees go home!], y devolverlas a la circulación.”¹⁵⁰

Antonio Caro, a partir de la imitación de la tipografía de la bebida reescribe *Colombia* en un latón pintado de rojo, una especie de señalética urbana de las que pueden verse afuera de establecimientos que venden Coca-Cola.

En México, Mathías Goeritz está harto pero toma *Coca-Cola*,¹⁵¹ satirizando la publicidad de la revista *El Corno Emplumado* como parte del grupo antiarte *Los Hartos*, dos años después Rubén Gámez con *La fórmula secreta*, donde “comparte esa postura antiimperialista con una gran parte del “nuevo cine latinoamericano” de los años sesenta, tanto de América del Sur como del Caribe –por ejemplo, los documentales radicales del Instituto Cubano de Artes e Industrias Cinematográficas [ICAIC].”¹⁵²

El encuentro de Gámez con otros personajes, especialmente el de Carlos Velo en el quehacer noticioso y publicitario, tiene que ver en el modo de hacer imágenes “en una época de rápida modernización en América Latina, el consumo masivo, la cultura pop y la cultura popular inevitablemente ocupaban el mismo espacio y se contaminaban mutuamente.”¹⁵³ No es coincidencia que Carlos Velo a finales de los cincuenta “asesoró de manera muy activa la creación en el Instituto de Artes Cinematográficas ICAIC en Cuba, gracias a su amistad con Alfredo Guevara, que sería responsable de la institución desde 1959 hasta 1982 [...]”¹⁵⁴

contemporáneo, para entonces analizar nuestro objeto de estudio desde este lugar; es decir, poder compararlo con otras manifestaciones artísticas, incluyendo el Pop Art, para lo que tomamos las puntuales referencias críticas y conceptuales desarrolladas en otro catálogo que es *Pop América* y las manifestaciones artísticas realizadas en este contexto para analizar la obra iconográficamente.

¹⁵⁰ Se utiliza el proceso de la calcomanía *silk-screen* con tinta blanca vitrificada, que no aparece cuando la botella está vacía y sí cuando está llena, ya que entonces se vuelve visible la inscripción contra el fondo oscuro del líquido Coca-Cola. Véase: *Cildo Meireles* (Ciudad de México: Alias Editorial, 2021), 140.

¹⁵¹ Sergio Mondragón y Margaret Randall (editores), Felipe Ehrenberg, *El Corno Emplumado*, no. 20, 1966, tomado de p. 127.

¹⁵² Lerner. “Rubén Gámez: cine...”, 322.

¹⁵³ Camila Maroja. “El pop se hace conceptual: lenguaje visual en América” en *Pop América. 1965-1975*” (Durham, North California: Duke University Press, 2018), 53.

¹⁵⁴ Miguel Anxo Fernández. *Las imágenes de Carlos Velo* (Ciudad de México: UNAM, 2017), 159.

La imagen de la Coca-Cola se convierte en signo que se articula en contextos geopolíticos diferentes y habita lo que el crítico literario Silviano Santiago ha llamado el “entre-ligar” de América Latina. Las tensiones entre las formas canónicas del pop, encarnadas por las Coca-Colas “igualitarias” de Warhol, y las apropiaciones de la iconografía pop consideradas conceptuales, como la *Colombia Coca-Cola* de Caro, vigorizan este lenguaje visual compartido que habló América.¹⁵⁵

Hemos visto y asentado en este capítulo que el mediometrage de Gámez –sin la intención de hacer detrimento en su carácter experimental o como primer elemento– contiene en su *fórmula* heterogéneas sustancias predominantemente *anti* y del Pop Art en tanto recrudescen el sistema económico a través de recursos cinematográficos y publicitarios.

La fórmula secreta es un claro arquetipo de su época transitoria, radical, paradójica y transnacional. Como manifestación artística original, puede trastocar las fibras más sensibles o llevar al espectador a sitios profundos provocando nuevas ideas, y como obra de esencia antipublicitaria, condensa el mejor método de subvertir el consumo “porque si algo bueno tiene la publicidad es que sus mensajes simbólicos son totalmente gratuitos.”¹⁵⁶

CONCLUSIONES

La antitesis

Este apartado reúne algunos de los conceptos y metodologías que se contemplaron como base para el análisis, al tiempo que extiende una serie de temas y nuevas rutas para ampliar el estudio de la obra de Rubén Gámez. Como parte de la metodología, este ensayo se desarrolla en orden cronológico y está dividido en tres periodos de análisis:

En el primer capítulo se logró identificar al joven Gámez en el anuario de la University of South of California junto a otros estudiantes, y, por tanto, asentar sus antecedentes formativos en la sección de *Cinema*; su programa ofrecía las herramientas para ejecutar las labores de dirección, edición y fotografía, así como un perfil en áreas de producción documental.

¹⁵⁵ Esther Gabara. *Pop América 1965-1975* (Nueva York: Nasher Museum of Art, MACNAY Art Museum, 2018), 54.

¹⁵⁶ Madrid Cánovas, *Los signos errantes*, 36.

Podemos asumir también que la experiencia de Gámez en Los Ángeles, California, fue trascendental, ya que el medio cinematográfico se desarrolló en Hollywood; por tanto, estuvo en el punto central de la industria del cine estadounidense. En este sentido es posible afirmar que el periodo de posguerra marcó al cineasta de modo importante, ya que el tema se representa de distintas *formas* en la película.

A partir de la contextualización del periodo en el que Gámez se profesionaliza como fotógrafo en Los Ángeles, se comprueba la hipótesis principal de este ensayo al reconstruir su genealogía publicitaria para comprender cómo estos antecedentes prevalecen en su obra, y sobresalen concretamente en la cinta analizada en este ensayo.

Al estudiar distintas imágenes de *La fórmula secreta* desde la publicidad fue posible verificar la presencia de numerosos elementos que el director replicó de su experiencia en el mundo publicitario, y sería aquí donde el concepto *anti* toma fuerza en todo el medimetraje. Esto da otra perspectiva de la afirmación de Juan Rulfo, “Esta es una película ANTI. Es anti-yanqui, anti-clerical, anti-gobiernista, anti-todo.”¹⁵⁷

Por un lado, la organización y relato del medimetraje es un *antinoticiero*, ya que a partir de replicar su *forma* o estructura, ejecuta una crítica al *newsreel*: repleto de violencia aminorada con un poco de humor, denunciando la censura que controló el contenido informativo. Esto tiene como antecedente su experiencia en el medio de noticiarios, asunto que no se había revisado con anterioridad y refuerza una nueva crítica de *La fórmula secreta*.

A su vez, podemos comprobar que el director sonoreense desarrolla en concepto de *anti-publicidad* por la presencia e importancia del ícono de *Cola-Cola* como parte del sistema narrativo, insertando figuras de éste entre secuencias y por medio de un atlas de corporaciones transnacionales al final de la cinta. Digno de un buen documental, es crudo y veraz al mostrar la modernidad sin matices.

Con este estudio, se ha podido comprobar que la cinta es un *anti-tributo* al cine de oro mexicano, por medio de un montaje e iconografía radical que lejos de romantizar o exaltar la pobreza, la desigualdad, los *clichés* pintorescos del campo o el nacionalismo exacerbado, fractura el canon de Hollywood mientras condena los estereotipos del *cowboy* y los *westerns*, como se vio en su momento.

¹⁵⁷ Palabras de Juan Rulfo transcritas y editadas por María Helena Ascanio a partir de una grabación; tomado de Dylan Brennan, *Sobre la fórmula secreta* (Ciudad de México: Alias Editorial, 2014), 23.

En conjunto, la fusión de elementos representativos de dos culturas abismalmente distintas, revela un imaginario paradójico, contradictorio, transnacional. Un proceso complejo y extenso de asimilación, experiencia y confrontación; de entendimiento no sólo del aparato cinematográfico de México y Estados Unidos, sino que parte de la noción de **identidad**, de modo similar al de otros actores o directores que formaron parte vital del desarrollo cinematográfico en Hollywood de ese periodo.

En el segundo capítulo, se tejió una nueva red profesional de camarógrafos, publicistas y cinefotógrafos como Carlos Velo, Manuel Barbachano Ponce, Antonio Reynoso, Rafael Corkidi o Rodrigo Moya, por mencionar los más recurrentes, como parte de la historiografía de Gámez. Más relevante aún fue poner en contexto el que puede considerarse el primer texto crítico –una especie de manifiesto experimental– en el marco del primer corto de Gámez, *La expresión cinematográfica de Rubén Gámez*, elaborado por el fotógrafo Nacho López.

En este apartado se abonan nuevos materiales audiovisuales y documentales de su quehacer individual en distintos noticieros, asunto que era desconocido. Quedan pendientes otros tantos, que estas páginas no alcanzan a cubrir como los fotógrafos Walter Reuter o Alex Phillips.

Una nueva noción poco trabajada es la presencia de Rubén Gámez como profesor del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), como docente de la asignatura de “Edición”, a partir de la lista de sus alumnos, fechada en febrero de 1967.¹⁵⁸ Con esto queremos abonar a la historiografía del cineasta. La idea no es necesariamente que estos alumnos reflejen el estilo de Gámez en sus películas, sino colocarlo como un profesor que fue parte de la formación de alumnos de la escuela más importante de cine en México de ese periodo, y de la primera generación de cineastas independientes en la década de los setenta.

En ese documento aparecen: Alberto Bojorquez Patrón, director de *Retrato de una mujer casada* (1982), así como de *Fé, Esperanza y Caridad* (1974)¹⁵⁹; Jaime Humberto Hermosillo director de *La pasión según Berenice* (1976) o *Naufragio* (1978); Paulina Lavista, quien además de ser fundadora del Salón de la Plástica Mexicana, trabajó en la

¹⁵⁸ Archivo Histórico de la Universidad Autónoma de México, Fondo Centro Universitario de Estudios Universitarios, CUEC.

¹⁵⁹ Conformada en tres historias: *Fe*, de Bojórquez, *Esperanza*, de Luis Alcoriza y *Caridad*, del director Jorge Fons.

de estudio. Pese a que esta disciplina se aleja del campo de conocimiento, es posible hacer un análisis en ese sentido.

Al inicio de este trabajo se advierte al lector de algunas modificaciones que requirió la investigación, dadas las escasas fuentes documentales. Una de las principales tiene que ver con la mitología suscrita alrededor de *La fórmula secreta* y del mismo Rubén Gámez, en relación al concepto de *cine de reemplazo*, que refiere a “las películas formadas mayoritariamente por fragmentos de metraje ajeno, que se apropia y se presenta en una nueva disposición.”¹⁶¹ El objetivo era corroborar si realmente se había utilizado *found footage*¹⁶² para la película, pero ante la falta de fuentes directas esto no fue posible, por lo que fue necesario orientar este ensayo a otra dirección.

Lo más satisfactorio fue que en el transcurso de la investigación y conforme se escribieron estas páginas, las respuestas comenzaron a tomar forma orgánica que puede notarse en la estructura misma del ensayo. Por ello, es posible definir el resultado de este trabajo como un *collage*, una especie de montaje cartográfico y político del imaginario de Rubén Gámez al reunir contenidos de posguerra, *anti-iconografía*, vanguardia latinoamericana, las delgadas líneas entre la fotografía, la publicidad y el cine. Es un claro intento por identificar el *contenido* de su *fórmula secreta*, para poner en diálogo las formas de interacción de su labor profesional en la publicidad, con su trabajo en los noticieros, así como con su puesta en escena de manera disidente e irreverente en su quehacer creativo y cinematográfico.

Un cineasta que asumió la responsabilidad que conlleva la libertad creativa e independiente, y se posicionó desde los sitios que permitían o alcanzaban a **ver**, pero que pocos denunciaban en el paisaje nebuloso pese a las limitaciones cinematográficas y políticas. Entender esta obra va más allá de su crítica narrativa, sino que se buscó generar conciencia de su materialidad y estilo experimental.

A diferencia de los cineastas, fotógrafos o artistas contemporáneos, Gámez representa y marca los contrastes visuales del proceso modernizador, el imperialismo estadounidense.

¹⁶¹ Antonio Weinrichter, *Metraje encontrado* (Navarra: Colección Punto de Vista), 12.

¹⁶² Weinrichter señala: “Esta práctica ha venido a llamarse internacionalmente *found footage film* (cine de material encontrado), dentro del ámbito de cine experimental, pero pueden encontrarse tantas otras denominaciones como precedentes y variantes, dentro del cine de no ficción; *compilation film*, *archival film*, *film de montage*, documental de montaje o de archivo [...]” 4

No se coloca en un intermedio crítico, es radical. En sus imágenes sólo habita una luz cegadora o la desolación de la penumbra, el infierno, la muerte. No hay tregua, su impacto atraviesa el espacio ficción de la pantalla y trastoca el real.

En gran medida, en este ensayo la corroboración de ideas alrededor *La fórmula secreta* partió desde lo fotográfico. A modo personal, fue posible establecer el diálogo con el objeto de estudio para comprender desde ahí una obra cinematográfica en la que se identificaron diversos contenidos, formas de interacción de discursos visuales, publicitarios, cinematográficos y artísticos disímbolos. Una constante paradoja que transita entre la verdad y la ficción, que une polos al poner en diálogo movimientos artísticos de diversas latitudes. Este trabajo buscó aportar diversos componentes a *La fórmula secreta*, especialmente aquellos que recuperan y suman al imaginario de Rubén Gámez, deseando que algunos de estos contenidos sean detonantes para dar a conocer otros que continúan en sigilo, pero que se han comenzado a revelar.



Bibliografía

- Anderson, Herbert C. y Murray, John M. *A Brief History of the Printing Department of Los Angeles Trade-Technical Junior College, Formerly the Frank Wiggins Trade School, Including Biographical Sketches of the Printing Instructors and The Bruce McCallister Memorial Awards, 1924-1952*. Los Ángeles: Press of Los Angeles Trade-Technical Junior College, 1952.
- Anxo Fernández, Miguel. *Las imágenes de Carlos Velo*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 2007.
- Ayala Blanco, Jorge, “La alienación”. En Rubén Gámez. *La fórmula secreta* (Ciudad de México: Alias, 2014).
- Barthes, Roland. *Mitologías*. Ciudad de México Siglo XXI Editores, 2010.
- Bartomeu, Mori y Enguita, Nuria. *Cildo Meireles*. Ciudad de México: Alias Editorial, 2001.
- Bartra, Roger. *Los salvajes en el cine*. Ciudad de México: Tezontle, 2018.
- Bellour, Raymond. “Cuando se escribe la foto del cine”. En *Entre imágenes* (Buenos Aires: Ediciones Colihue, 2009), 73.
- Brennan, Dylan. “Sobre La fórmula secreta”. En Rubén Gámez. *La fórmula secreta*. Ciudad de México: Alias Editorial, 2014.
- Brett, Guy. *Hélio Oiticica*. Ciudad de México: Alias Editorial, 2019.
- Contreras Torres, Miguel. *El libro negro del cine mexicano*. Ciudad de México: Editora Hispano-Continental Films, 1960.
- Córdova, Carlos A. *Agustín Jiménez y la vanguardia fotográfica mexicana*. Ciudad de México: Editorial RM, 2005.
- de la Vega Alfaro, Eduardo. “Importancia y significación del grupo Nuevo Cine en la cultura fílmica mexicana”, en *Nuevo Cine*, año 1, núm. 1, abril 1961.
- Didi-Huberman, Georges. *Ante el tiempo. Historia del arte y anacronismo de las imágenes*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2015.
- Dubois, Philippe, *Fotografía & Cine*. Ciudad de México: Fundación Televisa / Ediciones Ve, 2013.
- Eder, Rita, *Desafío a la estabilidad. Procesos artísticos en México 1952-1967*. Madrid: UNAM / Turner. 2014.
- Eder, *Genealogías del arte contemporáneo en México. 1952-1967*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Estéticas / UNAM, 2015.
- Hersherfield, Joanne and Maciel, David. R. (Eds.) *Mexico's cinema. A Century of Film and Filmmakers*. Wilmington: Scholarly Resources, 1999.
- Elizondo, Salvador. “El cine mexicano y la crisis”. En *Nuevo Cine*. Ciudad de México: 1962.
- Fein, Seth. 4. “Transcultural Anticommunism, Cold War Hollywood in postwar Mexico”. En *Visible Nations. Latin American Cine and Video*. Minnesota: University of Minnesota Press.

- Fein, Seth. "From Collaboration to Containment. Hollywood and the International Political Economy of Mexican Cinema after the Second World War". En *Mexico Cinema: A Century of Film and Filmmakers*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 1999.
- Fein, Seth. *Myths of cultural Imperialism and Nationalism in Golden Age in Mexican cinema*. Durham: Duke University Press, 2001.
- Fein, Seth. *Transnationalization and cultural collaboration: Mexican film propaganda during World War II. Studies in Latin American Popular Culture*, vol. 17 (1998).
- Gabara, Esther. *Pop América, 1965-1975*. Nueva York: Nasher Museum of Art y Duke University, 2019.
- Gallo, Rubén. *Máquinas de vanguardia*. Ciudad de México: Editorial Sexto Piso, 2014.
- García Krinsky, Emma Cecilia (Coord.). *Imaginarios y fotografía en México 1839-1970*. Barcelona: Lunweg, 2005.
- García Riera, Emilio. *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo 1897-1997*. Ciudad de México: Ediciones Mapa, 1998.
- Garone, Marina y María Andrea Giovine Yáñez, editoras. *Iconotextualidad e intermedialidad. Estudios interdisciplinarios sobre las relaciones entre textos e imágenes*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 2019.
- Gilbert, Joseph y Daniela Spencer, *In from the Cold: Latin America New Encounter with the Cold War* (Durhan: Duke University Press, 2008).
- Gunckel, Colin. *Mexico on Main Street. Transnational film culture in Los Angeles before World War II*. Nueva Jersey y Londres: Rutgers University Press, 2015.
- Gracida, Alejandro. *La revista Cine Mundial y sus tópicos*. Ciudad de México: Seminario Permanente de Historia Social, 2019.
- Honnef, Klaus. *Pop Art*, TASCHEN, 2004.
- Jiménez, Víctor, Dempsey, Andrew, *100 fotografías de Juan Rulfo*. Ciudad de México: Editorial RM, 2013.
- Lara Khlar, Marco, *La apertura en el cine, a paso de tortuga, Rubén Gámez*. (Ciudad de México, Instituto Mexicano de Cinematografía. Expediente Centro de Documentación Cineteca Nacional, 1992).
- Lerner, Jesse. *Mexperimental* en "Cine experimental: 60 años de medios de vanguardia en México". En *El estado y la imagen en movimiento*. Ciudad de México: INCINE / CONACULTA, 2012.
- Lerner, "Rubén Gámez: el cine neobarroco en tiempos de cambio". En *Rubén Gámez. La fórmula secreta*, 2014.
- Lerner. "El cine de Nacho López". En *Nacho López. Fotógrafo de México*. Ciudad de México: Museo del Palacio de Bellas Artes: 2016, 352-373.
- Lerner. "La imagen es de quien la trabaja: cine reciclado en América Latina". En *Ismo, Ismo, Ismo. Cine experimental en América Latina*. Los Ángeles: University of California Press, 2017.
- Leyda, Jay. *Films Beget Films. A study of the compilation film*. Nueva York: Hill and Wang, 1964.

- López, Citlalli “Crítica y Reflexión de Nacho López”. En José Antonio Rodríguez y Alberto Tovalín (Eds.) *Nacho López. Fotógrafo de México*. Ciudad de México: Museo del Palacio de Bellas Artes, 2016.
- López, Nacho. “Cuidado, el Gran Hermano nos vigila”. En *El cine independiente ¿hacia dónde?* (Ciudad de México: Asociación de Documentalistas de México A.C., 2007).
- Lozano, Elisa y Álvaro Vázquez Mantecón, “Antonio Reynoso. Cinefotógrafo”. En Peniche, Elva y Rodríguez, Israel. *Antonio Reynoso. Cinefotógrafo*. Ciudad de México: Secretaría de Cultura, 2018. 129
- Maciel, David. La sombra del Caudillo: el cine mexicano y el Estado en la década de los sesenta. <https://es.scribd.com/document/478699463/Maciel-David-La-de-cada-de-los-sesenta-El-Estado-y-la-imagen-en-movimiento-pdf>
- Madrid Cánovas, Sonia. *Los signos errantes. Estrategias de publicidad gráfica española 1950-2000*. Murcia: Universidad de Murcia, 2007.
- Marí, Bartolomé y Enguita, Nuria. *Cildo Meireles*. Ciudad de México: Alias Editorial, 2021.
- McLuhan, Marshall. *The medium is a massage. An inventory of effects*. Nueva York, Londres, Toronto: Bantam Books, 1967.
- Maroja, Camila. “El pop se hace conceptual: lenguaje visual en América”. En *Pop América. 1965-1975*. Duke University Press, Durham: 2018.
- Menéndez, Óscar. *¿El cine independiente hacia dónde?* Ciudad de México, Editorial la rana del sur, S.A. de C.V., 2007.
- Ortega, Damián. *Rubén Gámez. La fórmula secreta*. Ciudad de México: Alias Editorial, 2014.
- Pelayo, Alejandro. “Conversaciones con Rubén Gámez”. En *Rubén Gámez. La fórmula secreta*. Ciudad de México: Alias Editorial, 2014.
- Peninou, Georges. 9. “El mensaje implicativo: La inversión de la persona”. En *Semiótica de la publicidad*, Barcelona: Gustavo Gili, 1976.
- Rodríguez, José Antonio y Alberto Tovalín Ahumada. *Nacho López. Fotógrafo de México*. Ciudad de México: Museo del Palacio de Bellas Artes, 2016.
- Rodríguez, Israel. *Desafío a la estabilidad. Procesos artísticos en México 1952-1967* Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México / Turner, 2014.
- Torres Morales, Rubén. “Muerte, protesta y burla, ingredientes de La fórmula secreta”. Tomado de *Rubén Gámez. La fórmula secreta*. Ciudad de México: Alias, 2014.
- Sans Gual, Paula. *Contrapublicidad como herramienta de comunicación, un estudio de caso de Greenpeace*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2018.
- Vázquez Mantecón, Álvaro. “Manuel Álvarez Bravo and Film making”. En *Manuel Álvarez Bravo*. Madrid: Fundación MAPFRE, TF, Editores, 2012.

TESIS

- Barbosa Vargas, Miguel. “El discurso histórico en el noticiario fílmico Cine-Verdad, 1953-1973”. Tesis de maestría, UAM, Azcapotzalco, 2021.
- García López, Fabiola. “Cine documental periodístico: el caso de Carlos Velo y su labor en los noticieros cinematográficos el Noticiero Mexicano EMA, Cine-Verdad y Tele-Revista”. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, 2004.
- Gracida, Alejandro. “El periodismo cinematográfico y modelos de consumo de la ciudadanía: el caso de la revista fílmica Cine Mundial, 1955-1973”. Tesis doctoral, Instituto Mora, 2018.
- Guardiola Sánchez, Ingrid. “La imagen dialéctica en el audiovisual ‘found footage’: un hiperarchivo de conceptos visuales”. Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra, 2017.
- San Gual, Paula. “Contrapublicidad como herramienta de comunicación. Un estudio de casos de Green Peace”. Tesis de grado, Universidad de Sevilla, 2018.

HEMEROGRAFÍA

- Aurrecochea, Juan Manuel. *Charros contra gánsters*, Luna Córnea no. 32 (2008).
- “Cinema” en Anuario El Rodeo, Los Ángeles: Universidad del Sur de California, 1950.
- *Cine Mundial, Revista Fílmica*, núms. 80 y 90. Centro de Documentación, Filmoteca UNAM (24 de enero y 30 de mayo de 1957).
- Figueroa, Gabriel “Travesías de una mirada”. *Luna Córnea*, no. 32 (2008).
- García, Héctor y Mireya B. Matus, “Retrato hablado”. *Héctor García y su tiempo. Luna Córnea*, no. 26 (2003).
- Higgins, Ceri. “Rancho grande”. *Gabriel Figueroa. Travesías de una mirada. Luna Córnea*, no. 32 (2008).
- Lara Klahr, Marco, La apertura en el cine, a paso de tortuga: Rubén Gámez. *El Financiero, Cultura*, 10 de junio de 1992).
- Lozano, Elisa. “Figueroa antes de Figueroa”. *Gabriel Figueroa. Travesías de una mirada. Luna Córnea*, no. 32 (2008).
- Monsiváis, Carlos. “Mirada descubridora”. *El arte de Gabriel Figueroa, Artes de México* 3ª edición (2006).
- *Nuevo Cine* “El cine experimental”, no. 3º (agosto de 1961).
- Tuñón, Julia. “Entre fotos te veas: del cine al still”. *Luna Córnea* no. 24 (2013).

FILMOGRAFÍA

- Noticieros *Cine Mundial* núms. 78 y 83 80, 98 Filmoteca UNAM.
- *Nuevos Horizontes*, 1956, Instituto Nacional Indigenista, INI.
- *Todos somos mexicanos*, 1958. Instituto Nacional Indigenista, INI.
- *Misión de chichimecas*, 1970. Instituto Nacional Indigenista, INI.

ARCHIVOS

Centro de Documentación, Cineteca Nacional, Ciudad de México.

Filmoteca, UNAM, Ciudad de México.

Fundación Héctor García. Ciudad de México.

Los Angeles Public Library, Los Ángeles, California, Estados Unidos.

Nacho López, Instituto Nacional Indigenista, INI.

University of South of California, USC.

ENTREVISTAS

- Rubén Gámez, entrevista de Alejandro Pelayo, octubre de 1984.

- Tony Kuhn, entrevista de Marcela Mena, 28 de julio del 2022, Ciudad de México.

- Jesse Lerner, entrevista de Marcela Mena, 22 de agosto de 2022, Los Ángeles, California, Estados Unidos.

- Gabriela Gámez y María Eugenia Galván, entrevista de Marcela Mena, 6 y 12 de octubre del 2022, Ciudad de México.

- Óscar Meléndez, entrevista de Marcela Mena, 27 de octubre del 2022, Ciudad de México.

- Miguel Ángel Berumen, entrevista de Marcela Mena, 19 de octubre del 2022.

- Rodrigo Moya, entrevista de Marcela Mena, 16 de noviembre de 2022, Ciudad de México.