



La argentinidad del *buen gusto*. Imágenes de lo popular y lo nacional en la prensa de cine de los años treinta

CECILIA NURIA GIL MARIÑO

Profesora en Historia con Diploma de Honor, maestra en Estudios de Teatro y Cine Argentino y Latinoamericano en la Facultad de Filosofía y Letras por la Universidad de Buenos Aires, su tesis versa sobre la representación del tango en el cine argentino de los años treinta. Ha obtenido becas y subsidios de la Embajada de Francia en Argentina, del Fondo Nacional de las Artes y del CONICET. Desarrolla una investigación doctoral sobre las imágenes de la argentinidad en el discurso del cine de la década del treinta, en la UBA. Tomó cursos de posgrado en la École des Hautes Études en Sciences Sociales y en el Collège International de Philosophie, en París.

Resumen

La Argentina de los años treinta fue el escenario del desarrollo de la industria cinematográfica local. Proceso donde los diferentes actores del campo y el Estado buscaron definir los rasgos del cine nacional y configurar los gustos de la audiencia. Las revistas especializadas del período jugaron un rol fundamental. *Heraldo del Cinematografista*, una de las más importantes, buscó intervenir tanto desde un plano comercial como cultural, y discutió los proyectos estatales. Las discusiones acerca de lo censurable y del buen o mal gusto de los sectores populares fueron focos de debate en torno al deber ser del cine argentino, y cuál era el público que se buscaba.

Palabras Clave

Cine argentino, revistas de cine, identidad nacional, cultura popular, gusto.

Abstract

As the Argentine film industry developed during the 1930s, the State and other actors in the field sought to define the characteristics of national cinema and to shape audience tastes. Specialist magazines of the period played a central role in this process. *Heraldo del Cinematografista*, one of the most important publications, aimed to intervene on both a commercial and a cultural level, and debated state projects. Discussions about what should or should not be censored, and about the good or bad taste of popular audiences, were key to the wider debate about what Argentine cinema should be, and what kind of audiences it should address.

Keywords

Argentine cinema, film magazines, national identity, popular culture, taste.

La argentinidad del *buen gusto*. Imágenes de lo popular y lo nacional en la prensa de cine de los años treinta

Cecilia Nuria Gil Mariño

La Argentina de los años treinta se vio atravesada por una serie de crisis que ponían en cuestión tanto el modelo económico como el armado institucional y político del país, con la irrupción de los militares en la esfera estatal. Este nuevo contexto redefinió muchas de las grandes transformaciones sociales, urbanas y culturales que venían desarrollándose desde la década anterior. El cierre de la era aluvial y la llegada de migrantes rurales, producto de la crisis del modelo agroexportador y el impulso al desarrollo industrial como respuesta a la caída de las importaciones, rápidamente reconfiguraron los sectores populares urbanos y la fisonomía de las ciudades. El crecimiento del mercado interno contribuyó a la consolidación de una sociedad de masas que se asomaba desde mediados de la década del diez. En cuanto al campo cultural, el desarrollo de las industrias culturales fueron configurando un mercado de entretenimiento de masas, e incidieron a la hora de pensar los imaginarios modernos argentinos del período. La radio y el cine reforzaron “ideales maravillosos” de la cultura local para una audiencia de aficionados, en un principio, y para un público de masas más adelante.¹

La industria cultural de masas había nacido hacia los inicios de la década de los veinte, con el folletín y la radio principalmente. Beatriz Sarlo plantea la importancia del efecto democratizador de la radio, tanto en la dimensión de los radioaficionados como en la conformación de un público oyente, que tuvo como resultado un modelo pedagógico para las clases medias y populares en el consumo de estos bienes culturales. En el caso del cine, Sarlo subraya que las posibilidades económicas más restringidas para hacer del mismo un “hobby”, hicieron que desde el inicio se instalara en un modelo industrial y se crease un mundo de espectadores.

En la década del treinta creció el número de emisoras radiales, se diversificaron los programas y emisiones, la industria discográfica recibió nuevos impulsos, el mercado editorial masivo continuó creciendo, y apareció el cine como proyecto industrial sostenido con la

¹ Ver Beatriz Sarlo, *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1997.

novedad técnica del sonoro.

Tras algunos intentos de sincronización sonora del cine, la llegada del sistema Movietone hacia 1933 con los estrenos de *Tango!* (Luis José Moglia Barth) y *Los tres berretines*, (Enrique Telémaco Susini) producidas por las flamantes Argentina Sono Film y Lumiton, puso en marcha una industria cinematográfica en el país. En 1932 se rodaron sólo dos películas. Al año siguiente fueron seis. En 1935 la cifra creció a trece, para llegar a 28 en 1937 y 50 en 1939, finalizando la década con 9 estudios y unas 30 empresas que ocupaban casi 4000 personas y 2500 salas.² Este crecimiento afianzó al cine como uno de los entretenimientos populares por excelencia. El costo de sus entradas era más bajo en comparación a otros consumos culturales, y además se volvía más accesible para los sectores populares. El cine sonoro ampliaba el público a analfabetos o bien aquellos inmigrantes que aún no leían rápido en español.³ Para 1939 los números del *Heraldo del Cinematografista* siguen arrojando la predilección por las películas de Hollywood en los cines del centro, y para los cines de barrio una preferencia por las películas nacionales.⁴

Esto no sólo implicó un gran cambio de escala en el desarrollo del mercado cultural a partir de estos años, sino también un proceso de convergencia industrial, que colaboró con el desarrollo de un círculo virtuoso de consumo. La conformación de un sistema de estrellas local que recorriese los diferentes productos, y sobre todo el aumento del número de publicaciones orientadas a darles visibilidad pública, dan cuenta de las estrategias comerciales por parte de estos empresarios para definir un espectador ideal.

Clara Kriger señala que “la diferencia idiomática se convirtió en un problema para Hollywood y en un punto de partida para las cinematografías periféricas, que además podían ofrecerle al público las caras de las estrellas consagradas en la radiofonía”.⁵ En esta dirección, los incipientes estudios y realizadores buscaron apelar a diferentes elementos de la cultura popular como forma de competir con el cine extranjero, tales como el criollismo, el sainete, el género chico, el folletín y el tango. La apropiación de estos universos temáticos y morales por parte del dispositivo cinematográfico fue construyendo una mirada sobre lo nacional y lo popular de carácter “moderno”, en el marco de un proceso de modernización de las formas culturales nacionales.⁶

Entre estos elementos, el tango tuvo un lugar destacado por su popularidad local y su proyección internacional. El tango se constituyó como uno de los vectores de la popularización

² Ver Cristina Mateu, “La producción cinematográfica en un país dependiente. Desarrollo cinematográfico argentino en las décadas del 30 y 40”. Asociación Argentina de Historia Económica, Universidad Nacional de Tres de Febrero, XXI Jornadas de Historia Económica, 23-26 de septiembre de 2008.

³ Karush señala que para el año 1939 el 30% de las proyecciones en los cines del centro de la ciudad de Buenos Aires eran argentinas, mientras que en los cines de barrio eran del 53%. ⁴ Ver Matheu B Karush, *The melodramatic Nation: Integration and Polarization in the Argentine Cinema of the 1930s*. en *Hispanic American Historical Review* 87:2, 2007.

⁵ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 31 de mayo de 1939, año 9, núm. 409.

⁶ Clara Kriger, *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires: Siglo XXI, 2009, 27.

de los primeros filmes sonoros nacionales. Ya desde los inicios del cine, el tango tuvo un gran protagonismo. El cine local en el período silente traspuso en imágenes el “cosmos maniqueo y cerrado inspirado en el folletín sentimental y las letras de tango”,⁷ así como para la década del '10 y del '20 entre las producciones extranjeras se destaca el éxito internacional del baile de Valentino para Hollywood.⁸ Asimismo, los tópicos criollistas y las representaciones del universo rural también encontraron en el cine un nuevo eje discursivo proveedor de imágenes, tal como lo demuestran los trabajos de Elina Tranchini y Ana Laura Lusnich. El cine, entonces, funcionaba como asimilador de la modernización al mismo tiempo que como espacio de refugio.⁹

En palabras de Beatriz Sarlo, la *modernidad periférica* de la Buenos Aires de los años veinte y treinta presenta una *cultura de mezcla*, donde “coexisten elementos defensivos y residuales junto a los programas renovadores; rasgos culturales de la formación criolla al mismo tiempo que un proceso descomunal de importación de bienes, discursos y prácticas simbólicas. [...] La modernidad es un escenario de pérdida pero también de fantasías reparadoras”.¹⁰

El Estado, en vistas del crecimiento de la industria del cine y su potencial para llegar a un público masivo, en 1933 sancionó las primeras normas para la regulación del campo cinematográfico y la creación del Instituto Cinematográfico Argentino, dirigido por Carlos Alberto Pessano y Matías G. Sánchez Sorondo. Desde una matriz nacionalista y católica entendían que el Estado debía velar por el respeto de los valores morales en los filmes de la época. Kriger subraya que la posición del Instituto “estaría orientada a dirigir la producción local, con la idea de generar un cine de arte, ligado a la defensa de valores religiosos, folclóricos e históricos, en detrimento del cine de ‘muchedumbres’ que producían los ‘comerciantes’ locales sobre la base del tango y del melodrama”.¹¹ La creación del Instituto fue sancionada en septiembre de 1933, pero recién en 1936 el presidente Justo decretó su organización. Matías Sánchez Sorondo, el presidente de la Comisión Nacional de Cultura de ese entonces quedó a cargo del proyecto, quien al poco tiempo nombró a Carlos Alberto Pessano, crítico de cine y director de *Cinegraf*, como director técnico.

A nivel municipal, en la ciudad de Buenos Aires en 1934 el Intendente falló por una Comisión de Censura compuesta por el Inspector General de Espectáculos, el Intendente, un representante del Departamento Nacional de Higiene, un representante de la Asistencia

⁷ Ver Florencia Garramuño, *Modernidades primitivas: tango, samba y nación*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007.

⁸ Diana Paladino, “El cine en dos por cuatro (en la primera mitad del siglo XX)”, *Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen*, 41, 2002, 56-69.

⁹ En 1920 Valentino baila un tango que contribuirá a su imagen de sex symbol en *Los cuatro jinetes del Apocalipsis*.

¹⁰ Ver Ana Laura Lusnich, “El drama social-folclórico: el universo rural en el cine argentino”, Buenos Aires, Biblos, 2007. Y Elina Tranchini, “El cine argentino y la construcción de un imaginario criollista 1915-1945” en *Entrepasados*, 18/19, 2000, 113-141.

¹¹ Beatriz Sarlo, 2007, *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920-1930*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2007, 28.

Pública, dos representantes del Ministerio de Justicia e Instrucción Pública, dos representantes del Consejo Nacional de Educación y un representante de las empresas productoras o distribuidoras de películas. Esta Comisión tenía como tarea la clasificación de las películas y la exclusión de aquellas no aptas para exhibir.

El cine, como el resto de las industrias culturales, debe ser comprendido como un fenómeno cultural y de mercado. En este contexto, las voces de la prensa especializada de cine tuvieron un rol fundamental, y se constituyeron en actores del campo cinematográfico. Éstas cumplieron un papel esencial en la búsqueda por la caracterización de los rasgos del cine nacional y la consolidación de una industria cinematográfica argentina. Así, las revistas de cine entronizaron algunas imágenes en desmedro de otras para instalar las discusiones en torno a lo popular y lo argentino, en relación con los proyectos institucionales de la nacionalidad¹² y con las demandas de la industria. Clara Kriger al respecto remarca la importancia de las polémicas de estas publicaciones, ya que “diseñan mapas que nos ayudan a entender el carácter social, histórico y artístico del funcionamiento de nuestra cinematografía y también colaboran en la concepción de un clima de época”.¹³

En este sentido, este trabajo se propone analizar las conceptualizaciones sobre lo popular y lo argentino que circularon en los primeros años de una de las revistas de cine con mayor trayectoria en el país como lo fue *Heraldo del Cinematografista*, bajo la dirección del crítico Chas de Cruz. Ésta fue pensada como una prestación para el gremio de los exhibidores, haciendo su aparición el 15 de julio de 1931. ¿Cómo abordó esta revista los tópicos de las primeras producciones nacionales? ¿Cómo se conjugaban los intereses de la industria y en particular del sector exhibidor? ¿De qué modo llevaban adelante la tarea tutelar de formación de una audiencia para este nuevo cine? ¿Cómo buscaron construir el “buen gusto” del público al momento de pensar lo popular y lo nacional en el cine argentino?

De este modo, en primer lugar, se abordará la cuestión de lo popular y lo nacional en el discurso de *Heraldo del Cinematografista*, su relación con las imágenes de otros medios de prensa de cine y su articulación con las representaciones de los filmes a nivel estético. El segundo apartado se orienta a la construcción de la noción del “buen gusto” de la audiencia en *Heraldo del Cinematografista* y otras revistas especializadas de la década —como *Sintonía*, *Antena*, y en particular *Cinegraf*—, así como su posición frente a los proyectos y posiciones institucionales sobre la regulación del cine con respecto a los términos morales

¹² Clara Kriger, *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009. 28.

¹³ Es importante señalar que durante la década del treinta, desde el Estado se canonizaba a la figura del gaucho y hacia 1939 se sancionaba el 10 de noviembre como el Día de la Tradición en homenaje a José Hernández autor de *Martín Fierro*, reforzando el universo rural y folklórico para la constitución de los valores nacionales. Así, estos filmes podrían considerarse en muchos casos como parte de una resistencia a los procesos de identificaciones hegemónicas.

sobre los que se construía lo popular y la argentinidad.

Imágenes de lo popular y lo nacional en las páginas del *Heraldo del Cinematografista*

Las primeras películas argentinas, como se señaló anteriormente, buscaron interpelar el gusto del público local a partir de temáticas de la cultura popular. Estos filmes privilegiaron ciertos elementos, otros fueron dejados de lado y otros tantos fueron aprehendidos de manera ambigua, tanto en sus formas narrativas como formales, redefiniendo las imágenes de lo nacional y lo popular en un mercado cultural de masas.

En este sentido, es interesante retomar algunas nociones de las discusiones sobre la cultura popular y la cultura de masas. Desde sus inicios la Escuela Británica buscó dejar de lado el concepto de audiencia pasiva y abordó el análisis de diversos objetos culturales de la cultura de masas y los medios de comunicación, superando los estudios que se anclaban en la distinción entre la baja y la alta cultura.¹⁴ La idea de una audiencia activa proponía que ésta, a través de la decodificación de textos, producía sus propios efectos de sentido sobre lo popular no siempre alineado a las lecturas dominantes. Así, el análisis de estos procesos de producción de sentidos se enmarcaba dentro de estudios que echaban luz sobre las relaciones de poder en el campo cultural, lo que en términos gramscianos se entendía como hegemonía y contrahegemonía cultural. En esta misma dirección, Pierre Bourdieu remarcó sobre el uso social de la cultura como capital e instrumento de dominación simbólica entre quienes necesitan distinguirse de otros para ejercer su dominio, reproduciendo la desigualdad social. De este modo, los dominadores incluyen o excluyen diferentes bienes simbólicos según reglas y valoraciones de lo bello y lo feo, lo distinguido y lo vulgar por parte de su grupo, funcionando las prácticas y juicios culturales como factores de integración y exclusión.¹⁵

Hacia los años ochenta se produce una valoración de los estudios de la cultura masiva para pensar las prácticas culturales populares. Frente a una imagen de la cultura de masas como instrumento del mercado gobernada por imperativos, Douglas Kellner evita los problemas ideológicos de las etiquetas de lo popular o lo masivo utilizando el término *media culture* –cultura de los medios–, para el estudio de los objetos culturales generados por el desarrollo de los medios de comunicación. Lo propone como un concepto más expansivo que bifurcativo para considerar las diferentes mediaciones que existen en los procesos de lectura de la audiencia.¹⁶ Estas posturas remarcan que las apropiaciones no siempre se co-

¹⁴ Clara Kriger, *Páginas de cine*, Buenos Aires, Archivo General de la Nación, República Argentina, 2003, 6.

Ver Douglas Kellner, "Cultural Studies and Social Theory: A Critical Intervention" en George Ritzer y Barry Smart (ed.), *Hand book of Social Theory*, London, SAGE Publications, 2001, 396.

¹⁵ Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1989.

¹⁶ "How texts are manufactured within the context of political economy and system of production of culture, as well as how audiences are formed by a variety of social institutions, practices, ideologies and the uses of different media". Douglas Kellner, "Cultural Studies and Social Theory: A Critical Intervention" en George Ritzer y Barry Smart (ed.), *Hand book of Social Theory*, London, SAGE Publications, 2001, 399.

responden con formas de resistencias a los intereses hegemónicos, sino más bien, que existe un uso de los objetos culturales, más allá de los efectos manipuladores de ciertos tipos de la cultura masiva. En esta misma dirección Jesús Martín Barbero propone, por su parte, que tampoco existe una mera alienación de las industrias culturales, sino que se produce una compleja trama de lecturas en los procesos de circulación cultural, “no toda asunción de lo hegemónico por lo subalterno es signo de sumisión como el mero rechazo no lo es de resistencia [...]”.¹⁷ Dentro de esta trama la prensa tenía un lugar destacado.

El discurso de *Heraldo del Cinematografista* está orientado principalmente al público de la industria con una marcada preferencia al sector exhibidor, sin embargo las discusiones abarcan diferentes tópicos de interés general sobre el cine. El slogan mismo de la revista anuncia “Un servicio de crítica, información y análisis, libre de la influencia del aviso cinematográfico”. Las películas eran presentadas por su título con un recuadro en el que figuran calificaciones numéricas (se otorgan de 1 a 5 puntos al argumento, al valor comercial y al artístico) y genéricas (comedia, melodrama, policial, dramática, etc.). También, brindaba a los exhibidores información para completar el programa de mano de los filmes con los títulos de Argumento, Análisis y Para el Programa.

La consideración de estos tres tipos de puntaje para el valor artístico, el del argumento y el comercial, permitiría pensar que *Heraldo del Cinematografista* tenía como fin orientar a los empresarios cinematográficos, así como intervenir con un rol pedagógico cultural en la conformación de una audiencia.

Así, las reseñas de filmes publicadas en la revista podrían inscribirse en lo que los estudios del campo de la recepción han llamado la acción simbólica o comunicativa. Hans Robert Jauss plantea que “tendríamos una escala de las funciones sociales del arte que va desde los tipos de identificación *transgresores* de normas (negatividad), pasando por los *configuradores* de normas (*fundadores* o *seguidores*), hasta los *observadores* de normas (afirmación)”.¹⁸ Las críticas a las películas dan cuenta de la compleja relación entre las imágenes de lo argentino y lo popular en el cine con las que circulaban en el campo cultural. Con respecto al tango, elemento por excelencia en el proceso de nacionalización de este cine, en los números de *Heraldo del Cinematografista* las imágenes del universo arrablero podían ocupar diferentes lugares, dado que la revista no sólo se enfocaba desde una perspectiva narrativa y temática, sino que también valoraba los aspectos técnicos

¹⁷ Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987, 87.

¹⁸ Hans Robert Jauss, *Pequeña apología de la experiencia estética*, Barcelona, Ediciones Paidós, 2002, 82.

y estéticos.

El relevamiento de las críticas de *Heraldo del Cinematografista* para el período pone de manifiesto que aquellas películas con un puntaje bajo, es decir, correspondiente a una crítica mala, regular-floja o regular, en cuanto a valor artístico o de argumento, en líneas generales poseen un punto más en valor comercial, llegando a regular o a veces buena, con la correspondiente aclaración de “para populares”. Los análisis de estas películas en la mayoría de los casos, tras el señalamiento de errores y puntos débiles de las mismas, agregan “apta para cines populares” o “para salas de barrio”. De este modo, se construye una asociación entre los productos culturales de mala calidad y el consumo de los sectores populares.

En contrapartida, cuando las críticas son buenas o muy buenas, el valor comercial es muy bueno y se añade “apta para todo público”. Sin embargo, esta relación tampoco es maniquea. En los casos de críticas positivas también hallamos casos que resaltan el potencial éxito en salas populares, es decir, que aún cuando esta audiencia es una potencial receptora de malos filmes, lo popular no anula la buena calidad argumental y artística, sino es más, se resalta la inquietud de elevar culturalmente “lo popular”.

La noción de “vulgaridad” es muy recurrente en las páginas de la revista. La línea editorial construye una idea de lo vulgar que tampoco se halla ligada estrictamente a ciertas temáticas o figuras recurrentes de la narrativa cinematográfica, como el caso del tango y el universo arrabalero, sino más bien se relaciona con los procedimientos estéticos y la construcción de los guiones de las películas. Esto también nos habla de un público lector especializado de la revista y su objetivo de contribuir a mejores programaciones y potenciar la industria.

De este modo, podemos comparar la crítica regular de *La vuelta de Rocha* (Manuel Romero, 1937) frente a la relativa buena crítica de *Los muchachos de antes no usaban gomina* (Manuel Romero, 1937), o bien frente a la denuncia contra el escándalo producido a partir de la censura de *Tres argentinos en París* (Manuel Romero, 1938), –de la que nos ocuparemos en el apartado siguiente–. Las tres producciones pertenecen al mismo director, Manuel Romero, y sus estrenos tienen tan sólo unos meses de diferencia, es por ello que no podríamos pensar diferencias contextuales o favoritismos en la confección de las reseñas por parte de la revista. Asimismo, trabajan sobre el mismo campo temático, el tango y el arrabal.

¹⁹ *El heraldo del cinematografista*. 15 de septiembre de 1937, núm. 321, 144.

En cuanto a *La vuelta de Rocha*, se señala que el melodrama, aún cuando posee aciertos en la pintura del ambiente, está “artificialmente prolongado en ilógico final feliz”.¹⁹ En cuanto a la narrativa de la película, el personaje de Mercedes Simone se corresponde con una milonguita víctima de su destino pero con valores de honestidad y trabajo.²⁰ Al ser construida a partir de estos valores positivos, se suprime la punición social, y la ley patriarcal se impone para dar armonía al universo doméstico. Así, ella es salvada por el hombre que la hace ascender socialmente. En este sentido, la estructura de la obra sigue varios de los patrones narrativos del género socialmente aceptados, pero a ojos de la revista los procedimientos formales la transforman en una película poco atractiva y de mala calidad artística.

Es interesante mencionar también la relación que se manifiesta entre la comicidad y los auditorios populares. La misma crítica también agrega que se observan “abundantes detalles cómicos, siempre eficaces para los auditorios populares a quienes se dirige el film por su índole y aspiraciones.”²¹ La revista *Sintonía* también hace hincapié en el efecto de la comicidad en los consumos de los sectores populares y plantea, desde sus inicios, una preocupación en torno a los niveles morales y educativos de los objetos culturales. Esta revista nace en 1933 como una revista de radio, cine y teatro, orientada al público general y con el objetivo de orientar los gustos de la audiencia en materia artística. Una nota del 6 de mayo de 1933 en el segundo número de la revista publica una nota, en este caso sobre el teatro criollo, titulada “Hay que hacer reír con buenos recursos”.²² Se lamenta por la tendencia a la procacidad y el abuso del doble sentido en el teatro criollo, “es un recurso eficaz pero es el espejismo del éxito fácil con recursos guarangos.”²³ Agrega que el público de buen gusto huye frente a esto y se va al cine donde no se sentirá incómodo. Para el año 1933 los niveles de producción cinematográfica nacional no son demasiado desarrollados, por ende, inferimos que se refiere a las producciones extranjeras. En este sentido, la revista resalta la “necesidad de elevar el nivel espiritual de la escena nacional”. En este caso, a diferencia de *Heraldo del Cinematografista*, la crítica hace hincapié en el contenido a nivel moral.

El 7 de abril de 1937 *Heraldo del Cinematografista* recibía al filme de Manuel Romero *Los muchachos de antes no usaban gomina*. La crítica relativamente buena de la película señalaba “hablada y cantada en argentino”.²⁴ La idea de lo argentino es fundamental también en el discurso de la revista. En este caso, la idea de lo popular no conlleva una con-

²⁰ Raúl Campodónico y Fernanda Gil Lozano en su análisis sobre la figura de la milonguita en el tango y en el cine silente y sonoro, plantean que el ideario patriarcal se halla tanto en boca de hombres como mujeres. La valoración de esta figura en el cine no era unívoca por la culpabilidad de su condición representada de manera ambigua. Las milonguitas en muchos casos aparecían como víctimas de un hombre que las inducía a entrar en ese ámbito, pero en otros, ellas eran conscientes de este pasaje del barrio al centro que se juzgaba como una deslealtad de clase y una traición sexual.

²¹ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 15 de septiembre de 1937.

²² Revista *Sintonía*, 6 de mayo de 1933, año 1, núm. 2.

²³ *Idem*.

²⁴ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 7 de abril de 1937, año 7, núm. 298.

notación negativa sino que se enlaza con las imágenes de lo argentino y los valores que el cine nacional debe resaltar. Es por esta razón que la crítica a la película agrega que “sólo es censurable la poca nobleza del argumento que exalta el compadraje, lamentable porque Romero podría haberle dado más vuelo”.²⁵ Sin embargo, en el balance de hacer una crítica, priman las características estéticas de la película. Se resalta la calidad de la reconstrucción del pasado, el manejo de los extras y el esfuerzo económico y artístico. Así, podemos decir que la línea estética prima por las intenciones morales o políticas que pudiesen soslayarse también para este caso.

De esta manera, podríamos pensar que esta noción de lo popular no es unívoca en el discurso de la línea editorial. Se delinea, por un lado, una imagen de lo popular ligada a la vulgaridad que se propone combatir, pero al mismo tiempo, aquellas producciones de buena calidad artística que retoman tópicos populares canonizados en otros objetos culturales como el tango, son percibidas como parte de las imágenes de lo nacional que el cine debe perseguir para consolidarse en el mercado local y regional.

Son numerosas las notas en *Heraldo del Cinematografista* que dan cuenta de la preocupación por lo nacional a lo largo de toda la década. Una de las primeras es del 24 de octubre de 1934, donde hace hincapié en la crítica a las productoras que “no tienen un bien entendido patriotismo y se aprovechan de los éxitos ajenos”.²⁶ Remarca el lugar del público frente a las malas películas. Éste se desconcierta porque ve un buen filme nacional y luego dos malos y esto lo lleva a repudiar al cine nacional, lo que tiene como resultado una competencia desleal frente al cine extranjero. Los trabajos de Mathew Karush y Andrea Matallana sobre las industrias culturales también muestran la importancia de la marca de lo nacional como parte de las estrategias comerciales de las industrias culturales locales. Karush señala que a diferencia de la radio, la industria discográfica y la del cine estaban dominadas por las empresas norteamericanas. El mercado cinematográfico estaba fuertemente controlado por las compañías extranjeras que para 1931 controlaban el 62% de la distribución de películas del país.²⁷

El estreno de *La virgencita de madera* de Sebastián Naón produjo la indignación de la revista que el 28 de abril de 1937 publicó una nota manifestando la necesidad de filmes artísticos en el cine nacional. La película se basaba en un éxito teatral anterior. El éxito popular fue condenado por la crítica de la revista, dado que según su opinión se buscaba por

²⁵ *Idem*.

²⁶ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 24 de octubre de 1934, año 4, núm. 173.

²⁷ Mathew B. Karush, *Culture of class. Radio and cinema in the making of a divided Argentina, 1920-1946*. (Durham and London: Duke University Press, 2012) 72.

²⁸ Revista *Heraldo del Cinematografista*. 28 de abril de 1937, año 7, núm. 301.

medio de gracia chabacana, chistes groseros en ocasiones, y “un sentido inferior de difícil superación”.²⁸ La revista lamentaba que sólo se persiguiese un éxito de boletería, que se convirtiese en mero comercio y se perdiera la dimensión artística, realizando un pedido a las productoras a crear obras “dignas” y así colaborar con el afianzamiento del cine nacional.

Meses después se vuelve a retomar el tema. El 17 de noviembre de 1937 se publica la nota “Al margen de un gran Éxito Argentino”, donde plantea la necesidad de “‘levantar la puntería’ no por satisfacer las aspiraciones de quienes, desconociendo la industria, pretenden imponer normas inaceptables y en disonancia con las necesidades y exigencias del mercado, sino para atraer hacia el cine autóctono un sector más vasto de público. Se oía decir a menudo ‘que el público quería reír’ y olvidando las dificultades de la realización de films cómicos, se perpetuaban sobre idénticos moldes y con escasas aspiraciones [...]”.²⁹ Aquí se vuelve sobre una concepción peyorativa de la comicidad en los consumos de los sectores populares frente a otra más elaborada que atraería a diferentes sectores de la sociedad. Así, la importancia de elevar artísticamente la calidad de los filmes y diversificar los tipos de películas –se señala por ejemplo el éxito de *Viento norte* que aún siendo un drama logró imponerse en el público–, tiene un aspecto de tipo mercantil que se aconseja para el crecimiento de la audiencia y otro más ligado a la formación cultural de la misma. En esta misma línea, *Heraldo del Cinematografista* registraba avances en esta dirección al año siguiente al publicar los números de la explotación de filmes en el país, tanto nacionales como extranjeros. Comparaba los números de 1938 con los de 1935, fecha del auge del cine nacional, donde hasta ese año la cifra bruta del negocio giraba en torno a los 18 millones de pesos. En 1938 crecía a 2 millones, y se subrayaba que esto era consecuencia de un avance en calidad, dado que no se registraba un aumento considerable de la población en esos años. De todos modos, también resaltaba que el crecimiento de la red urbana de colectivos y subterráneos, así como la construcción de nuevas salas eran factores de influencia. El tema de las salas era clave en la discusión con respecto a la competitividad del cine nacional.³⁰ Para 1939, los números de la revista seguían arrojando la predilección por las películas de Hollywood en los cines del centro, y para los cines de barrio una preferencia por las películas nacionales.³¹ *Heraldo del Cinematografista* a lo largo de la década del treinta realizó una campaña activa para el mejoramiento de las condiciones de producción, de exhibición

²⁹ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 17 de noviembre de 1937, año 7, núm. 330.

³⁰ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 28 de septiembre de 1938, año 8, núm. 374.

³¹ Revista *Heraldo del Cinematografista*, 31 de mayo de 1939, año 9, núm. 409.

y de distribución para conquistar a una mayor audiencia, intentando incidir tanto en los empresarios, como en el público y los actores político-legales.

Resultaría exagerado plantear que *Heraldo del Cinematografista* tenía un proyecto cultural definido sobre cuáles deberían ser los rasgos del cine nacional, o bien una postura programática en torno a la cultura popular y masiva. Empero, podríamos decir que a partir de su lugar en el mercado como otro consumo más de los sectores medios y populares, intervino en las lecturas que se realizaban de estas películas, sin perder nunca de vista el plano comercial de la industria y sus actores. En esta dirección, buscaron tener injerencia en la discusión pública sobre los mecanismos de regulación y la legislación de la época en torno al cine. El análisis del aspecto legal e institucional permite echar luz sobre la perspectiva estatal y los puntos de encuentro y las tensiones que se establecieron entre algunas de las revistas y los proyectos hegemónicos en la búsqueda por definir los rasgos del cine nacional y el “buen gusto” de la audiencia. A este aspecto, se abocará el apartado siguiente.

La argentinidad del “buen gusto”. Los discursos de las revistas de cine y la perspectiva estatal

El 13 de mayo de 1933, en el número 3 de la revista *Sintonía* se publicaba un cuento corto en un tono cómico e irónico titulado “La tragedia del Buen Gusto”. El cuento relataba el estado lamentable del Buen Gusto porque según él “cometí la imprudencia de hacer una excursión por el éter y subí, para mi desgracia, en una onda radiotelefónica. La letra de un tango me atosigó. Era el bajo fondo llevado a las alturas. Después una cancionista negaba con su voz, el principio fundamental del arte: la belleza.”.³²

Los supuestos que toma este cuento, en un tono jocoso e informal, retratan algunas de las nociones que circulaban en torno al gusto y lo popular. Tal como se mencionó anteriormente, en palabras de Pierre Bourdieu, el gusto, la distinción, dan cuenta del uso social de la cultura como capital e instrumento de dominación simbólica entre quienes necesitan distinguirse de otros para ejercer su dominio y reproducir las desigualdades sociales. Las clases sociales también se diferenciarían en este plano, según las valoraciones de lo que es bello o feo, lo que es distinguido o vulgar. Bourdieu propone que estas oposiciones pueden observarse en los hábitos, donde cada clase tiene su *ethos* característico, y a partir de estos hábitos va delineando una identidad, su posición y sus relaciones respecto a las capacidades

³² Revista *Sintonía*. 13 de mayo de 1933, año 1, núm. 3.

de influir sobre este espacio social. La legitimidad de estos juicios y hábitos está dada por la adquisición de competencias culturales, donde el elemento fundamental es la escolarización, que institucionaliza al capital cultural. Sin embargo, el autor resalta que la eficacia de éste depende de la importancia del capital heredado de la familia; la jerarquía de gustos depende estrictamente de la jerarquía social.

En esta relación entre el espacio social y los gustos de clase, entonces, las clases dominantes buscan el “sentido de la distinción”, definiendo e imponiendo para el resto de la sociedad “el buen gusto” y la cultura legítima. Frente a la posición ambigua y técnica de lo popular y lo nacional de *Heraldo del Cinematografista*, podemos contraponer la línea editorial de una revista como *Cinegraf* que claramente se propone hacer una división tajante cultural y de clase. Esta publicación de la editorial Atlántida dirigida por Carlos A. Pessano ve la luz en 1932. Silvana Spadaccini resalta que la revista sirve “como ejemplo y registro del pensamiento de la burguesía de una época, [...] en la conjunción de la información más bien banal de su contenido y de la fuerte postura conservadora de sus editoriales y comentarios”.³³

Cinegraf fue la voz más manifiesta contra los tópicos tomados por el cine nacional para definir sus rasgos y para mantenerse en las salas. En sus inicios la revista planteaba una posición sumamente crítica con el cine nacional por considerarlo vulgar, con groseros recursos comerciales y peligroso para las buenas costumbres. La censura se presentaba como necesaria para la integridad de lo nacional. Es así que su director se convirtió en el primer director del Instituto de Cinematografía, como se ha señalado. El discurso de la revista buscaba imponer una postura recelosa y defensiva frente a lo que se consideraba un desagravio para las buenas costumbres y la correcta argentinidad.

La preocupación por los “esperpentos nacionales” no era sólo para con la sociedad argentina, sino también una de las principales inquietudes residía en que estos filmes se difundían como cine nacional en el extranjero. Desde la revista se inició una campaña importante para la trasposición de textos canonizados de la literatura al cine para levantar la calidad de las películas en cuanto a sus argumentos.³⁴ En la sección “Primer Plano” de septiembre de 1934, su director denunció que le habían llegado cartas del extranjero donde no podían entender que se editase una revista como *Cinegraf* en un “pueblo de malevos”, dado que la imagen que tenían en otros países de la sociedad argentina era la que se presentaba en los filmes.

³³ Clara Kriger (dir.), *Páginas de cine* (Buenos Aires: Archivo General de la Nación, República Argentina, 2003) 68. Para el análisis de la figura de Carlos A. Pessano ver también Silvana Spadaccini, “Carlos Alberto Pessano, de la opinión a la gestión”. *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, 5, Buenos Aires, 2012.

³⁴ “Situación de nuestro cinematógrafo”. *Revista Cinegraf*, Año III, núm. 27, Junio de 1934, 15.

“El reflejo de la atmósfera autóctona arrastra la tara del malevaje y del pseudo gauchismo. El porteño no puede ser, por lo visto, en las películas, sino un pendenciero, un tahúr y un holgazán, complicado en toda suerte de inmoralidades. [...] Nuestras plateas ríen ante él. Saben de la falsedad de esas cosas que se muestran como propias. [...] Oficialmente no se protestó, cuando hubiera sido necesario, porque éstas son las horas en que numerosos espectadores del exterior confunden la verdadera capital con la de “Luces de Buenos Aires”.³⁵

Con respecto a los gustos de las clases populares, Bourdieu señala que éstas están condenadas a la elección de lo necesario, desarrollando, entonces, gustos simples y modestos. Sin embargo, si se analizan revistas como *Antena* o la ya mencionada *Sintonía*, dirigidas al público general, se observa que éstas buscaron abrir los espacios de la burguesía a los sectores populares en el énfasis por resaltar –y contribuir a conformar– un *star system* local para el cine de la mano de personajes ya consagrados en la radio y en el teatro. En esta apertura, son las mismas revistas quienes se autoproclamaban como tutoras del proceso de elevación cultural del gusto popular.

Andrea Matallana en su análisis sobre la radiofonía en la Argentina entre 1923 y 1947, también destaca en los discursos de estas publicaciones cierta defensa de la “cultura popular” frente a la vulgarización del gusto de los sectores menos preparados. La cultura popular, así, no está definida de manera negativa, sino que se halla vinculada a lo “folk”.

Se ha señalado que *Heraldo del Cinematografista* era ante todo la revista de los exhibidores y, por ende, la información estaba orientada a mejorar la programación, el rendimiento de las películas según los gustos de la audiencia y a impulsar a la cinematografía nacional. Desde los primeros años criticó la mejor posición en el mercado de las productoras norteamericanas, prácticamente dueñas del mismo, que ponía en una difícil situación a los exhibidores que no tenían la fuerza de negociación para elegir su programación. Este control perjudicaba a la industria nacional, pero también al público. Siguiendo el planteamiento de Bourdieu, el gusto del público se hallaba condicionado por las posiciones de poder en el mercado de las diferentes productoras y por las relaciones de fuerza entre los distribuidores y los exhibidores.

A estas relaciones de poder se sumaba la posición estatal sobre la dimensión moral, cultural y política del cine. *Heraldo del Cinematografista*, también en este caso, tomó una posición crítica frente a las leyes y proyectos que consideraba perjudiciales para la industria

³⁵ Revista Cinegraf, Año III, Nro. 30, Septiembre de 1934. 5.

y el crecimiento de la audiencia. Son recurrentes las notas editoriales que se quejan de la censura y las regulaciones estatales. La revista mantenía un discurso que no se alineaba con el Estado y le permitía tomar posición sobre cómo debía configurarse ese cine para elevar moral y culturalmente a su público.

En la ciudad de Buenos Aires, la institución encargada de velar por las buenas costumbres era la Municipalidad. El Tratado de Derecho Administrativo de Lucio V. López, en relación al derecho de reunión, no trataba de establecer una censura al pensamiento sino que velaba por la no subversión del orden público. Para el año 1934, *Heraldo del Cinematografista* denunciaba la inconstitucionalidad de la censura previa que establecía la Municipalidad y llamaba al gremio a manifestarse en contra de la medida. Las declaraciones del Intendente que se resaltaban en esta nota insistían sobre la necesidad de alejar a Buenos Aires de la melancolía y convertirla en una ciudad alegre. Esta institución buscó avanzar en esta dirección al percibir la importancia del cine como vehículo de mensajes por su carácter de espectáculo popular tanto para ricos como para pobres.³⁶ Es por ello que el Intendente falló por una Comisión de Censura compuesta por el Inspector General de Espectáculos, el Intendente, un representante del Departamento Nacional de Higiene, un representante de la Asistencia Pública, dos representantes del Ministerio de Justicia e Instrucción Pública, dos representantes del Consejo Nacional de Educación y un representante de las empresas productoras o distribuidoras de películas. Esta Comisión tenía como tarea la clasificación de las películas y la exclusión de aquellas no aptas para exhibir. *Heraldo del Cinematografista* se posicionó de manera muy crítica a la medida que entendía como una limitación a la industria y un ridículo el involucramiento del higienismo social en estos asuntos.

Tal vez uno de los casos más paradigmáticos haya sido la campaña en contra de la censura del filme que luego debió cambiar su nombre, *Tres argentinos en París*. El cambio de título por *Tres anclados en París* fue el resultado de la negociación para poder exhibirla.

El 2 de febrero de 1938, el número 341 de la revista publicaba los detalles del episodio, “el espectacular despliegue policial frente al Monumental para que no ingrese el público a la sala...”.³⁷ La orden no pudo ser cumplida porque no tenían una orden de allanamiento. Lumiton y la empresa del Monumental no llegaron a ningún acuerdo con la Comisión y con el Instituto. Meses más tarde, la revista seguía el caso. El 6 de abril de 1938 informaban sobre la acusación por el fiscal doctor Darío Saráchaga por los delitos de usurpación y abuso de

³⁶ Revista *Heraldo del Cinematografista*. 07 de febrero de 1934, año 4, núm. 136.

³⁷ Revista *Heraldo del Cinematografista*. 2 de febrero de 1938, año 8, núm. 341.

autoridad al Dr. Sánchez Sorondo, a Carlos Pessano –ambos del Instituto Cinematográfico–, y al general Esteban Vacarezza, ex jefe de policía por la actuación que les cupo en el *sonado* incidente de la exhibición en el Monumental de *Tres anclados en París*. El 13 de julio volvían a publicar sobre el proceso, informando que por decisión de la Cámara del Crimen sigue el proceso a Vaccarezza.³⁸ El seguimiento del caso, más allá de su contenido informativo, buscaba mantener al público exhibidor y productor al tanto de las discusiones y de la complejidad legal e institucional del tema de la censura.

No obstante, al mismo tiempo, la revista definía también una posición sumamente crítica frente a las producciones “vulgares” y “chabacanas”, no vinculada estrictamente con un tipo de temática o de habla de los filmes argentinos como se remarcó en el apartado anterior. En este sentido, no es posible establecer una relación directa entre las buenas o malas críticas según las películas sean habladas en “argentino”, “castellano” y “criollo”, como sucedía con las críticas institucionales a los filmes que retrataban al mundo arrabalero y caracterizaban lo argentino a partir del lunfardo porteño. Es por ello que el cambio del título de *Tres argentinos en París* al quitarle y reemplazar el gentilicio, estaba orientado a evitar una imagen arrabalera y moralmente negativa de lo argentino al mundo.

La discusión acerca del funcionamiento y de los integrantes de las comisiones para la regulación de los espectáculos y las clasificaciones de las películas para su exhibición continuó a lo largo de todo el período estudiado. *Heraldo del Cinematografista* buscó formar una posición que articulase a la industria, informando y polemizando los diferentes proyectos y leyes que se presentaron en esos años. Así, la revista buscaba alentar la participación del gremio exhibidor y la presencia de los actores de la industria en la toma de estas decisiones. El “buen gusto”, lo censurable o no, lo vulgar, fueron terreno de tensiones entre diferentes intereses y perspectivas sobre la argentinidad y el gusto popular en los años treinta.

Consideraciones finales

El análisis de las nociones de lo popular y lo nacional que circularon en las páginas de *Heraldo del Cinematografista* y su relación con otros discursos de la época, da cuenta de la complejidad de estas imágenes y las diferentes aristas a partir de las cuáles han sido abordadas. La revista de los exhibidores cuyos objetivos estaban orientados al desarrollo e impulso de la industria cinematográfica, buscó intervenir en una lógica tanto mercantil como cultural,

³⁸ Revista *Heraldo del Cinematografista*. 6 de abril de 1938, año 8, núm. 349 y 13 de julio de 1938, año 8, núm. 363.

en la configuración de un público nacional. La posición de la publicación sobre los rasgos que debían caracterizar a la cinematografía nacional se correspondía tanto con su perspectiva sobre los contenidos, como en el énfasis en los aspectos técnicos y estéticos, donde la calidad era el factor fundamental. En este sentido, en algunos casos, lo popular y lo nacional estaban más bien signados por el plano estético que por las narrativas de las películas de la década. Es por ello que en las críticas argumentales la revista se veía más irritada por las fallas técnicas a nivel guión, por los recursos de comicidad fáciles y por la imitación de moldes, que por el campo temático de los filmes. De este modo, la voz de la revista oscilaba entre una mirada peyorativa de lo popular y otra tutelar, preocupada por elevar culturalmente el gusto popular.

Heraldo del Cinematografista tuvo como objetivo intervenir en el campo cinematográfico y, para ello, discutió con los proyectos estatales con especial interés sobre aquellas medidas que afectarían al desarrollo de la industria. La problemática de la censura fue central. Sería exagerado plantear que la revista contase con fines programáticos específicos, empero, buscó participar de la discusión pública acerca de lo censurable y del buen o mal gusto de los sectores populares, de cómo debía ser el cine nacional, y de cuál era la audiencia deseable.

Referencias

- Ana Laura Lusnich, *El drama social-folklórico: el universo rural en el cine argentino*, Buenos Aires, Biblos, 2007.
- Andrea Matallana *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006.
- Beatriz Sarlo, *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1997.
- Beatriz Sarlo, *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920-1930*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2007.
- Campodónico, H. y Gil Lozano, F., 2000, "Milonguitas en-cintas" en Gil Lozano, Fernanda; Pita, Valeria; Ini, María Gabriela, *Historia de las mujeres en Argentina, siglo XX. Tomo II*. Editorial Taurus, Buenos Aires.
- Clara Kriger (dir.), *Páginas de cine*, Buenos Aires, Archivo General de la Nación, República

- Argentina, 2003.
- Clara Kriger, *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009.
- Claudio España, *Cine argentino industria y clasicismo 1933-1956*, Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes, 2000.
- Cristina Mateu, "La producción cinematográfica en un país dependiente. Desarrollo cinematográfico argentino en las décadas del 30 y 40", Asociación Argentina de Historia Económica, Universidad Nacional de Tres de Febrero, XXI Jornadas de Historia Económica, 23-26 de septiembre de 2008.
- Diana Paladino, "El cine en dos por cuatro (en la primera mitad del siglo XX)", *Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen*, 41, 2002, 56-69.
- Douglas Kellner, "Cultural Studies and Social Theory: A Critical Intervention", en George Ritzer y Barry Smart (ed.), *Hand book of Social Theory*, London, SAGE Publications, 2001.
- Elina Tranchini, "El cine argentino y la construcción de un imaginario criollista 1915-1945" en *Entrepasados*, Número 18/19, 2000.
- Florencia Garramuño, *Modernidades primitivas: tango, samba y nación*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007.
- Hans Robert Jauss, *Pequeña apología de la experiencia estética*, Barcelona, Ediciones Paidós, 2002.
- Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- Matheu B Karush, "The melodramatic Nation: Integration and Polarization in the Argentine Cinema of the 1930's", en *Hispanic American Historical Review*, 87:2, 2007.
- Mathew B. Karush, *Culture of class. Radio and cinema in the making of a divided Argentina, 1920-1946*, Durham and London, Duke University Press, 2012.
- Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1989.
- Silvana Spadaccini, "Carlos Alberto Pessano, de la opinión a la gestión", *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* 5, Buenos Aires, 2012.
- Revista *Antena*, años 5 y 6, Buenos Aires, 1935-1936.
- Revista *Cinegraf*, año 3, Buenos Aires, 1934.
- Revista *Heraldo del Cinematografista*, años 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9, Buenos Aires, 1933-1939.

Revista *Sintonía*, años 1, 2, y 3, Buenos Aires, 1933-1935.

Filmografía referida

La vuelta de Rocha, Manuel Romero, 1937.

Los muchachos de antes no usaban gomina, Manuel Romero, 1937.

Tres argentinos en París, Manuel Romero, 1938.

Artículo recibido 3 de febrero de 2012 y aprobado 23 de diciembre de 2012