

Cecilia Nuria Gil Mariño,
Negocios de cine. Circuitos del entretenimiento, diplomacia cultural y Nación en los inicios del sonoro en Argentina y Brasil,
Bernal, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, 2019, 269 páginas

Negocios de cine, la nueva investigación de Cecilia Gil Mariño, se presenta como un ensayo en continuidad con las ideas de su libro anterior, *El mercado del deseo*, ya que recupera el análisis de las prácticas de consumo cultural al profundizar, en términos técnicos, políticos y comerciales, la cinematografía argentina y brasileña durante la década del '30 y el '40.

Esta publicación es fruto de su participación en el Concurso para la Publicación de Tesis de doctorado en formato libro impreso realizado en 2019 por la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual (ASAECA) y el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes. La conquista del primer premio le permitió a la autora difundir lo que en el 2016 fue su tesis de doctorado en Historia, de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

El libro está organizado, al igual que su escrito precedente, en tres capítulos, un prólogo y un epílogo. El prólogo conserva la estructura de tesis al plantear de manera generalizada las principales líneas de investigación. Luego de una primera aproximación a la pregunta por las transformaciones suscitadas con la llegada del cine sonoro, se propone delimitar diversas áreas temáticas que se

desarrollarán posteriormente. La indagación central se volcará, nuevamente, sobre las estrategias de mercado utilizadas por los empresarios a la hora de triunfar en el escenario regional, ámbito de estudio que se profundiza en esta oportunidad, al incorporar el análisis comparativo con la industria cultural brasileña.

Es pertinente señalar que, para la autora, el análisis de estas dinámicas está sustentado en el marco teórico de los *Estudios Culturales*, al sostener la necesidad de construir una “historia de las conexiones para pensar la cuestión nacional” (p. 26), lo que equivaldría a problematizar la circulación y el consumo de bienes culturales en términos transversales. Existen, así, formas de *reapropiación* en el desarrollo de modelos industriales cinematográficos que el ensayo propone analizar para establecer una mirada regional sobre los procesos de producción de sentido y la masificación de los productos culturales en América Latina.

El ensayo realiza un estudio comparativo con el objeto de evidenciar mecanismos de reclutamiento de artistas a nivel local, de elección de producciones y representaciones por parte de los empresarios con el propósito de conquistar un mercado regional. Así, la autora instala como hipótesis central

en referencia a los usos estratégicos la idea de que mayormente triunfaron los mecanismos de *cooptación* destinados a desarrollar los proyectos modernizadores, lo que además permitiría pensar, más allá de las diferencias entre Argentina y Brasil, la posibilidad de proyectar una historia común de las industrias culturales a nivel continental. Para ello, define como línea de trabajo la idea de una *tensión aparente* entre las representaciones norteamericanas sobre lo argentino y brasileño, y la producción de sentidos local. Según la autora, esas imágenes estereotipadas, o lo que denomina “lo nacional *by the Americans*” (p. 28), fueron un punto de partida para la producción local, que utilizó esos clichés para readaptarlos o diferenciarse de estos, construyendo así un cine masivo para la audiencia interna, y una proyección siempre latente a nivel continental (p. 105).

En el primer capítulo propone desarrollar la hipótesis de la *tensión aparente* a partir de un recorrido analítico extenso por diversas fuentes audiovisuales y periodísticas, para problematizar la repercusión, el rol y la funcionalidad de las representaciones estereotipadas desde Hollywood. La utilización de figuras como

Carlos Gardel y Carmen Miranda refleja, según la autora, las estrategias comerciales del cine norteamericano para conquistar el mercado latino, así como la aceptación en la industria local debido a la capacidad que presentaron estas estrellas para constituir imágenes de lo nacional y lo moderno. Desde allí se vuelve a la idea de la modernización de la nación propuesta por Florencia Garramuño, en tanto se analiza la elección del tango y del samba, no solo como elementos constitutivos de una identidad nacional, sino que “también sirvieron para nacionalizar el propio cine en un viaje de ida y vuelta”.¹

La relación entre las representaciones americanas y las propias se analiza también a partir de la instalación de la Office of Inter-american Affairs (OIAA), una agencia que promovía la integración americana y que, bajo esa lógica, produjo una serie de films caracterizados por el uso indiscriminado de elementos típicos regionales. La reconstrucción de las opiniones publicadas en la prensa gráfica especializada sobre estos intercambios diplomáticos inaugurados durante la Segunda Guerra Mundial es quizá lo más novedoso de este primer capítulo, ya que profundiza específicamente en el comportamiento comercial de la industria argentina y brasileña frente a esa americanización. Desde esos discursos se cuenta la historia

de actitudes de resistencia a las producciones enmarcadas bajo la OIAA, que van desde un evidente rechazo, a sacar de cartelera e incumplir contratos de difusión, evidenciando un uso inesperado para la industria hollywoodense. Esto ratifica la hipótesis de la autora de que solo tuvieron éxito los proyectos culturales americanos que los empresarios locales podían utilizar a su favor.

El segundo capítulo aborda las estrategias para colocar en el mercado internacional las producciones nacionales, para lo cual parte de las diferencias sustanciales en la constitución de la industria cinematográfica en cada país. La comparación pone el foco en comprender las experiencias de cine y la posibilidad para desarrollar *negocios duraderos* en el empresariado argentino y brasileño.

Para realizar este estudio comparativo, se vuelve sobre la cabalgata y la ópera tanguera para el caso argentino, y sobre los films de carnaval para el brasileño. Bajo un nuevo rótulo, la autora retoma las hipótesis construidas en su primer ensayo, y por ende el análisis de fuentes previamente estudiadas, como es el caso de los films de Manuel Romero, Eduardo Morera y José Agustín Ferreyra. En esta oportunidad, propone la idea de una *territorialización* del tango, al plantearlo como una “afirmación identitaria estable” (p. 134) en tanto les permitió a los empresarios argentinos mantener un esquema de producción basado en tópicos que realmente funcionaban.

En contraposición al papel del tango, el análisis se vuelca sobre las características de la

industria cinematográfica brasileña a partir de la utilización del samba. Aquí propone una diferenciación esencial entre ambos países en cuanto al papel del Estado en la utilización de estos géneros para constituir la identidad nacional. Surge entonces la pregunta por las dinámicas elegidas para nacionalizar el cine brasileño, ya que, como sostiene la autora, no fue una preocupación del gobierno de Vargas el desarrollo de un cine comercial, sino que más bien se promocionó un cine documental y educativo. La reconstrucción que realiza de las producciones cinematográficas de Wallace Downey y del estudio Cinédia, de Adhemar Gonzaga, permite vislumbrar finalmente que el éxito de las estrategias para la industria brasileña estuvo asociado a la construcción de imágenes para la nacionalización que privilegiaron las tramas sobre el carnaval, enfocadas en lo que transcurría en los *blocos de rua* del centro de la ciudad, ocultando así los elementos populares de la identidad cultural brasileña.

El capítulo final presenta el análisis más logrado y con mayores implicaciones, ya que se propone analizar la existencia de una diplomacia iniciada entre los gobiernos de Vargas y Justo, que moldearía un círculo de intercambios culturales en beneficio de las estrategias comerciales de la industria. Esta *confraternidad* servirá tanto para la radiofonía y el circuito artístico delimitado entre las naciones, como para las relaciones comerciales en el cine. Un relevamiento de notas de la prensa gráfica argentina y brasileña nuevamente sirve para

¹ Florencia Garramuño, *Modernidades primitivas: tango, samba y nación*, Buenos Aires, FCE, 2007, p. 230.

poner de manifiesto la importancia de los intercambios ya que, no sin tensiones y contradicciones, se rescataba una “convivencia de diferentes imágenes de la nacionalidad para ambos países” (p. 185).

Se incorpora asimismo la reconstrucción de ciertas trayectorias empresariales, que sostienen la hipótesis de la *confraternidad*, y que contribuyen a fortalecer la idea de un sistema de estrellas local y regional en beneficio de la industria del espectáculo. La presentación de Jaime Yankelevich como *hombre de negocios* a partir de las opiniones divulgadas por la prensa nos da la pauta de una incorporación efectiva de diferentes personalidades del mundo artístico, como directores artísticos y productores, con los que se sostenía la idea de un sistema de estrellas funcional al empresariado. Como sostiene Gil Mariño, Yankelevich logró esa imagen al presentarse en las revistas especializadas junto a las más populares estrellas de la industria brasileña y del ámbito regional: Carmen Miranda, Raúl Roulieu, Ramón Novarro, entre otros.

Del otro lado de la frontera, se enfoca en la figura de Adhemar Gonzaga y en sus viajes hacia Buenos Aires en busca de relaciones profesionales con artistas de la industria argentina. La excursión de Gonzaga finaliza

en la realización de los films *Carioca Maravilhosa* (1936) y *Noites cariocas* (1935), ambas coproducciones con la participación del actor argentino Carlos Viván. Asimismo, realiza una descripción de fuentes del archivo personal y profesional de Oduvaldo Vianna, director brasileño contratado por la Productora Argentina de Filmes (PAF) para realizar la versión cinematográfica de la obra *El hombre que nació dos veces* (1938). Según la autora, Vianna se convierte en un *operador cultural-comercial* para la industria argentina a partir de su instalación en Buenos Aires, lo que es resaltado por la prensa brasileña como un rotundo éxito de exportación.

El epílogo retoma las conclusiones generales de cada capítulo y resalta la mirada clave del ensayo: la idea de los *usos* empresariales como representación efectiva del carácter coyuntural de las producciones cinematográficas de la época (p. 243). Bajo ese abordaje analítico toma sentido la red de prácticas comerciales y culturales trazada por la autora para pensar las dinámicas de producciones cinematográficas en Argentina y Brasil en los inicios del cine sonoro. Gil Mariño cierra *Negocios de cine* pensando nuevas líneas de trabajo, como la incursión y distribución en el mercado extranjero a partir de la utilización de estrellas que

condensaran la identidad nacional. Aquí retoma la figura de Libertad Lamarque y, aunque sin extender su desarrollo, analiza su valor para los empresarios en términos de versatilidad.

El ensayo acierta en presentar un análisis detallado de fuentes –películas, prensa gráfica especializada, archivos personales y profesionales –que le permite sostener la hipótesis de una “complejidad del entramado cultural y comercial del campo cinematográfico en ambos países” (p. 243), en concordancia con una forma de hacer historia cultural basada en la interdisciplinariedad.² Quizá lo más novedoso de la propuesta de Cecilia Gil Mariño siga siendo la persistencia por una forma de hacer Historia de los Medios en la que se propone una revisión de las trayectorias artísticas y empresariales, no como núcleos aislados, sino de forma sistematizada y vinculada a la emergencia de un sistema de medios regional altamente conectado.

María Julia Alarcón
Universidad de Buenos Aires

² Matthew B. Karush, *Cultura de clase: Radio y cine en la creación de una argentina dividida (1920-1946)*, Buenos Aires, Ariel, 2013, p. 31.