

[Original]

Primeros intercambios entre la industria cinematográfica argentina y brasileña en la década del treinta

CECILIA NURIA GIL MARIÑO
Universidad de Buenos Aires (UBA)
Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas (CONICET)
R. Argentina
✉

Resumen: Tradicionalmente, la historiografía del cine en América Latina privilegió los enfoques de carácter nacional; no obstante en los últimos años han aparecido investigaciones que proponen una dimensión comparativa transnacional que ha sido muy fructífera tanto para analizar las especificidades nacionales como para pensar la conformación de una red transnacional de consumos culturales en tanto campo dinámico de intercambios. Asimismo, la producción académica sobre el cine argentino y brasileño clásico, en su mayoría poco exploró el plano de la distribución del cine de la época. De este modo, una perspectiva transnacional echa luz sobre la importancia de la circulación de películas, artistas, directores y productores, a la hora de su producción. Sobre este último eje se propone indagar esta pesquisa. A partir de las primeras tentativas de coproducción y distribución regional, los viajes de productores y artistas, así como también de un estudio sobre la relación entre el empresariado local y el Estado en la configuración de imágenes de la nación, se analizan los intercambios entre el campo cinematográfico argentino y brasileño en la década del treinta. Indagar sobre estos trazos y estas conexiones permite analizar con rigor esta red transnacional de identidades *for export*.

Palabras clave: Historia del cine brasileño – Historia del cine argentino – Industria cinematográfica – Estudios comparados entre Argentina y Brasil – Historia cultural.

[Full Paper]

Argentinean and Brazilian Cinematographic Industries First Exchanges During the Thirties

Summary: Traditionally, the Latin-American cinema historiography favored national perspectives. Nevertheless, in the last years, transnational and comparative researches have appeared and they have been very productive to analyze national specificities as well as to think of a transnational cultural market net configuration as a dynamic field of exchanges. Likewise, the academic production about Argentinean and Brazilian classic cinema normally did not examine the field of the cinema distribution in those years. Thus, the transnational perspective sheds light on the importance of the films, artists, directors and producers circulation at the moment of producing a film. This is the main focus of this paper. From the first co-production and distribution attempts between the two countries, the artists and producers travels, as well as a study about the relationship between the entrepreneurs and the State in the national images configuration, this work analyzes the Argentinean and Brazilian cinema exchanges during the thirties. Looking into these outlines and connections allows for an accurate analysis of this transnational net of *"for export"* identities.

Key words: Brazilian Cinema History – Argentinean Cinema History – Cinematographic Industry – Comparative Studies between Argentina and Brazil – Cultural History.

Una perspectiva transnacional para la historiografía del cine argentino y brasileño

Hacia 1910, el músico pionero del tango Ángel Villoldo, rendía el primer homenaje al cine en el tango *Sacame una película, gordito*, dedicado a Mario Gallo, iniciador en el país de las películas con argumento. El investigador Jorge Couselo al respecto señaló que «(...) En el gesto de Villoldo parece anidar, asimismo, un pedido: “filmame, gordito” o por extensión “filma el tango”» (Couselo 1977:1327). La profecía de Villoldo sería cumplida con creces algunos años después. Hacia la década del treinta, la llegada de nuevas técnicas de sonorización en las cinematografías latinoamericanas tuvo como consecuencia que la música cobrara un lugar de gran relevancia en el proceso de nacionalización y masificación del cine.

A partir de ese momento, el cine comenzó a intentar consolidarse como un proyecto industrial sostenido en estos países. Este hecho suscitó un gran debate entre realizadores, productores y el Estado sobre las características de los cines nacionales y sus condiciones de existencia. Así, las representaciones de la nacionalidad en estos filmes para el mercado local y regional, fueron tanto el resultado de los intercambios con otros discursos culturales de la época, como parte de una lógica industrial que proponía diferentes modelos de producción según el caso. Con sus particularidades y diferencias, las tres cinematografías latinoamericanas pioneras —la argentina, la brasileña y la mexicana— articulaban un modelo de convergencia de medios donde la interrelación entre el cine, la radio, el teatro y las revistas conformaron un «círculo virtuoso de consumo».

Tradicionalmente, la historiografía del cine desarrolló líneas de estudio que privilegiaron los enfoques nacionales y poco exploraron una dimensión comparativa transnacional de la circulación de estos objetos culturales. Algunos de los trabajos más destacados de los últimos años en este aspecto son los de Paulo Paranaguá (2000), Alberto Elena y Marina Díaz López (2003), Ana M. López (2003) y específicamente para el caso de las relaciones argentino-brasileñas son remarcables el estudio de Arthur Autran (2013) y el de Antonio Carlos Amancio (2014). Estos textos proponen una perspectiva interesante para pensar las especificidades nacionales dentro de un marco dinámico y de intercambios entre las diferentes cinematografías. De una mirada comparativa, se desprende que las estrategias comerciales de estas industrias buscaron el equilibrio entre la estandarización —de aquellas fórmulas exitosas

principalmente de Hollywood y los países europeos— y la particularidad, con el fin de acrecentar el mercado interno y de exportación.

Al respecto, Clara Kriger señala que:

(...) Incluso si se considera que las películas de Hollywood fueron la norma por la que se rigieron nuestras producciones, es interesante subrayar que todo desvío adquiere una connotación positiva porque desacraliza y subvierte las virtudes de la norma y de la institución. (...) En este sentido, otros hablan de «integración operativa de lo disponible» (2014:147).

La autora citando a Eduardo Coutinho agrega que

(...) el texto fílmico latinoamericano no es ya el deudor, «sino también el responsable por la revitalización del pionero, y por la relación entre ellos que, en vez de ser unidireccional, adquiere sentido de reciprocidad, volviéndose en consecuencia más rica y dinámica (Coutinho 2004:247)» (Kriger 2014:147).

Por otra parte, la mayor parte de las investigaciones está orientada al estudio de las representaciones o al plano de la producción, habiendo pocos trabajos que pongan el acento en la distribución del cine de la época. De este modo, la dimensión transnacional echa luz sobre la importancia de la circulación de las películas, artistas, directores y productores, a la hora de su producción. Sobre este último eje se propone trabajar este ensayo a partir de los intercambios y de una comparación entre el Brasil y la Argentina en las décadas del treinta y cuarenta. Indagar sobre estos trazos y estas conexiones permite analizar con rigor los intersticios de esta red transnacional.

La sonorización del cine no solo permitió ampliar la audiencia al público analfabeto o inmigrante que no era capaz de leer con rapidez los subtítulos, sino también fortaleció la identificación del público con el habla cotidiana. Para el caso argentino, las reseñas de las películas de *El Heraldo del Cinematografista*, señalaban cuando eran «hablada en criollo», «hablada en argentino». El impacto de la lengua y el uso de la música como cantera de sentidos de los rasgos nacionales de cada cinematografía contribuyó a dar rasgos identitarios que definieron particularidades locales, y se transformó en un elemento clave para la conformación de un mercado regional y para la exportación de películas. Tanto las empresas latinoamericanas como las de Hollywood, tempranamente fueron

conscientes de ello y desarrollaron filmes «*for export*» que suscitaron grandes debates al interior de cada país en función de la autenticidad de la verdadera identidad nacional cinematográfica. En este sentido, estos empresarios se valieron de diferentes usos comerciales de «lo nacional» como parte de sus estrategias de producción y venta para la conquista de diversos mercados. Así, se fue conformando un modo de ser argentino y de ser brasileño, donde tango, samba y carnaval asociados a determinadas imágenes de Buenos Aires y Rio de Janeiro se instalaron como postales típicas.

Tal como lo fue el jazz en los Estados Unidos, el tango, el samba y el carnaval fueron piezas clave para el desarrollo de los géneros cinematográficos en la incipiente industria argentina y brasileña. Silvia Oroz remarca que:

(...) la base más aparente del melodrama fue la música popular de los países del continente y el Caribe. Así el tango es una obvia referencia al melodrama argentino (...) De esta manera, a través del tango, expresión urbana de la música popular queda sellada una característica esencial del melodrama argentino: su rasgo urbano (Oroz 1995:96).

Los géneros presuponen trabajar con estereotipos y fórmulas narrativas aceptadas socialmente, determinadas por la censura social, al mismo tiempo que le permiten a la audiencia desarrollar una visión doméstica del mundo. De este modo, los géneros no son ahistóricos, sino que se hallan en constante mutación en relación con su contexto histórico-cultural y las necesidades del mercado. Asimismo, éstos son un fenómeno global y tratan cuestiones emocionalmente universales, hecho que les permite desarrollar un producto estandarizado para una economía de masas.

La conquista de otros mercados exteriores y los problemas de la distribución preocuparon a los empresarios de la industria desde sus primeros años. Sin embargo, desde 1938, en ambos países, se constituyeron en debates más recurrentes. Las revistas especializadas registraban una creciente inquietud, así como también discutían y alentaban las diferentes iniciativas por superarlos que fueron surgiendo en aquellos años.

En esta dirección, a continuación se propone explorar las primeras tentativas de coproducciones entre la Argentina y el Brasil. Al observar el recorrido de las relaciones entre ambos cines, no se registra una gran cantidad de iniciativas, y menos aún de algunas que hayan conseguido cierto éxito comercial y

aceptación del público y de la crítica. Más bien, la mayoría fue proyectos inacabados y sueños que quedaron en el camino. En este sentido, en este trabajo se propone un análisis del desarrollo de la industria a partir de las empresas que no consiguieron imponerse con éxito. ¿Por qué se hace una historia de lo que no funcionó? Casi como un ejercicio post traumático, en esta pesquisa se busca inquirir de qué modo estos intentos fallidos expresaron y construyeron una trama de relaciones sociales, económicas, políticas y culturales entre ambos países, donde cada cual construyó imágenes del otro. Siguiendo la propuesta de Kriger de forjar «un nuevo mapa “inestable, inseguro, cambiante y autocrítico”...» (2014:148) para las prácticas de los mercados y los públicos, quizás el error pueda proporcionar un campo de análisis aún más fructífero que el acierto. A partir de estas iniciativas, se indaga sobre los comportamientos y prácticas de los empresarios del cine en los años treinta en el Brasil y la Argentina para hallar sus particularidades en la dinámica regional.

Destino Buenos Aires. Adhemar Gonzaga y la tentativa de explorar el mercado argentino

En varios de sus trabajos, el investigador brasileño Arthur Autran señala que mientras en Argentina y en México estos primeros «*entrepreneurs*» del cine consolidaron una industria y un modelo de producción de éxito creciente a lo largo de los años treinta y cuarenta, en el Brasil para esta misma época, los hombres y mujeres del cine no consiguieron traspasar la idea de un pensamiento industrial.

El autor analiza el rol del Estado brasileño en función del caso argentino y mexicano, y apunta que no se trató de una cuestión entre la libre empresa y el intervencionismo estatal, sino más bien del tipo de intervención (Autran 2013). Brasil fue el primer país en sancionar leyes de protección y fomento al cine. En 1932, se emitió el Decreto n° 21.240 que preveía la exhibición obligatoria de filmes educativos y cortometrajes nacionales. La fecha es temprana si se compara con los otros países de la región; en la Argentina las normativas solo llegarían en la década siguiente, en el año 1943. La era de Vargas buscó dar continuidad a la búsqueda de una resolución del paradigma moderno y se presentó como una vía de afirmación nacional frente a esta problemática (Mendonça 2000:86). No obstante, la inestabilidad no solo económica, sino más bien política de los primeros años del Gobierno Provisorio, demoraron hasta 1937, con el inicio del Estado Nuevo, la implementación de programas a nivel nacional. Figuras como Rodrigo Mello Franco de Andrade —fundador del

Servicio del Patrimonio Histórico y Artístico Nacional en 1937—, Edgar Roquette Pinto —precursor de la radiodifusión estatal y creador del Instituto de Cine Educativo en 1937—, Gustavo Capanema —Ministro de Educación y fundador del Instituto Nacional del Libro en 1937—, el compositor Heitor Villa-Lobos, Mario de Andrade y el poeta Carlos Drummond de Andrade, volcaron todos sus esfuerzos al delineamiento de una política cultural nacionalista. Reconociendo la potencia transmisora de discursos e imágenes del cine y dentro de un clima de época internacional, el gobierno de Vargas desarrolló una política activa en relación a los medios de comunicación con una fuerte vocación pedagógica.

Las dificultades que presentaba el desarrollo del sector cinematográfico no se encontraban aisladas. Siguiendo las tesis de Boris Fausto y Luciano Martins, es pertinente destacar que los problemas correspondían a la industria a nivel general. Ambos autores argumentan contra la idea de que la llamada Revolución del '30 inaugurara un proyecto industrial estructural, aun cuando la nueva correlación de fuerzas y la situación económica hubieran llevado al crecimiento de las actividades del sector secundario de la economía (Fausto 2008:68 y 69).

El escenario argentino presentaba grandes diferencias. La década del treinta posibilitaba el desarrollo de una industria por sustitución de importaciones y la llegada de migrantes rurales a los grandes centros urbanos reconfiguraba la fisonomía urbana, al mismo tiempo que acrecentaba al mercado de masas que venía constituyéndose desde la década precedente. Con respecto a la industria cinematográfica, en la década del treinta, el cine se afianzaba como uno de los entretenimientos populares por excelencia. El costo de sus entradas era más bajo en comparación a otros consumos culturales, y además la novedad técnica del cine sonoro lo volvía más accesible para los sectores populares. La llegada del sistema Movietone hacia 1933 con los estrenos de *Tango!* y *Los tres berretines*, producidas por las flamantes Argentina Sono Film y Lumiton, puso en marcha un proyecto cinematográfico industrial sostenido en el país. En 1932 se rodaron solo 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 (Mateu 2008).

Su gran crecimiento se dio particularmente en la ciudad de Buenos Aires. En aquellos años, se registró un aumento en el número de locales de cines-teatros, pero no así en el de cinematógrafos. La *Revista de Estadística de la*

Municipalidad de Buenos Aires (1933:95-96), señalaba que esto se debía a la autorización municipal de representar números de varietés en los cines-teatros. En los años veinte el promedio de estos locales era de 19. Para los años 1931 y 1932, el número creció a 48, llegando a 53 en el año 1937, y manteniéndose estable el resto del período. En este sentido, este aumento de los cines-teatros gracias al género del varieté marca la persistencia de un modelo de entretenimiento popular donde coexisten diferentes lenguajes. Con respecto a los cinematógrafos, el promedio de la década es de 90 locales y más de 9 millones y medio de concurrentes. Aunque esto no se traduce directamente en un crecimiento del consumo de la industria del cine nacional, ya que en la exhibición convivían la producción argentina y extranjera, puede decirse que el aumento de la concurrencia y de la recaudación municipal por los derechos de espectáculos, donde el cine tenía el primer lugar —casi el 50% del total—, demuestran el fortalecimiento de su lugar como entretenimiento popular.

Se ha dicho que en esta década las industrias culturales no solo crecieron en escala, sino que, además, una de las novedades del período fue la consolidación de un proceso de convergencia industrial y del impulso de estrategias comerciales que favorecieron el desarrollo de un círculo virtuoso de consumo. El surgimiento de distintas emisoras radiales, la diversificación de los programas y emisiones, el desarrollo de un mercado editorial masivo, el crecimiento de la industria discográfica y la aparición de numerosas publicaciones destinadas al entretenimiento y a estas mismas industrias, implicaron cambios en el modo de producción y de consumo de los medios.

En el plano estatal, la llegada de los militares a la esfera estatal tras el golpe militar de 1930 y la creciente influencia política de la Iglesia, pusieron a la orden del día una legislación conservadora y de matriz católica. En este sentido, el Instituto Cinematográfico Argentino —cuya creación fue sancionada en 1933 pero recién decretaría su organización en 1936 y comenzaría sus funciones en 1938—, se limitó más bien a una función profiláctica y censora con respecto a los contenidos. Si bien a lo largo de la década, se sancionaron sobre todo a nivel municipal en la Ciudad de Buenos Aires ciertas leyes de estímulo y regulación del cine, durante estos años prevaleció un desarrollo independiente con relación al Estado de la industria cinematográfica. De todos modos, retomando las observaciones de Autran sobre la experiencia mexicana cuyo desarrollo industrial se vio favorecido por la acción del Estado, es preciso salir de la dicotomía libre empresa-intervención estatal para explorar la complejidad de los desarrollos industriales cinematográficos del período. Una de las

hipótesis del presente trabajo plantea que uno de los factores para el desarrollo de un modelo de producción exitoso para el cine y la conformación de un mercado de consumo para las industrias culturales en general, se encuentra sujeto a las estrategias de integración de los elementos de la cultura popular en la cultura de masas. Así, una revisión sobre las producciones fílmicas brasileñas de los años treinta permite observar la ausencia o «*branqueamento*» de la cultura popular afro-brasileña. En esta dirección, basta mencionar los numerosos filmes de carnaval que se presentan como populares y que construyen imágenes de lo popular y nacional para el Brasil de la época —en particular sobre la base de Rio de Janeiro—, a partir de un carnaval blanco y más bien de clase media. Una operación similar ocurre con la presencia de la cultura indígena brasileña. No solo en las películas del INCE, sino también en aquellas que Humberto Mauro realizó por fuera de él como *Argila* (1940) u *O descobrimento do Brasil* (1936), pueden observarse varios de los rasgos del ideario de Roquette Pinto, donde lo indígena es parte de la tradición nacional pero precisa de la tutela de los blancos. Como remarca Sheila Schvarzman, en términos de Gellner, estas imágenes recuperan el *volk* para reelaborarlo y devolverlo al pueblo para su consumo (2004).

Con respecto a las clases medias en Brasil, éstas se correspondían con un actor sumamente heterogéneo cuyo universo ideológico se hallaba ligado al de las elites. Luciano Martins (1983) señala que el proceso de modernización de Brasil se dio en el marco del mantenimiento de las bases oligárquicas locales y que con el Estado Nuevo se sentaron las bases de esa modernización, procurada por la misma elite, al mismo tiempo que se permitió que se estructurara un nuevo esquema de dominación política en las ciudades. La expansión del Estado y de la burocracia se tornó una pieza fundamental para la inclusión de estos nuevos actores en el aparato estatal. Un programa de medidas populistas fue de la mano de nuevos canales de movilidad que fueron abriéndose con la expansión y diversificación de las actividades industriales, que ampliaron la capacidad de acceso al mercado y, con certeza, fueron elementos importantes para la disolución de tensiones sociales. Este proceso de modernización conservadora tuvo como resultado la configuración de una serie de representaciones de la brasileñidad en el cine que la distanció de varios elementos de la cultura popular y forjó imágenes de sectores más bien medios o de elite de la cultura nacional.

Por otro lado, el cine argentino de los años treinta realizó una serie de operaciones que le permitió una «barrialización» de las imágenes de la

argentinidad, donde los verosímiles de ascenso social fueron sumamente recurrentes, al mismo tiempo que se transpolaron las viejas dicotomías campo-ciudad por barrio-centro dentro de las ciudades. En este caso, las representaciones del tango en el cine de la época, que como señalábamos anteriormente, estuvieron fuertemente vinculadas a las industrias culturales y en particular a la radio, funcionaron como un elemento de movilidad social de ascenso, mientras que en gran parte las del samba en los filmes de carnaval, operaron como un aglutinador de clase, en el que mayormente las clases altas disfrutaban del entretenimiento popular.

Por una cuestión de extensión, no se abordará un análisis formal de esos textos fílmicos, sino que se enfocará sobre las preguntas acerca de quiénes fueron estos protagonistas de la industria en ambos países y cuáles fueron sus discusiones y tentativas para sortear los obstáculos para la distribución y la conquista de mercados. Siguiendo las tesis de Schopenhauer por las que los *entrepreneurs* son agentes de innovación en el desarrollo económico, se analizarán las iniciativas de una de las principales figuras de la industria del cine brasileña: Adhemar Gonzaga, fundador de la Cinedia y *Cinearte*.

Esta última fue fundada en 1926. La revista se convirtió en una de las principales publicaciones especializadas, montó una sucursal en Sao Paulo y contó con un representante en Hollywood para estar al tanto de las últimas novedades. En 1930, Gonzaga fundó Cinedia, el primer estudio cinematográfico del país, y en 1933, instaló una oficina de publicidad orientada a la promoción de sus producciones.

Cinearte fue un ícono de la cultura de consumo del cine a la manera de Hollywood. Fue la revista más importante de divulgación y promoción de las estrellas del cine norteamericano.

A nivel internacional las revistas tuvieron una función muy importante en el delineamiento de nuevos hábitos de consumo, construyendo un consumidor cultural espectador-oyente-lector, así como también se constituyeron en una arena de debate sobre las cuestiones principales de la industria. Éstas cumplieron un papel esencial en la búsqueda de los rasgos de los cines nacionales y en las estrategias de promoción de las películas en un sistema de convergencia de medios. João Luiz Viera señala que

(...) No es difícil imaginar, en casa o en los descansos del trabajo del entonces elegante centro de Rio, a las muchachas y fanáticos del cine,

como Carmen Miranda y sus hermanas, viajando por las páginas de *Cinearte* e identificándose con el imaginario supuestamente sofisticado por el que circulaban astros y estrellas del cine. (Vieira 1999:38; la traducción es propia).

Sin embargo, la escala de este mercado editorial es mucho menor en comparación con la argentina. Es probable que esta diferencia haya estado vinculada a un menor nivel de alfabetización de la población brasileña que impidió el surgimiento de un público lector masivo.

Cinearte de a poco fue incorporando cada vez más noticias sobre el cine nacional en una sección especial para el cine brasileño, donde aparecieron editoriales que plantearon las problemáticas de la industria local. Como muchas de sus coetáneas argentinas, la revista adoptó una perspectiva industrial para el desarrollo de la cinematografía nacional. «(...) Cine es arte, pero antes de ser arte, es industria. Y no hay industria que prospere sin organización y sin capital» (*Cinearte* 1933:6).¹ Y en esta dirección, mantuvo una gran discusión en relación a las políticas públicas sobre el cine. En 1933, se realizó en el país el Convenio Cinematográfico Educativo con representantes del gobierno federal, de la Comisión de Censura del Ministerio de Educación, interventores, industriales del cine y educadores. La revista manifestó su preocupación con respecto al énfasis en el carácter educativo de dicho convenio, «Por más patriotas que sean los industriales de Films no quieren tirar su dinero por las ventanas» (*Cinearte* 1933:5). Aún cuando rescataba la importancia del carácter educativo del cine, en un país de 40 millones de habitantes con una ínfima parte alfabetizados concentrados en las grandes ciudades, y de las iniciativas estatales, en particular aquellas ligadas a las disposiciones de exhibición y facilidades aduaneras, Gonzaga y Behring insistían en la conformación de una industria del entretenimiento. En el primer número de 1935, Behring señalaba:

(...) Y pensamos que la nacionalización de la industria cinematográfica será el mejor medio, el más rápido y el más eficiente para la adquisición de ese conocimiento que nos falta. El Brasil es tan grande, tan variadas sus costumbres, tan diferentes los aspectos de la vida en las ciudades y en los campos, que un hijo del estado del norte se siente positivamente en un medio exótico cuando se mueve hacia el sur, y viceversa. La función

¹ Ésta y las siguientes citas son traducción propia.

patriótica del filme genuinamente nacional sería poner esos aspectos de la vida provinciana al alcance de todo brasileño... (*Cinearte* 1935:10).

Pero esto no podía llevarse adelante con «filmes naturales» sino que «Lo que el público requiere son filmes de acción, filmes de enredos»(*Cinearte* 1935:10). Schwarzman en su análisis sobre las imágenes cinematográficas del Brasil a partir de la figura de Humberto Mauro (2004), señala las diferentes perspectivas de empresarios como Gonzaga, Mauro y Roquette Pinto. Las declaraciones del fundador de la Cinedia y la correspondencia privada con Mauro, dan cuenta de su intención de desarrollar un cine brasileño a partir de un Brasil bonito, bien vestido, moderno, con rascacielos y con muchas fábricas.

Consecuente con esta postura, en 1934 Gonzaga tejió relaciones con Wallace Downey para la producción de *Allô, allô Brasil!*, que daría un gran impulso en la pantalla grande a la futura «bomba brasileña» Carmen Miranda y que se apoyaba en una estrategia de promoción a partir de las estrellas de la radio más populares del momento y su música. En este mismo número de *Cinearte*, se destacaba que prometía ser uno de los mejores filmes hablados con:

(...) un enredo leve, divertido con las mejores figuras de la Broadcasting de Rio como Carmen Miranda, Francisco Alves, Mario Reis, Custodio Mesquita, Muraro, Aurora Miranda, Barbosa Junior, Arnaldo Pescuma, y muchos otros, acompañados por las mejores orquestas y grupos musicales (*Cinearte* 1935:10).

Gonzaga ese mismo año había viajado a Buenos Aires donde encontró un modelo a seguir más próximo y posible que el de Hollywood. Arthur Autran en su trabajo también destaca la importancia de este viaje en la búsqueda de nuevos negocios. El autor señala que, si bien el mismo debe haber tenido diferentes motivaciones, la visita de Ramón Novarro por América del Sur fue lo que lo motivó a partir a Buenos Aires para cubrir para *Cinearte* el viaje del astro mexicano. Novarro había salido de los Estados Unidos junto con Carlos Borcosque —personalidad importante tanto del cine chileno como argentino—, y realizó presentaciones en Brasil, Uruguay y Argentina.

Tal como lo demuestra el archivo privado de los estudios Cinedia y el trabajo de Arthur Autran, Gonzaga en su pasaje por Buenos Aires buscó tejer relaciones con diferentes actores de la industria argentina, y uno de sus principales contactos fue con Carlos Pessano, director de la revista *Cinegraf* y futuro

director del Instituto Cinematográfico Argentino. No obstante, sus vínculos estuvieron más ligados a la publicidad del cine brasileño por medio de *Cinegraf* y de la indicación a Gilberto Souto para ser corresponsal en Hollywood de la revista argentina también (Autran 2013). El archivo personal de Gonzaga guarda una foto del 25 de abril de ese año de la llegada a Buenos Aires en el barco que venía de Río de Janeiro, en la que se encuentran además de Novarro y Gonzaga, Carlos Borcosque y Jaime Yankelevich. Es curioso que Gonzaga no haya consolidado lazos con ambos durante el viaje, sobre todo con Yankelevich, inventor de la radio comercial en la Argentina, director de *Antena* —una de las revistas del entretenimiento más populares del país— y que acababa de fundar la productora cinematográfica Río de la Plata. Éste se había convertido en una de las figuras fundamentales del modelo de producción de convergencia de medios en el país, cuya mirada sobre la industria estaba más vinculada al mercado que la de Carlos Pessano.²

Asimismo, según la investigación de Andrea Matallana, Jaime Yankelevich fue el gran responsable de la visita de Novarro a Buenos Aires y fue por él que viajó a Río de Janeiro junto a Chas de Cruz, director de la revista *Heraldo del Cinematografista*, su hijo Miguel, su esposa, Julio Korn, Ulyses Petit de Murat, Néstor Valle, entre otros. La llegada del astro mexicano fue un hito en la programación.

La emisora de Yankelevich junto a las revistas dedicadas al medio radial, como *Sintonía* y *La Canción Moderna*, detallaron todos los momentos de su visita, que culminó con el gran baile que la emisora ofreció en el Salón Prince George's Hall en el Conservatorio de Música de Buenos Aires para homenajear a los visitantes. Allí actuaron tres orquestas fundamentales de esos años: Canaro, Firpo y Don Dean. A juzgar por las impresiones dejadas en las publicaciones, la visita de Novarro fue inolvidable (Matallana 2013: 155).

No obstante, en el archivo personal de Gonzaga solo se registra una breve correspondencia con Pessano. Aquí entran en juego las contingencias de la historia de las trayectorias biográficas y las múltiples dimensiones de los sujetos históricos. Porque con Pessano lo que sí compartían era su erudición por el cine. En este sentido, también es importante remarcar que si bien la Cinedia encaraba proyectos comerciales, éstos en varias ocasiones terminaban financiando otros

² Para un análisis sobre la figura de Carlos Pessano, ver Spadaccini (2012).

filmes que eran alentados por interés puramente artístico, con otro tipo de temáticas y estéticas.

Lo cierto es que al año siguiente Cinedia abriría sus puertas a diferentes tentativas de incursionar en el mercado argentino de un modo algo curioso. Los antecedentes de esta iniciativa se retrotraen al periodo del cine mudo con el filme *A esposa do solteiro* de Benedetti Films de Paulo Benedetti y dirigida por Carlo Campogalliani en 1925.

Esta película fue filmada parte en Buenos Aires y exhibida primeramente allí. En una entrevista para *O cinema no Brasil* de Pedro Lima, Benedetti explicó que cerraron un acuerdo con Casa Valle y que también recibió el auxilio de un representante de Universal Films en Buenos Aires. Uno de los puntos recurrentes en las entrevistas dadas por Benedetti con motivo del estreno de este filme, es el cuestionamiento de la prensa brasileña por una nota en el diario *Critica* de Argentina que se refería al filme como una película argentina, hecho que el director desmintió completamente, explicando que el malentendido debía haberse producido por incompreensión del portugués por parte del periodista. Quizás esta fue la razón verdadera, o tal vez fue una estrategia publicitaria para la audiencia argentina (Cfr. *O cinema no Brasil* 1925: 12 y 13). Lo cierto es que la película y el viaje de Benedetti a Buenos Aires suscitaron interés por las condiciones de producción y la situación del cine en el país vecino. Benedetti expresó a la prensa brasileña que los estudios porteños estaban mejor equipados y preparados para hacer cualquier tipo de interior. No obstante, señaló las dificultades por los costos de pasajes y estadías al aumentar mucho el presupuesto de las producciones. Menciona que la película costó aproximadamente 160 *contos*. Asimismo, cuando le preguntan por futuros proyectos en Buenos Aires, agregó que él «(...) [lo cree] muy difícil, ya no soy un muchacho para hacer estos viajes y creo igualmente que sin salir de aquí podemos hacer nuestras producciones» (*O cinema no Brasil* 1925:13).

Benedetti fue una figura importante en estos primeros años de la industria, ya que para 1929, colaboró y alentó a Pedro Lima y Adhemar Gonzaga al rodaje de *Barro humano*, haciendo la fotografía de varias escenas. Esta fue la primera película de Gonzaga antes de la Cinedia —por eso la producción figura como Cinearte y Benedetti Films—. Quizás como consecuencia de los contactos que ya había realizado Benedetti en Argentina, la película logra ser exhibida allí con el título de *Los venenos sexuales* —donde al parecer se introdujeron más escenas de contenido erótico—, y en otros países de América del Sur y Portugal.

En relación a *A esposa do solteiro*, las críticas de prensa fueron en su mayoría positivas. *O dia* el 12 de septiembre de 1925 publicaba que «mostrando también los paisajes de Brasil y de Argentina, los progresos de Rio de Janeiro y Buenos Aires en sus construcciones modernas, tuvimos la grata satisfacción de ver una revelación artística».³ *Selecta* al año siguiente reforzaba la importancia del filme para el cine brasileño

(...) hagan pues, todos aquellos que aún nos juzgan incapaces de competir con las producciones extranjeras, un poco de patriotismo y no dejen de ver "A esposa do solteiro", auxiliando a nuestro cine y convenciéndose que muchas producciones americanas son inferiores, porque el trabajo de Benedetti Films honra cualquier industria de cine sin excepción del país que fuera (*Selecta* 1926:17).

No obstante, debía esperarse a 1935 para la llegada de las siguientes iniciativas de coproducción entre Argentina y Brasil, si bien durante el transcurso de esos años hubo contactos en términos de distribución de películas.

Por un lado, el 11 de marzo de 1935, Régia Film y Cinedia, con dirección y guión de Luiz de Barros, comenzaron el rodaje de *Carioca Maravilhosa*, protagonizada por el argentino Carlos Vivan y Nina Maria (figura 1 y 2). Este filme venía anunciándose desde el año anterior. El 26 de octubre de 1934 una nota en *Nacional* anunció que con el título de *Desfile carioca* —inicial nombre del mismo— «(...) veremos en breve una gran revista cinematográfica en preparación en los estudios Cinedia» con la importación de los Estados Unidos de «(...) gran cantidad de aparatos de filmación para talkies, carros de sonido, maquinaria apropiada para toma de escenas en estudio como reflectores, en fin todo lo que se precisa para hacer un filme sonoro». Se trataba de una comedia musical cuyo enredo se basaba en el romance entre un argentino llegado a Rio de Janeiro en busca de una novia para casarse y que termina enamorándose de una carioca que lo hechiza con diferentes episodios cómicos. Gran parte de las escenas fueron filmadas en el Cassino de Urca, donde Vivan ya se había presentado varias veces y había ganado cierta popularidad. Lamentablemente, la película no se ha conservado. Hace unos años, se halló un fragmento sin sonido que volvió a extraviarse. Según las notas sobre el filme la presencia de los números musicales combinaba el formato de la revista con el musical y contenía escenas en una radio donde aparecía el universo radiofónico de la

³*O dia*, 12 de septiembre de 1925, p. 12 y 13 (Acervo Cinemateca Brasileira).



Figura 1. Alba Lopes, Carlos Vivan, Mary Lopes e Grijó Sobrinho em *Carioca maravilhosa*, 1935

Dirigida por Luiz de Barros, proucida por Régia Film e Cinédia, [fotografía *50 anos de Cinédia*, Alice Gonzaga]



Figura 2. Carlos Vivan (o argentino), Nina Maria e Pedros Dias, em *Carioca maravilhosa*, 1935

Dirigida por Luiz de Barros, proucida por Régia Film e Cinédia, [fotografía *50 anos de Cinédia*, Alice Gonzaga].

época. Con respecto a la configuración de imágenes de la ciudad y de la brasileñidad, éstas también permitieron presentar «lo carioca» y «lo brasileño», a partir de escenarios menos populares, más ligados a la clase media alta, como el barrio de Gavea y el turf como espacio de recreación deportivo y al aire libre.

La película finalmente se estrenó en Rio de Janeiro el 11 de junio de 1936, pero un año antes, en el mes de junio de 1935, se exhibió en Buenos Aires en honor a la visita de Getulio Vargas a dicha ciudad. Es destacable que en la foto de una nota de un diario conservada por Gonzaga del día 24 de mayo de 1935 sobre la exhibición del filme en la capital argentina, se encuentra junto a Luiz de Barros y Sebastião Santos —director y productor—, Carmen Miranda que no había tenido participación alguna en la película, pero era una de las figuras más importantes del sistema de estrellas brasileño. En este sentido, puede vincularse su presencia a la promoción del cine brasileño en general. La película llegaba a Buenos Aires con las mejores recomendaciones de la Embajada argentina y con apreciaciones honrosas por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil. Este mismo periódico la promocionó como un ejemplo representativo de los intercambios entre ambos países:

(...) En su delicioso enredo, Carioca Maravilhosa envuelve, a través de un episodio de amor, la vieja amistad entre los dos grandes países sudamericanos, y por su forma técnica y artística fue considerada como

perfectamente representativa del cine brasileño ante el público argentino (*Nacional* 1934).

No obstante, esta iniciativa no era la única. Paralelamente, en los mismos estudios y laboratorios de Cinedia, la compañía Uiara Films de Caio Brant contrató a Enrique Cadícamo para dirigir el filme *Noites Cariocas*. El estreno, a diferencia de la película anterior, fue unos meses después en la sala Broadway de Rio de Janeiro, en el mes de septiembre de 1935. A partir de allí, la película transitó en un circuito de distribución a cargo de la Distribuidora de Filmes Brasileiros hasta llegar al año siguiente a São Paulo, Curitiba y Buenos Aires bajo el título de *Noches cariocas*, en donde se exhibió en salas de segunda línea como la Astral y la American Palace.

Se trató de una comedia musical que tomaba todos los elementos del teatro de revista con un guión de Cadícamo, Luis Iglesias y Jardel Jércolis. También contaba con la actuación de Carlos Viván, *o mocinho cantor argentino*, junto a la presencia de María Luisa Palomero «la morena», y artistas brasileños bastante conocidos como Lúdia Silva «la rubia», Mesquitinha, Oscarito, Grande Otelo y la presencia de la famosa Compañía Jardel Jércolis (figura 3). La presencia de Viván en el filme fue utilizada en la promoción de *Carioca Maravilhosa*, dado que este último se estrenó finalmente un año después. El filme se presentó como brasileño-argentino, con la colaboración de elementos técnicos y artísticos argentinos. Además de Viván y Cadícamo, María Luisa Palomero y Carlos Perelli ya trabajaban en el cine argentino. La película tenía diálogos en portugués y en español con leyendas explicativas en portugués y la música, presentaba una mixtura de canciones argentinas y brasileñas como el tango *Mis noches de champagne* interpretado por Carlos Viván, y *Jardineiro do amor* de Custódio Mezquita e Ivo Zeca e interpretado por Lourdinha Bittencourt (figuras 4 y 5).

La película reunía muchos elementos de las recetas de éxito de los filmes de la época. Un musical con sistema de estrellas transnacional, con un repertorio musical que pretendía trascender las fronteras nacionales, con estrategias de promoción por parte de las revistas más populares del momento por medio de reportajes a los artistas implicados y notas sobre el «*back stage*» de la película, y una presentación de la ciudad de Rio de Janeiro a través del samba y las playas de Copacabana, que se inscribían en los patrones de las imágenes de las producciones de la época. En este sentido, la crítica de Pedro Lima para *O cruzeiro*, afirmaba que «(...) será así, la primera película después de *Allô, allô*



Figura 3. Carlos Vivan e as “girls” de Jardel no Teatro Joao Caetano, em *Noites Cariocas*, 1935
Dirigida por Enrique Cadícamo produzida por Uiara Film [fotografia 50 anos de Cinedia, Alice Gonzaga]



Figura 4. Custódio Mesquita Enrique Cadícamo e Carlos Vivan, em *Noites Cariocas*, 1935[fotografia 50 anos de Cinedia, Alice Gonzaga]



Figura 5. Eduardo Arouca e Oscarito, em *Noites Cariocas*, 1935
Dirigida por Enrique Cadícamo, produzida por Uiara Film [fotografia 50 anos de Cinedia, Alice Gonzaga]

Brasil! que dará a los fans la esperanza del renacimiento del cine nacional». ⁴ Sin embargo, gran parte de la crítica no fue favorable a la película, sobre todo en la Argentina. Uno de los periódicos hallados en el archivo personal de Gonzaga del 7 de enero de 1936 señalaba que la película

(...) no pasa de ser la producción de un mal aficionado. Un argumento sin ilación alguna, una dirección inexistente, mala fotografía y pésimo maquillaje, son los resultados de este ensayo que bien quisiéramos juzgar con mayor benevolencia. (...) No sabemos con los elementos con que contó Enrique Cadícamo para realizar este filme. Lo que sabemos, pues a la vista está, es que sus condiciones de director distan mucho de lo deseable. ⁵

Si en la crítica argentina uno de los principales puntos negativos ha estado en la calidad cinematográfica del filme, en Brasil además se criticaba su no brasileñidad, su distancia con la realidad nacional y más aún con la carioca.

(...) El enredo, el idioma de los artistas son argentinos, solo secundados por una Lodia Silva aprovechable y por un Mesquitinha en un lugar poco común y constreñido en un ambiente hostil, sin el mismo calor comunicativo, sin la misma gracia exuberante de las producciones anteriores. Siendo el castellano la lengua más hablada, vemos un filme brasileño traducido para que a lo mejor lo podamos entender. ⁶

Esta falta de rasgos nacionales sólo se salvaba con las imágenes del paisaje de Rio de Janeiro, que contribuía a la promoción de la ciudad para el turismo.

Correio da Noite el 23 de mayo de 1935 antes del estreno de la película, auguraba una exitosa carrera para la productora de Caio Brant. Pero no fue así, esa fue su primera y última película. Quizás, se haya debido a que el filme no cumplía con las expectativas de la producción, aunque por otro lado, también es preciso apuntar que Brant no pertenecía al rubro cinematográfico, sino que era un hombre de dinero que, como tantos otros en la época, se arrojaba a la aventura de realizar una película por puro placer y moda. Arthur Autran también señala la importancia de observar los recorridos profesionales de los empresarios brasileños en comparación con los argentinos a la hora de analizar

⁴ Nota de Pedro Lima para *O cruzeiro*, sin fecha (Archivo Cinedia).

⁵ Nota de prensa, sin fecha (Archivo Cinedia).

⁶ Nota de prensa "A nota", 10 de septiembre de 1935 (Archivo Cinedia).

los resultados de sus producciones.⁷ En este sentido, se señala que mientras hombres como Ángel Mentasti o los fundadores de Lumiton en los años veinte habían estado envueltos en la distribución cinematográfica o la industria radiofónica, en el caso brasileño pertenecían a la crítica del cine o bien a otras actividades completamente ajenas. Esta diferencia en los itinerarios profesionales es interesante, mas por otra parte es importante señalar que el *know how* y el *expertise* de estos pioneros de la industria del sonoro tuvo como modelo a las estrategias comerciales y modelos de negocios que proponía Hollywood. En este sentido, podríamos preguntarnos más bien cuáles fueron los factores que impidieron un desarrollo masivo de fórmulas locales en el Brasil para su mercado nacional y para sus iniciativas de exportación. Al comparar los números de producción, desde 1933 el Brasil tiene una media de ocho a diez filmes por año hasta la década del cuarenta, mientras que los números argentinos crecen sostenidamente. De las seis películas que se rodaron en 1933, en 1935, el rodaje creció a 13, 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 (Mateu 2008).

Como se señalaba anteriormente, resulta curioso que Gonzaga haya alentado la producción de dos películas muy similares casi al mismo tiempo. Las notas del laboratorio de Cinedia y su cuaderno personal muestran que él llevaba registro de todos los detalles de ambas producciones. Podría pensarse que esperaba un relativo éxito de *Noites cariocas* que diera a Vivan reconocimiento en un sistema de estrellas transnacional, así al año siguiente estrenar *Carioca Maravilhosa* con profesionales reconocidos en el país como Luiz de Barros y Edgar Brasil. En este aspecto, también es destacable el uso de estrategias, como la mencionada exhibición en Buenos Aires, de la mano de una comitiva oficial por la visita de Vargas, pero que también llegaba con el cliché cinematográfico brasileño, Carmen Miranda.

Con más o menos aciertos, de todos modos, puede afirmarse que, a partir de 1934, en ambos países creció la inquietud por realizar iniciativas conjuntas, por parte de diferentes actores de la industria, ya fueran grandes empresas o productoras independientes que duraron poco tiempo en el mercado. Por una cuestión de extensión no es posible abordar el análisis de sus condiciones de producción y sus estrategias de promoción, pero en esta misma dirección son

⁷ Cfr. "Sonhos industriais: o cinema de estúdio no Brasil e Argentina - 1930-1955", conferencia de Arthur Autran (Niterói RJ, IACS-UFF, 28 de abril de 2014).

destacables también *O grito da mocidade* en 1937 de Raúl Roulien, estrenada en la Argentina como *El grito de la juventud* y otro proyecto de Régia Films y SIFAL, la productora independiente argentina fundada por los directores Luis Saslavsky y Alberto de Zavalía, que procuraba ir más allá al realizar coproducciones. El periódico *A noite* el 17 de junio de 1935 publicó un artículo con el título "Um novo film argentino-brasileiro", allí se anunciaba esta película que sería dirigida por Luis Saslavsky con el nombre de *Primavera no Rio*.

(Luis Saslavsky) Ahora, con el ejemplo de lo que ha hecho Enrique Cadícamo, realizador de "Virgencita de Pompeya", que está rodando "Noites Cariocas" en esta capital con artistas argentinos y brasileños, va a hacer también una película con colaboración de Régia Films, de aquí, filmada mitad en Rio, mitad en Buenos Aires. El título del filme será "Primavera no Rio". En su elenco figurarán Maria Nils e Ivar Novaes, actriz y actor que son considerados verdaderas revelaciones. Ya comenzó en Buenos Aires el rodaje de "Primavera no Rio", cuya presentación será realizada en los dos países con el consorcio de Sifal y Regia Films (*A Noite*, 1935).

Si bien, no hay registros de que haya llegado a terminarse esta película, es interesante destacar que buscaba ir más allá de la incorporación de elementos técnicos y artísticos del otro país, para pensar un plan de realización y producción que involucraba productoras de los dos países.

Consideraciones finales

Por una cuestión de extensión, no se abordaron en este trabajo las iniciativas que se dieron en el campo de la distribución regional, sin embargo mencionaremos algunos aspectos, a modo de cierre, para colocar a estascoproducciones en este marco general.

Desde sus primeros años, la publicación argentina *Heraldo del Cinematografista*, criticó la posición en el mercado de las productoras norteamericanas, prácticamente dueñas del mismo. Tal como señala Autran, en muchas ocasiones estas distribuidoras ni siquiera presentaban a las películas argentinas como tales, así sucedió por ejemplo con el estreno de *Radio Bar* en Brasil por parte de la Paramount. La revista de Chas de Cruz buscó formar una posición que articulase a la industria, informando y polemizando sobre los diferentes proyectos y leyes que se presentaron en esos años. Así, se buscaba alentar la

participación del gremio exhibidor y la presencia de los actores de la industria en la toma de estas decisiones y una política proteccionista para el cine.

Cine Argentino fue otra de las publicaciones que se propuso pensar la política comercial del cine. Ángel Díaz, su director como hombre de negocios se preocupó por las posibilidades comerciales del cine argentino, y en esa dirección, a fines del año 1938 promovió reuniones, entrevistas y encuestas a encargados diplomáticos de América Latina y productores de los principales estudios del país. El tema de la «expansión de nuestro cine» para esta revista tuvo una importante relevancia. Durante varios números publicó estas entrevistas y estadísticas sobre la situación del cine argentino en los mercados extranjeros, señalando como principal problema la atomización de la distribución en el exterior. En sus páginas afirma que:

(...) La falla estriba en que nuestros productores, en lugar de unir sus esfuerzos para la conquista del mercado exterior, cuya primicia nadie le discute en mérito a la calidad de sus films, continúan ofertando aisladamente los mismos y siguen la línea del menor esfuerzo que consiste en aceptar las ofertas de las distribuidoras locales de cada país que, naturalmente, se reducen al mínimo posible (*Cine Argentino* 1938b:3).

Si bien reconoce las dificultades económicas y el bajo grado de desarrollo de la industria argentina como para afrontar la instalación de distribuidoras en el exterior como las empresas norteamericanas, resalta la estrategia mexicana por la cual crearon un mecanismo central encargado de colocar los filmes sobre la base de un estudio de mercado. En la conversación con el Encargado de Negocios de México en la Argentina, éste explica que una de las principales tareas que tiene América Latina es conocerse mejor, «(...) apuntamos realizar un ensayo de sociología. ¿Sociología comercial? ¿Y por qué no? (...) América tiene un enemigo. Un enemigo público número uno: el aislamiento local...» (*Cine Argentino* 1938c:7).

Asimismo, el problema de la distribución no solo implicaba la problemática sobre los circuitos de circulación y exhibición y las relaciones de fuerza en el mercado, sino también incorporaba una nueva dimensión a la discusión existente sobre los temas que debía tratar el cine nacional. Hacia finales de la década del treinta, a través de las revistas y las declaraciones de directores, productores y críticos, se percibía un clima de agotamiento de las narrativas ligadas al tango y al arrabal porteño.

Uno de los primeros en reclamar esta cuestión fue Carlos Pessano desde *Cinegraf*, aunque por motivos «morales», más que económicos. Su postura marcaba claramente que el valor artístico del cine debía seguir la senda del tradicionalismo cultural. En esta dirección, desde la revista se inició una importante campaña para la trasposición de textos canonizados de la literatura al cine con el fin de levantar la calidad de las películas en cuanto a sus argumentos (*Cinegraf* 1934:15). Reclamaba trasposiciones de novelas de Benito Lynch, Hugo Wast, Manuel Gálvez, entre otros.

Un análisis de la legislación cultural de la década del treinta manifiesta la intención moralizante y educativa de las leyes nacionales y las ordenanzas municipales de la ciudad de Buenos Aires. Desde las ordenanzas para la creación del Teatro Popular, para proporcionar al pueblo diversiones gratuitas sobre la «base de espectáculos moralizantes y educativos», la creación de una Orquesta Popular Municipal de Arte Folklórico, hasta los premios a obras teatrales y novelas «de alto nivel artístico y cultural», el espíritu de la época buscó establecer una fuerte censura a todo espectáculo que «por su lenguaje, acciones o argumentos sean ofensivos a la moral y las buenas costumbres».⁸

Es importante señalar que durante estos años, el Estado orientó hacia el ámbito rural los cánones culturales nacionales. La figura del gaucho se «beatificó» y en 1939 se sancionó el 10 de noviembre como el Día de la Tradición en homenaje a José Hernández autor de *Martín Fierro*, reforzando, de esta manera, el universo de la pampa y del folklore para la constitución de los valores nacionales. Alejandro Eujanián y Alejandro Cattaruzza plantean que hasta esta década, el Estado se encontraba relativamente ajeno a la exaltación gauchesca, pero que hacia mediados del decenio se produce un nuevo consenso entre diversas tradiciones culturales, políticas e ideológicas que asociaron al gaucho con la nacionalidad, ya que la mayoría de estas leyes fueron votadas por unanimidad. Los autores remarcan de modo sumamente interesante que tanto la izquierda socialista o comunista, como la derecha católica y cultural, se apropiaron de esta figura y produjeron diversas lecturas del *Martín Fierro*, incluso más allá de los círculos intelectuales y del público culto. El gaucho se

⁸ Ordenanza S 9-XII-910, art. 198. «Queda prohibido en los teatros, cafés cantantes, cinematógrafos, gabinetes ópticos y demás espectáculos públicos, la representación de toda obra o exhibición de cintas y vistas, que por su lenguaje, acciones o argumentos sean ofensivos a la moral o a las buenas costumbres...».

transformaba en una de las claves de la definición de la tradición nacional. (Cattaruzza y Eujanián 2003).

Sin embargo, por otro lado, para estos años, toda una camada de poetas y escritores —como Ulyses Petit de Murat, Homero Manzi, Enrique Santos Discépolo, entre otros— se lanzaron a la escritura de guiones y argumentos cinematográficos que buscaron elevar culturalmente los contenidos de los filmes nacionales, con exitosos resultados en la mayoría de los casos.

Asimismo, un relevamiento sobre las transposiciones cinematográficas realizado en conjunto con la Dra. Clara Kriger y Alejandro Kelly Hopfenblatt demuestra que el número de adaptaciones de obras teatrales y literarias argentinas, latinoamericanas y europeas era sumamente importante para este período.

En esta dirección, la revista dirigida por Díaz señalaba la importancia de superar una producción localista. El 26 de mayo de 1938 publicaba una nota titulada «¿Ambiente local o clima internacional?» La misma trataba sobre las declaraciones de Arturo Mom y Enrique Susini sobre las temáticas de los filmes argentinos y el mercado extranjero. Mom afirmaba que debían hacerse películas de clase internacional y no tan localistas, que las hacían incomprensibles para otros públicos. Indicaba la «(...) conveniencia de no encerrarnos en el círculo vicioso de las concepciones, más que argentinas, puramente porteñas, que marcaron la primera época del cine hablado local (...)». Mientras que Susini sostenía la posición contraria. Defendía el culto a lo vernáculo, y cuanto más acentuado, mejor. Por su parte la línea editorial de la publicación agregaba que el público argentino no estaba limitado a un gusto solo de lo local y que «(...) debe primar en las películas hechas por nuestro estudios un sentimiento argentinista definido, pero que el mismo no debe revestir las formas rígidas del costumbrismo, que son las que borran esa condición particular y valiosa del cine: la universalidad» (*Cine Argentino* 1938a:3). Si bien este trabajo se enfocó sobre producciones que tuvieron principalmente una mala recepción por parte de la crítica y de la industria argentina y brasileña, como se señaló en la introducción, su análisis cobra importancia a la hora de indagar sobre las características de los primeros intercambios entre ambas cinematografías y sobre el campo de la distribución de cine en los dos países.

Noites cariocas no logró alcanzar sus objetivos de conquista del mercado del país hermano aunque buscó seguir al pie de la letra las recetas de éxito que desde los primeros años del sonoro Hollywood había mostrado a los

profesionales latinoamericanos. Entonces, cabe la pregunta, ¿por qué no tuvo éxito? En este sentido, podría pensarse que llegó tarde a su tiempo.


Por un lado, *Noites cariocas* no contaba con el desarrollo técnico que el cine extranjero mostraba y su elenco binacional no era demasiado popular en la Argentina, ni Carlos Vivan ni María Luisa Palomero eran figuras demasiado conocidas en Argentina. Asimismo, para el mercado local tampoco cumplía con el delineamiento de imágenes de lo brasileño. Así fue que terminó convirtiéndose en un híbrido que no representaba a ninguna de las dos culturas.

De todos modos, estas iniciativas por parte de los empresarios dan cuenta del complejo y agitado tránsito de películas y personas, —artistas, directores y productores—, en la conformación de un entramado de consumos culturales transnacional de cuño sudamericano en la primera década del cine sonoro. Un análisis sobre los estrenos de filmes brasileños y argentinos en el país vecino también da cuenta de los contactos entre ambas cinematografías. Para la época, el Brasil tenía escasos contactos con el resto de las producciones de los países de la región, es por ello que puede decirse que el cine argentino es uno de los más influyentes en este periodo. Esto seguramente esté relacionado con la presencia del tango en Rio de Janeiro a través de la actuación de artistas en los diferentes casinos, ya que el intercambio a nivel de la música y del *vaudeville* es mucho más importante que en el mercado editorial o cinematográfico.

No obstante, estas primeras empresas son las que prepararon el terreno para los acuerdos de la década del cincuenta donde los intercambios serán mucho más fluidos. En agosto de 1951, el periódico *Folha da Noite* de São Paulo, anunciaba un convenio entre la UCB y la Empresa Cinematográfica Interamericana de Buenos Aires para la distribución recíproca de material y coproducciones. Jaime Weremkraut el supervisor en Brasil de Interamericana resaltaba que «(...) más allá del éxito de la música, de los artistas y la literatura brasileña, el cine no tiene difusión en la Argentina». El paquete de filmes argentinos estuvo compuesto por *Danza en el fuego* (Daniel Tinayre, 1949), *El seductor* (Luis Bayon Herrera, 1950, con actuación de Sandrini), *Apenas un delincuente* (Hugo Fregonese, 1949), *El barco sin pescador* (Mario Soffici, 1950 con guion de Alejandro Casona); y la primera película brasileña fue *Carnaval no fogo* (Watson Macedo, 1949).

Al año siguiente también se firmó otro acuerdo entre Argentina Sono Film por medio de su distribuidora brasileña —Depaf, Distribuidora y Productora Americana de Filmes— y Atlântida Produtora Cinematográfica, con planes de

hacer coproducciones. Durante la estadía de Atilio Mentasti, los dirigentes de ambas empresas llegaron a un acuerdo para comenzar una producción en Brasil con proyección internacional. En la misma participaron técnicos y artistas de Brasil y Argentina.

Hacia fines de la década del cuarenta e inicios de los años cincuenta, empresarios de la Argentina con otro tipo de visión comercial, comienzan a interesarse cada vez más por el mercado brasileño. Pero ésta ya es otra historia. 

REFERENCIAS

- AMANCIO Antonio Carlos (org.)
2014 *Argentina-Brasil no cinema: diálogos*, Niterói: Editora da UFF.
- AUTRAN Arthur
2013 "Contatos imediatos Brasil e Argentina: Adhemar Gonzaga em Buenos Aires", *Siginificação*, [on line], 40, 40: 13-28, [citado el 12-09-14], disponible en: <<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/71669/74786>>, ISSN 2316-7114.
- CATTARUZA Alejandro, EUJANIÁN Alejandro
2003 «Héroes patricios y gauchos rebeldes. Tradiciones en pugna», en *Políticas de la Historia Argentina 1860-1960*, Buenos Aires: Alianza Editorial, p. 217-262.
- COUSELO Jorge
1977 «El tango en el cine», en *La historia del tango. Tomo 8 «El tango en el espectáculo (1)»*, Buenos Aires: Ediciones Corregidor.
- ELENA Alberto y DÍAZ LÓPEZ Marina
2003 *The cinema of Latin America*, London: Wallflower.
- FAUSTO Boris
2008 *A revolução de 1930. Historiografia e historia*. Sao Paulo: Companhia das Letras.
- GONZAGA Alice
1987 *50 anos de Cinedia*, Río de Janeiro: Record.
- KRIGER Clara
2014 «Estudios sobre cine clásico en Argentina: de la perspectiva nacional a la comparada», *AdVersuS* [en línea], XI, 26: 133-50, [citado 20/09/14], disponible en: <<http://www.adversus.org/indice/nro-26/dossier/XI2609.pdf>>, ISSN 1669-7588
- LÓPEZ Ana M.
2003 "‘Train of Shadows’. Early Cinema and Modernity in Latin America" in SHOHAT Ella & STAM Robert (eds.), *Multiculturalism, postcoloniality, and transnational media*, Nueva Jersey: Rutgers, The State University, p.99-218.

- MARTINS Luciano
 1983 "A revolução de 1930 e seu significado político" en *CPDOC/FGV A revolução de 1930: seminário internacional*, Brasília : Ed. UnB, p. 669-89.
- MATALLANA Andrea
 2013 «Inventando la radio comercial: apuntes para una biografía de Jaime Yankelevich», *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados (RIIM)*, 58: 147-66.
- MATEU Cristina
 2008 «La producción cinematográfica en un país dependiente. Desarrollo cinematográfico argentino en las décadas del 30 y 40» [ponencia], en *XXI Jornadas de Historia Económica*, Asociación Argentina de Historia Económica, Universidad Nacional de Tres de Febrero, 23 al 26 de septiembre de 2008.
- MENDONÇA Ana
 2000 «Industria cultural y modernidad», *Archivos de la Filmoteca. Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen*, 36:80-97.
- OROZ Silvia
 1995 *Melodrama. El cine de las lágrimas en América Latina*. México DF: UNAM.
- PARANAGUÁ Paulo
 2000 *Le cinéma en Amérique Latine: le miroir éclaté. Historiographie et comparatisme*, París: L'Harmattan.
- SCHVARZMAN Sheila
 2004 *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*, São Paulo: Editora UNESP.
- SPADACCINI Silvana
 2012 «Carlos Alberto Pessano, de la opinión a la gestión», *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, 5, [citado el 12-09-14], disponible en:
http://www.asaeca.org/imagofagia/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=202%3Acarlos-alberto-pessano-de-la-opinion-a-la-gestion-&catid=44&Itemid=112, ISSN 1852-9550.
- VIEIRA Joao Luiz
 1999 "Brasil-Hollywood. Carmen Miranda, *the Brazilian Bombshell*", *Archivos de la Filmoteca*, 31: 36-47.

BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- ANDERSON Benedict
 (1993) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México: FCE.
- AUTRAN Arthur
 2013 *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro*, São Paulo: HUCITEC.
- DE LA VEGA ALFARO Eduardo y ELENA Alberto (Eds.),
 2009 *Abismos de pasión: una historia de las relaciones cinematográficas hispano-mexicanas*. Madrid: Filmoteca Española.
- D'LUGO Marvin
 2007 «Gardel, el film hispano y la construcción de la identidad auditiva» en SEQUIN Jean-Claude y BERTHIER Nancy (coord.), *Cine, Nación(es) y nacionalidades(es) en España*, Madrid: Casa de Velázquez, p. 147-64.

- DI NUBILA Domingo
1959/60. *Historia del cine argentino. Tomos I y II*, Buenos Aires: Edición Cruz de Malta.
- ESPAÑA Claudio (dir.)
2000 *Cine argentino industria y clasicismo 1933-1956*, Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- ESPAÑA Claudio y MANETTI Ricardo
1999 «El cine argentino, una estética especular: del origen a los esquemas», en BURUCÚA José Emilio (dir.), *Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política*, vol. II., Buenos Aires: Sudamericana, 279-309.
- GARRAMUÑO Florencia
2007 *Modernidades primitivas. Tango, samba y nación*, Buenos Aires: FCE.
- HILMES Michele
1990 *Hollywood and broadcasting: from radio to cable*, Illinois: University of Illinois Press.
- HOBSBAWN Eric
(1999) *Gente poco corriente. Resistencia, rebelión y jazz*, Barcelona: Crítica.
- KARUSH Matthew
2007 "The Melodramatic Nation: Integration and Polarization in the Argentine Cinema of the 1930s", *Hispanic American Historical Review*, 87, 2:293-326.
2012 *Culture of class. Radio and cinema in the making of a divided Argentina, 1920-1946*. Durham and London: Duke University Press.
- KOHEN Héctor
2000 «Estudios San Miguel: ruletas, películas y política», en ESPAÑA Claudio (dir.). *Cine argentino industria y clasicismo 1933-1956*, Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes, p. 336-85.
- KRIGER Clara
2002 «Cinegraf y su relación con el cine nacional», en *V Jornadas Estudios e Investigaciones. Instituto de Teoría e Historia del Arte «Julio E. Payró»*, Buenos Aires: FFyL, UBA, p. 191-201.
2009 *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- KRIGER Clara (dir.)
2003 *Páginas de cine*, Buenos Aires: Archivo General de la Nación, República Argentina.
- KRIGER Clara, MARANGHELLO César
1999 «El cine argentino y su aporte a la identidad nacional» en AAVV, *El cine argentino y su aporte a la identidad nacional*. Buenos Aires: Faiga.
- MATALLANA Andrea
2006 *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*, Buenos Aires: Prometeo Libros.
- MENDONÇA Ana
1999 *Carmen Miranda foi a Washington*, Río de Janeiro: Record.
- PALADINO Diana
2002 «El cine en dos por cuatro (en la primera mitad del siglo XX)», *Revista Archivos de Filmoteca. Generaliat Valenciana*, 41: 56-69.

1999 «Libertad Lamarque, la reina de la lágrima», *Revista Archivos de Filmoteca. Generaliat Valenciana*, 31: 60-75.

PARANAGUÁ Paulo

2000 "Cabral, Tordesillas & Cía.", en *Archivos de la Filmoteca*, octubre, 36: 4-17.

VIANY Alex

1993 *Introdução ao Cinema Brasileiro*. Rio de Janeiro: Revan.

VIEIRA Joao Luiz

1991 "El marketing del deseo" em *Quase Catálogo 3, Estrelas do Cinema Mudo Brasil 1908-1930*, Rio de Janeiro: CIEC, Escola de Comunicação UFRJ y Museu da Imagem e do Som.

FUENTES:

A noite

1935 "Um novo film argentino-brasileiro", 17 de junio de 1935.

Cinearte

1933 VIII, 360, 1 de febrero, p. 5 y 6.

1935 X, 406, 1 de enero, p 10.

Cinegraf

1934 «Situación de nuestro cinematógrafo», junio,-III, 27, p. 15.

Cine Argentino

1938a «¿Ambiente local o clima internacional?», I, 3, 26 de mayo, p. 3.

1938b I, 33, 22 de diciembre, p. 3.

1938c I, 34, 29 de diciembre, p 7.

Folha da Noite

1951 30 de agosto de 1951 (Acervo Cinemateca Brasileira).

Nacional

1934 26 de octubre de 1934 (Archivo Cinedia, Rio de Janeiro).

O cinema no Brasil

1925 11 de Julio, p. 12 y 13 (Acervo Cinemateca Brasileira).

O dia

1925 12 de septiembre, p 12 y 13 (Acervo Cinemateca Brasileira).

Revista de Estadística de la Municipalidad de Buenos Aires

1993

Selecta

1926 31 de marzo, p.17 (Acervo Cinemateca Brasileira).

ARCHIVOS:

Cinedia (Río de Janeiro).

Cinemateca Brasileira (São Paulo).

