

De la radio al cine y del cine a la radio. Conexiones y circulaciones en el mercado de entretenimientos argentino de la década de 1930

Paula Martínez Almudevar*

Resumen: El presente artículo se pregunta por las conexiones establecidas entre radio y cine en el mercado de entretenimientos porteño de la década de 1930. Para eso, se exploran tres dimensiones de este proceso. En primer lugar, a través de los programas radiales, y los magazines, se analizarán ciertas apropiaciones y adaptaciones que la radio ha hecho del cine y viceversa. En segundo lugar, se indaga en la circulación de artistas y de público que esa conexión hizo posible. En particular, la reconfiguración de los antiguos edificios radiales con la incorporación de nuevos auditorios con capacidad para el público permite observar este proceso en su espacialidad. Finalmente, se explora el caso de un producto específico, el radioteatro “Radio-Cine Lux”, que a su vez era auspiciado por el jabón marca Lux. Es así que proponemos pensar en el impacto que dichas interacciones tuvieron en nuevas prácticas y nuevas formas de consumo cultural.

Palabras clave: radio, cine, consumo, mercado de entretenimientos, Argentina.

Do rádio ao cinema e do cinema ao rádio. Conexões e circulações no mercado de entretenimento argentino dos anos 1930

Resumo: Este artigo indaga sobre as conexões estabelecidas entre o rádio e o cinema no mercado de entretenimento de Buenos Aires dos anos 1930. Para tanto, são exploradas três dimensões desse processo. Em primeiro lugar, através dos programas de rádio e revistas, serão analisadas certas apropriações e adaptações que o rádio tem feito do cinema e vice-versa. Em segundo lugar, investiga a circulação de artistas e o público que essa conexão tornou possível. Em particular, a reconfiguração dos antigos edifícios de rádio com a incorporação de novos auditórios com capacidade para o público permite-nos observar este processo na sua espacialidade. Por fim, é explorado o caso de um produto específico, o drama radiofônico “Radio-Cine Lux”, que por sua vez contou com o patrocínio da marca de sabonetes Lux. Assim, nos propomos a pensar sobre o impacto que essas interações tiveram sobre novas práticas e novas formas de consumo cultural.

Palavras-chave: rádio, cinema, consumo, mercado de entretenimento, Argentina.

From radio to cinema and from cinema to radio. Connections and circulations in the Argentine entertainment market of the 1930s

Abstract: This article explores three features of the interconnection between radio and cinema in the Buenos Aires entertainment market of the 1930s. First, based on magazines and radio programs, the two-way appropriations and adaptations between radio and cinema. Second, the circulation of artists and audiences made possible by the reconfiguration of the old radio buildings to create auditoriums with ample audience capacity. Third, the exploration of the case study of a specific product, the radio drama “Radio-Cine Lux”, sponsored by the Lux brand soap. In sum, the article focuses on the impact of the above interactions on new practices and forms of cultural consumption.

Key words: radio, cinema, consumption, entertainment market, Argentina.

Fecha de recepción: 26/11/2020

Fecha de aceptación: 15/03/2021

Introducción

¡No me digas, che...!

—Que la novela radiofónica “Aventuras de Carlos Norton” va a ser filmada por una productora nacional.

—Que de esta manera, aunque en pequeñísima escala, el cine se toma la revancha y comienza a tomar de la radio una milésima parte de lo que la “radio” le “toma” al cine.¹

En agosto de 1934, la sección “Radio” del *magazine* ilustrado *Caras y Caretas* informaba a sus lectores que uno de los famosos radioteatros de la época iba a ser producido para la pantalla grande, cobrándose así el cine una parte de lo que la radio tomaba de él. Pero además dejaba ver que desde muy temprano la radio y el cine habían tejido relaciones —según la revista algo desiguales— entre sí. Es por ello que nos preguntamos si esa supuesta victoria para la cinematografía era tal. ¿Cuánto “tomaba” la radio del cine o viceversa? ¿Cómo surgieron las

¹ ¡No me diga che...!, *Caras y Caretas*, 4 de agosto de 1934, N° 1870.

relaciones entre ambas? ¿Qué dijeron una sobre la otra? ¿Qué forma adquirieron?

La intención de este artículo es analizar las relaciones que se produjeron entre la radio y el cine durante la década de 1930 a partir del abordaje de los programas radiales que trataron sobre la temática cinematográfica y las transformaciones que provocaron. Quienes estudiamos la radio, sus programas y los sujetos que se desenvolvían en ella tenemos un especial problema metodológico: no han quedado registros sonoros que nos permitan saber qué se hablaba en la radio. Por negligencia privada, pública, o falta de políticas de conservación, no podemos acceder a las grabaciones radiales.² Lo que sí podemos hacer es reconstruir parte de las dinámicas de estos programas a partir de otro corpus documental como son las revistas de temática radial. Gracias a que ellas informaban sobre las programaciones diarias de cada emisora, quiénes participaban allí y algunas de sus temáticas, hemos podido identificar algunos de los programas que hacían comentarios sobre el mundo cinematográfico, como fueron “Hora Cine-Dial”, “Platea Club” y “Linterna Mágica”, entre otros.

En los últimos años se han publicado una serie de trabajos dedicados a analizar el papel de estas revistas especializadas en el mercado de entretenimientos —principalmente direccionadas a la cuestión cinematográfica— y los diálogos, las representaciones y las conexiones que se establecían entre las diversas industrias culturales (Biltereyst y Van de Vijven, 2020; Calzón Flores, 2012). Al seguir sus sugerencias, este trabajo se apoya en los artículos, las columnas y las programaciones presentes en las revistas radiales argentinas de la década de 1930 para indagar en las formas mediante las cuales se comunicaban y

² Christine Ehrick dedicó una sección de su libro *Radio and the gendered soundscape. Women and broadcasting in Argentina and Uruguay, 1930—1950* a reflexionar acerca de los problemas metodológicos que tienen —tenemos— quienes investigamos sobre la radio respecto a la falta de conservación de grabaciones, guiones y otros materiales útiles.

publicitaban los programas radiales que tenían al cine entre sus principales temas.

Por otro lado, en el campo de los estudios del cine se ha propuesto que, durante este período, se produjo el desarrollo de un modelo de producción de convergencia de medios donde la radio, el cine, la industria discográfica y de espectáculos construyeron un círculo virtuoso de consumo (Gil Mariño, 2015). En ese sentido los programas radiales de temática cinematográfica, que eran publicitados en las revistas y en varias ocasiones también impulsaban la promoción de algún film, pueden ser mirados como un producto más de ese modelo. Asimismo, el propio proceso de consolidación de la radiofonía, con la expansión de las horas de transmisión y la aparición de nuevos programas, configuró un espacio radial donde las y los oyentes participaban, en ciertas ocasiones, como espectadores, habilitando la conformación de nuevas prácticas de consumo de estos productos culturales.

Entendiendo que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo (Thompson, 1998), nos preguntamos por las repercusiones de la transformación espacial, la reconfiguración de los antiguos edificios radiales y la incorporación de nuevos auditorios con capacidad para el público, proyectos llevados a cabo por emisoras como Radio Stentor y Radio El Mundo. Es así que proponemos pensar en el impacto que dichas transformaciones tuvieron en nuevas prácticas y nuevas formas de consumo cultural. El abordaje de un producto específico como lo fue el radioteatro “Radio Cine Lux” nos permitirá analizar la especificidad y la potencialidad que tenía la radio para articular experiencias culturales ya conocidas del heterogéneo público consumidor y adaptarlas al nuevo negocio que se estaba desarrollando. Este trabajo sostiene que, durante los años treinta, tanto la radio como el cine, en sus procesos de consolidación en particular, y

dentro del mercado de entretenimientos en general, produjeron una constante retroalimentación de géneros, guiones e ideas, que involucró también a quienes llevan adelante los programas y las películas: empresarios, productores, guionistas y los y las artistas.

En primer lugar, se abordarán los programas radiales de temática cinematográfica y sus objetivos en el mercado de entretenimientos. Se analizará quiénes los llevaban adelante y las conexiones que dichas personas tenían con el mundo del cine de la época. Al mismo tiempo se pondrá foco en la trayectoria de directores, empresarios, guionistas y artistas que durante este período circularon entre un medio y otro. En segundo lugar, se examinará, en el marco de la expansión de las programaciones radiales, la aparición de programas que utilizaban recursos y artistas de cine e incorporaban producciones ficcionales a la radio. Por último, se pondrá el foco en un radioteatro en particular denominado “Radio Cine Lux”, que se emitía por Radio El Mundo, para analizar la retroalimentación entre cine y radio y las nuevas configuraciones espaciales que toma la radio. Dicha transformación pudo haber habilitado no solo circulaciones de artistas, guionistas y productores, sino también renovar las experiencias previas que los oyentes tenían en el mercado de entretenimientos.

La radio habla de cine y el cine habla de radio

Las transformaciones urbanas y tecnológicas que tuvieron lugar en las primeras décadas del siglo XX en la ciudad de Buenos Aires configuraron la imagen de una ciudad fugaz³ que a comienzos de la década de 1930 reproducía nuevos sonidos y movimientos, producto del continuo —y cada vez más acelerado— ritmo urbano (Caimari, 2012; Fara, 2020; Fritzsche, 2008; Liernur, 2000). La aparición del cine sonoro y la radiofonía se incorporaron a la sonoridad urbana

³ Peter Fritzsche introduce el concepto de “ciudad fugaz” para analizar las transformaciones que se producen en la capital alemana de principios del siglo XX.

del período en general y del mercado de entretenimientos en particular. Mientras que el cine ya tenía una trayectoria previa, la radiofonía apenas comenzaba un proceso de experimentación durante los primeros años de la década de 1920. Es recién a finales de la década, y con mayor velocidad a partir de 1930, que las transmisiones de radio mejoran y el medio en su conjunto adquiere las configuraciones que lo caracterizarán en los años posteriores. Para el año 1928 se encontraban catorce estaciones de radio porteñas⁴ y para 1936 ese número va a aumentar a dieciocho.⁵

La programación radial —y la radiofonía en general— pasó por significativos cambios durante la década de 1930. Aunque desde el período anterior predominaba el componente musical, a medida que la radio se volvía masiva y las horas de transmisión aumentaban debían también incrementar, diversificar y adaptar su contenido a los requerimientos de su heterogéneo público. Para 1936, el 59% de la programación radial que se transmitía en la Ciudad de Buenos Aires era musical, el 9% correspondía a los radioteatros, el 6% a las emisiones de las colectividades de inmigrantes, el 7% a boletines de diverso tipo, el 11% a noticieros e informativos de interés general y el 2% refería a temas relacionados con los demás espectáculos, como el cine y los y las artistas cuya carrera se hacía en la circulación por distintos medios (Matallana, 2006).

En este sentido, el componente musical, aunque fuerte, comenzó a convivir en el dial con otros tipos de elementos que, en menor medida, buscaban entretener e informar a los oyentes radiales. Entre ellos, la incorporación de la temática cinematográfica expresó la importancia que el cine comenzó a tener en la sociedad porteña del período, el cual ya había ganado espacio entre las páginas de la prensa ilustrada. A principios del siglo XX la cinematografía desembarcó en la ciudad y la proyección de películas, en un comienzo mudas, comenzó a ser

4 “Estaciones ouvidas neste receptor”, *Revista Radio Cultura*, junio de 1928.

5 *Caras y Caretas*, 7 de marzo de 1936, n° 1953.

un entretenimiento más para los y las habitantes de la Capital. Pero la década de 1930 inaugura un nuevo período por la incorporación de sonido en las proyecciones y el perfeccionamiento de la técnica no sólo hace posible el aumento de los films que llegaban a Argentina, sino que también impulsa la creación de estudios de cine nacionales (Gil Mariño, 2015, 2019).

Nos encontramos, entonces, en un período donde una nueva sonoridad llega por partida doble: el proceso de consolidación de la radio convive con la aparición y el desarrollo del cine sonoro en las salas porteñas. No quiere decir esto que el mercado de entretenimientos porteño careciera de sonoridad previamente. A la radio y el cine sonoro los preceden los teatros, los cabarets y los cafés, cuyos espectáculos no podían prescindir de una orquesta o de músicos en vivo que interpretaban las piezas musicales (principalmente de tango), que acompañaban las tramas teatrales y que animaban los bailes (González Velasco, 2012, 2018). Asimismo, la instalación de discográficas como Victor y Odeón, a principios de la década del veinte, impulsaron la grabación nacional de discos, configurando así un canon musical nacional y conjuntos de intérpretes destinados al éxito, donde el género del tango ocupaba un lugar muy importante (Cañardo, 2017).

Así, el cine sonoro y la radio aparecen y se insertan rápidamente en ese mercado de entretenimientos porteño, que se volvía cada vez más articulado y conectado a medida que avanzaba la década. Es allí donde la pregunta por la especificidad y la potencialidad de la radiofonía se vuelve significativa, ya que no pasará mucho tiempo hasta que encontremos contenido y configuraciones de lo cinematográfico en la radio, y contenido, temas y sujetos del mundo radial en el cine.



Cartel publicitario del programa "Hora Cine Dial" (s.f.)

En 1934, por ejemplo, ya encontramos algunos programas radiales que tienen a la cinematografía entre sus principales temas de conversación. La revista *Micrófono*, en uno de sus números de julio de 1934, informa los horarios de los programas de las distintas emisoras. En la programación de LR 5 Radio Excelsior se anuncia que a las 11:00 horas se emite el programa "Hora Cine-dial", donde David Cabouli, un reconocido guionista de cine de la época, comentaba las principales novedades de la cinematografía. Dicho programa no era el único, sino que compartía parte del dial con otros de la misma temática, como "Desde mi butaca", transmitido por L R 9 Radio Felix todos los días a las 14:00 horas o "Platea club", por LS 8 Radio Stentor de lunes a sábado a las 14:15 horas.⁶

6 "Programas de las transmisiones de la semana", Revista *Micrófono*, julio de 1934.

Sobre el programa “Hora Cine-Dial” no solo encontramos su presencia en la grilla de la programación radial. También contaba con publicidades propias que tenían una estética muy llamativa y que aparecían en las revistas del espectáculo del período. Las formas en las cuales se informaban y publicitaban estos programas radiales-cinematográficos nos permite pensar en la construcción de todo un aparato paratextual para su difusión en la prensa dedicada al mercado de entretenimientos. En adición, se podría pensar que quienes impulsaron la puesta al aire de estos programas eran los propios sujetos con trayectoria previa en el negocio del cine. Un ejemplo es el caso del ya mencionado David Cabouli, quien tenía una trayectoria previa como productor y guionista de cine y posteriormente estuvo involucrado en la realización de varias películas,⁷ durante la década de 1940 y 1950 (Kriger, 2009). En otras palabras, quien llevaba adelante el programa radial era una persona que conocía el ambiente cinematográfico de la época, estaba formado en la materia y podía, llegado el caso, recomendar los principales estrenos de las salas porteñas. Lo mismo sucedía con los demás programas, que eran conducidos, principalmente, por figuras de renombre en el ambiente cinematográfico, como fue el caso de Chas de Cruz cuya trayectoria era bien recibida:

Chas de Cruz, director y concertador de la audición, posee títulos suficientes para ello; su vasta vinculación con el ambiente cinematográfico, sus largos años de experiencia en él, sus numerosos viajes y la permanencia de meses en la Meca del cine, respaldan su labor y la valorizan, sin convertirla en cátedra.⁸

Su incorporación a Radio Belgrano fue relativamente temprana y logró obtener su propio programa, que aparecía en la grilla de *Radiolandia* como “Chas de Cruz: Cine”, todos los días a las 14:00 horas.⁹ Asimismo, en esos años, Chas de

7 La película *El Puente*, dirigida por Carlos Gorostiza y Arturo Gemmeti y estrenada el 1º de septiembre de 1950, fue realizada por su productora.

8 *Revista Sintonía*, 24 de agosto de 1935. Citado de Gallo (2001). *Ese Mundo tan sonoro...*

9 “Programa radiotelefónico semanal”, *Revista Radiolandia*, 24 de abril de 1937, N° 475.

Cruz fundó la revista *Heraldo de Cinematografía*, escribió libretos radioteatrales, gestionó junto a Jaime Yankelevich la visita a nuestro país del actor mexicano Novarro y codirigió la película *¡Segundos Afuera!* (Chas de Cruz y Etchebehere, 1937), entre otros proyectos.

Las trayectorias de ambos periodistas cinematográficos revisten algunas similitudes. Sus trabajos no empezaban y terminaban en la radio, sino que esta significaba una nueva manera de vincularse y establecer lazos dentro de un mercado de entretenimientos más diversificado. El hecho de que se hayan desempeñado tanto en radio como en cine da cuenta de que la circulación entre esos espacios se daba desde los primeros años de consolidación de dichas industrias culturales como tales. Asimismo, es muy probable que hayan sido ellos mismos quienes impulsaran la inclusión de la temática cinematográfica en la programación radial, ya que eran personas vinculadas al negocio del cine que contaban con la formación y la trayectoria necesaria para hacerlo.

Por otro lado, el cine también usó elementos de la radiofonía en varias de las películas de la época y habilitó la incorporación de sujetos relacionados con ella al mundo del cine. Un caso concreto es el desarrollo empresarial de Jaime Yankelevich quien comenzó como comerciante de productos eléctricos y de radiofonía y luego compró la emisora que fue conocida como Radio Belgrano (Matallana, 2013). Además, y como expresión del desarrollo y vinculación entre la industria radial y la cinematográfica, fundó en 1934, junto a Francisco Canaro y Juan Cossio, la Productora de Cinematografía Argentina Río de la Plata. Con ella filmaron su primera película denominada nada más ni nada menos *Ídolos de la radio* (Eduardo Morera, 1934), cuya trama abordaba la vida dentro de una emisora porteña (Radio Belgrano), el proceso de un concurso de aficionados y el posterior éxito radial de la ganadora.

A partir de ese momento comenzaron a aparecer otras películas que transcurrían en el marco de emisoras radiales y mostraban los pormenores de ese trabajo. Algunas de ellas fueron *Radio Bar* (Manuel Romero, 1936) y *Melodías porteñas* (Luis José Moglia Barth, 1937) que llevaron a la pantalla grande las dinámicas y problemáticas propias de la radiofonía de esa época. Desde un show de talentos como forma de alcanzar el éxito —temática ya abordada por *Ídolos de la Radio*— hasta la problemática con los auspiciantes, la trama de ambas películas encuentra grandes insumos en las dinámicas diarias de una emisora porteña del período. El caso de *Radio Bar* (Manuel Romero, 1936) es significativo para este trabajo ya que varias bandas que participaron en la película fueron luego contratadas para actuar en diferentes radios.¹⁰ Eso demuestra que la movilidad entre ambas industrias culturales no se circunscribía a los periodistas cinematográficos mencionados anteriormente. También era compartida por un amplio conjunto de personas, entre artistas, productores y músicos, que construyeron su trayectoria empresarial, laboral y artística a partir de esta circulación.

El estreno de dichas películas tenía diversos efectos. Por un lado, como se mencionó, mostraban parte de las dinámicas radiofónicas y los problemas diarios que enfrentaban los *broadcasters* de la época: organización de un concurso de talentos, el retraso de algún artista, o los problemas con los auspiciantes. Por otro lado, servían para promocionar a artistas ya reconocidos por el público e impulsar las carreras de quienes estuvieran en ascenso.¹¹ De esa forma, este corpus de películas pone el foco en dos sujetos en particular dentro de las

10 Ver "Los Dixi Pal's, una atracción de Radio Bar", *Revista Radiolandia*, 12 de septiembre de 1936.

11 Se puede dar cuenta por las cartas que llegaban a las revistas de radio y a las propias emisoras que dicho público tenía una gran curiosidad por saber cómo funcionaba la radiofonía. Por ejemplo, la sección Radio de *Caras y Caretas* dedica dos páginas a relatar lo que sucede una noche en Radio Prieto, comentando quiénes y cómo llevan adelante el trabajo tanto artístico como técnico para que la programación se escuche.

emisoras: los artistas de radio y los aficionados.¹² ¿Qué transformaciones había sufrido la radiofonía para que un elenco de actores y actrices llevara a cabo su labor artística en ella? ¿Y para qué se produjeran concursos de aficionados donde personas ajenas a la misma buscaran ser parte de ella?

Nuevos sujetos y nuevos espacios en la radiofonía porteña de 1930

La diversificación de la programación radial, producto de la masificación del medio y del aumento de la cantidad de horas al aire, se tradujo en la aparición de una serie de programas (entre los cuales podemos encontrar la ficción radioteatral), que comenzaron a emitirse en la década de 1930 y tuvieron su período de esplendor a partir de la década de 1940 y 1950 (Berman, 2018). Las temáticas gauchescas, históricas y policiales fueron las que pisaron fuerte durante la primera mitad de siglo, si pensamos en “Chispazos de tradición” (1931/2) — nombre del conjunto criollo para el que escribe y dirige Andrés González Pulido—, “Bajo la Santa Federación (Romances de la tiranía)” (1933), de Carlos Viale Paz y Héctor Blomberg, “Ronda Policial” (1933), cuyo autor es el comisario Ramón Cortés Conde y “Las aventuras de Carlos Norton” (1934), escrito por Jacinto Amenábar (Berman, 2010; Saítta, 2016). Al igual que las primeras producciones cinematográficas argentinas, los escritores de libretos de radioteatro recurrieron a la cultura popular y principalmente al folletín como una tradición ya conocida por el público para elaborar tramas que fueran atractivas para él (Martin Barbero, 1991; Karush, 2013).

La incorporación de programas donde se representaban obras radioteatrales o fragmentos de películas también introducía un nuevo sujeto a la radio: actrices y actores que —con trayectoria artística teatral y cinematográfica previa o no—

12 Se trataba de personas que buscaban probar suerte en el micrófono para ser “descubiertas” por los directores artísticos de las mismas y participar de la radio de diferentes formas: como artistas, cancionistas, comentaristas, etc.

ponían la voz a los personajes de los libretos y las adaptaciones. A medida que estos programas radioteatrales ganaban popularidad entre los y las oyentes, las actrices y los actores que interpretaban a los personajes también lo hacían. Eso mismo sucedió, por ejemplo, con las actrices y los actores del radioteatro “Chispazos de tradición”, quienes a partir de su tránsito por el programa, lograban conseguir mejores trabajos.¹³

Pero además de los nuevos repertorios artísticos, algunas emisoras también promovían la participación radial de los propios aficionados, como bien retrataron las películas mencionadas anteriormente. En la sección “Noticias varias del Broadcasting” de la revista *Radio Magazine* encontramos una columna que informa:

—“Caras Argentinas, 1938” conocida audición que transmite Radio El Mundo, con el propósito de seleccionar números aficionados a la cinematografía, desde el 15 del actual empezará a irradiarse lunes, miércoles y sábados a las 19.¹⁴

Además de invitar a los propios protagonistas del film para interpretar los fragmentos, el concurso del programa “Caras Argentinas, 1938” da cuenta de la importancia que tenía el cine para quienes se consideraban oyentes aficionados al mismo, es decir, personas que se acercaban a la radio para demostrar cuánto sabían sobre cinematografía.

La convivencia en el éter de programas radiales dedicados al cine junto a la ficción radioteatral basada en las tramas cinematográficas nos permite preguntarnos sobre el impacto que la incorporación de esta temática tenía en el mundo del cine en general. Aunque la radio “tomaba” de él —en la forma que

13 Ver “Los que surgieron de “Chispazos de tradición””, *Revista Radiolandia*, 28 de noviembre de 1936 y “Los que surgieron de “Chispazos de tradición””, *Revista Radiolandia*, 12 de diciembre de 1936.

14 “Caras Argentinas, 1938”, *Revista Radio Magazine*, 10 de febrero de 1938.

Caras y Caretas denuncia al comienzo— algunas de sus tramas, podía también impulsar el interés del público por las películas y, de ese modo, su deseo de ir al cine. Como señalara la revista *Sintonía* en 1937 sobre la transmisión de fragmentos de películas nacionales: “Este gesto tiene por consecuencia inmediata, la de estimular y ayudar eficazmente la producción cinematográfica de nuestro país”.¹⁵ La representación de algunos fragmentos de películas implicaba una difusión y promoción directa del producto cinematográfico, que llegaba a una gran cantidad de hogares y a una aún mayor cantidad de oyentes, lo que posibilitaba la promoción de una película.

Sumado a ello, la cada vez mayor presencia de público en las audiciones radiales —como expresión de las transformaciones de la radiofonía en un negocio comercial que necesitaba mostrar y no solo transmitir lo que sucedía en sus emisoras— estimuló la popularidad de los programas emitidos y de los elencos artísticos que los llevaban a cabo. La incorporación de auditorios y salas de transmisión con capacidad para que cierta cantidad de personas vieran y oyeran la transmisión de su radioteatro u orquesta favorita en vivo es una de las transformaciones estructurales más importantes de la década. En 1933 Yankelevich inaugura el “Palacio de las Broadcasting” en un *petit hotel* de la avenida Belgrano con “mejores instalaciones para albergar a la emisora”.¹⁶

¹⁵ *Revista Sintonía*, 30 de septiembre de 1937.

¹⁶ “Inauguración del Palacio”, *Revista Sintonía*, 3 de junio de 1933.



Auditorio "A" de Radio El Mundo. Foto de la revista *Nuestra Arquitectura*, marzo de 1936.

En 1934 Radio Stentor inaugura un nuevo edificio que cuenta “con comodidades destinadas al público que desee presenciar las audiciones [...] Se evita así la situación de antipático hermetismo en que se colocan algunas emisoras nuestras, precisamente por falta absoluta de comodidades”.¹⁷ En 1935 aparece Radio El Mundo, cuyo edificio se construyó a imagen y semejanza de la BBC de Londres¹⁸ y presentaba en su interior un auditorio para ciento veinte personas.

Está claro entonces que al igual que el cine y el teatro, la radio también debía ser un espectáculo que el público pudiera ver y, como parte de la configuración del negocio radial, las emisoras más importantes de la ciudad decidieron realizar algunos cambios que permitieran al público oyente acercarse a sus estudios. Dichos cambios, sumados a la incorporación de aficionados a la cinematografía, así como de actrices y actores, podía generar —y generó— un proceso de

17 "Inauguración del nuevo edificio de Radio Stentor", *Caras y Caretas*, 15 de septiembre de 1934, N° 1876.

18 "Un edificio para la Radio El Mundo" *Revista Nuestra Arquitectura*, marzo de 1936.

promoción de sus carreras artísticas que les permitió aprovechar las conexiones en el mercado de entretenimientos de la época. Es así que actrices y actores construyeron sus carreras sobre la base de las trayectorias que podían hacer en teatro y radio, hasta escalar y conseguir papeles en la pantalla grande.¹⁹

La consagración actoral en la radio primero y en el cine después supone pensar en una serie de jerarquías que configuraban el *star system* de la época. Pero ese encadenamiento no obstruía la posibilidad de que se produjera el camino inverso, es decir, artistas ya consagrados en la pantalla grande que decidían integrarse a los elencos de las radios. Es el caso de Rosita Moreno, una experimentada actriz española que no solo triunfaba en Argentina, sino también en Hollywood y Brasil. La circulación de artistas extranjeras como Rosita en el mercado de entretenimientos argentino no era nueva. A comienzos del siglo XX, el teatro en sus diferentes variedades fue el motor de desarrollo de un mercado de entretenimientos conectado, donde no solo se destacaron artistas locales, sino que también constituyó el destino de muchas mujeres europeas que, en búsqueda de mejores condiciones de vida, encontraban en el teatro de *varietés* una salida laboral rápida, aunque no exenta de peligros (Schettini, 2012). La radio y el cine permitieron ampliar esa circulación y el caso de Rosita Moreno es un ejemplo entre muchos otros de ello (Riveiro Veras, 2015). Dice la edición de la revista *Radio Magazine* del 26 de mayo de 1938:

“Rosita Moreno” ...

19 Tanto el teatro como el cine tenían la ventaja de mostrar a los y las artistas haciendo lo mejor que sabían hacer, que era actuar, pero al mismo tiempo los exponía frente al público presente en las salas, engrandeciendo —si la obra o la película era buena— el carácter de estrellas del espectáculo. Esa es una realidad que puede notarse en los testimonios de grandes actrices como Mecha Ortiz, Luisa Vehil u Olinda Bozán que, al ser entrevistadas por Julio Ardiles Gray (1981), poco mencionan sus pasos por las radios porteñas, mientras que las anécdotas tras camarines teatrales o en los propios estudios de filmación resultan copiosas. La radiofonía, como mencionamos, no permitía en sus comienzos ese acercamiento a los y las artistas que protagonizaban los programas más escuchados, lo que puede entenderse a través de sus recuerdos como una trayectoria artística menos importante que la desarrollada en teatro y/o cine.

En los estudios de LR1 Radio El Mundo, debutó días pasados la conocida actriz cinematográfica Rosita Moreno, cuya presentación era esperada con gran interés. La celebrada estrella que en la variedad de su arte conquistó en otras oportunidades la simpatía y el aplauso públicos, reeditará en esta nueva presentación el éxito que le dieron la pantalla y la escena. En sus números alterna con el conocido galán Pedro Quartucci.²⁰

La columna no puede ser más evidente. “El éxito que le dieron la pantalla y la escena” es justamente la trayectoria de la actriz en teatro y cine —su *status* de estrella consagrada— lo que le permite ahora incursionar en la radiofonía y convivir en el espacio radial con otros artistas.

Podemos afirmar entonces que no solo los programas radiales eran expresión de la conexión presente en el mercado de entretenimientos de la época. Las personas que hacían que este funcionara —ya fueran empresarios, productores, guionistas y los propios actores y actrices— expresaban en sus propias trayectorias esa conexión y circulación. Pero, además, en el propio proceso de desarrollo de la radiofonía, especialmente en la construcción de auditorios con capacidad para cierta cantidad de personas, se reafirmaba la transformación de la radio no solo en una forma de comunicar, sino también en un espectáculo más, capaz de ser visto y oído al mismo tiempo (Thompson, 1998).

Producto del éxito que estas adaptaciones y representaciones de pequeños fragmentos es que comenzaron a aparecer en el éter programas dedicados exclusivamente a radioteatralizar producciones cinematográficas —y a veces teatrales— enteras, como veremos a continuación. Esto permitió que quienes protagonizaban los films y los radioteatros circularan a través de los imaginarios límites de los parlantes y la pantalla grande, configurando un *star system* —jerárquico pero conectado— que alimentaba el mercado de entretenimientos de la época.

20 “Rosita Moreno”, Revista *Radio Magazine*, 26 de mayo de 1938.

“Radio Cine Lux”: cine, artistas y público en la ampliación del mercado de entretenimientos

Este es el caso de un recordado programa radioteatral denominado “Radio Cine Lux”, que tuvo una larga trayectoria en el éter²¹ y reunió a un conjunto de grandes actrices y actores que recreaban las películas más famosas —y a veces también clásicas obras de teatro— a través de la adaptación de su trama y libreto a un formato radioteatral.²²

Quienes participaban de él eran personas que tenían una marcada trayectoria en la realización y actuación teatral durante la década de 1920 y la tendrían también en la labor cinematográfica, como lo fueron Pablo Suero, Armando Discépolo y José Tresenza. Lo mismo sucede con el repertorio de actrices y actores que interpretaron las diferentes películas a través del micrófono. Se trató de un programa que marcó tanto a la audiencia y al medio, que los protagonistas de la escena radial de esa época recuerdan:

Tal era la repercusión que las estrellas del radioteatro (sic) Lux iban a las mejores casas de fotografías para posar con el vestuario y maquillaje, por ejemplo, de “Ana Karenina” (Iris Marga), que luego publicaban las revistas para promocionar el radioteatro que ponían en el aire.²³

Dicho testimonio también explicita las conexiones que había entre la industria editorial y la radio, lo cual también había sucedido en su momento con el estreno de *Ídolos de la radio* (Eduardo Morera, 1934). Al igual que el cine, la radiofonía se valió muy tempranamente de las revistas especializadas para dar a conocer

21 Según las recopilaciones de Ricardo Gallo (2001) el *Radio Cine Lux* comenzó a emitirse a mediados de 1938 pero su época de esplendor fue durante la década de 1940 y, según algunas entrevistas a sus protagonistas, el mismo llegó a emitirse hasta finales de la década de 1960.

22 “No habrá lugar, como en tiempos de Eurnekian, para programas diferentes. Ávila está decidido a hacerse la América”, Diario *La Nación*, 17 de septiembre de 2000.

23 “Jorge Luz, un grande del buen humor”, Diario *La Nación*, 28 de marzo de 2004.

quiénes estaban detrás de los parlantes cantando, actuando e informando. La reproducción del *star system* radial se valió de las notas, entrevistas y fotografías que ocupaban las páginas de *Radiolandia*, *Antena*, *Sintonía*, entre otras, para promocionar no solo a las estrellas y astros, sino también los programas que se propalaban en el dial (Calzón Flores, 2012). El propio nombre del programa hacía referencia al Jabón Lux, “el jabón de las estrellas”. La marca, de Lever Brothers, produjo un fenómeno radial exitoso al apelar a celebridades locales en sus avisos, además de las provenientes de Hollywood, y también desarrolló un tipo de publicidad radial que se basaba en audiciones exclusivas (Rocchi, 2017). Las publicidades que aparecían en la prensa gráfica anunciaban las audiciones que “Lux” auspiciaba, junto con el día, la hora, la emisora y quiénes eran sus protagonistas. Algo similar sucedía con la ya mencionada publicidad de “Hora Cine-Dial”, lo cual refuerza la hipótesis sobre la construcción de un aparato paratextual que, en este caso, combinaba la mención de una estrella de Hollywood como usuaria del producto y protagonista del programa radial. Además, “Radio Cine Lux” comenzaba con una cortina musical original para este producto auspiciante sobre la que el locutor decía: “Jabón Lux, de tocador... El jabón que usan nueve de cada diez estrellas de cine, presenta... ¡¡¡Radio Cine Lux!!!” (Arabito, 12 de junio de 2020).

Sobre su tránsito por Radio El Mundo, los protagonistas recuerdan algunas situaciones. Según el actor Héctor Maselli, entrevistado a comienzos del año 2000: “El día del estreno de los “Radio Cine Lux”, los sábados a la noche por El Mundo, como venían los fotógrafos de las revistas, las actrices vestían de largo y los hombres de smoking. No era con público, pero si no se vestían así, después no los contrataba nadie” (en Ulanovsky, 2000: 157).

Pero en una entrevista del mismo período del diario *La Nación* la actriz Hilda Bernard, que integraba el elenco estable de Radio El Mundo, recordaba con algunas diferencias esa época:

Recuerdo que yo lucía un cabello muy oscuro y una señora que estaba en la puerta dijo: "Yo me la imaginaba rubia y de ojos celestes". Y nunca podremos olvidar, las galas de los sábados. Llegábamos a la tarde para una primera lectura en seco, luego otra con efectos especiales y finalmente ante el auditorio colmado nos presentábamos: las mujeres supermaquilladas y con trajes de largo y los hombres de smoking.²⁴

La "gala de los sábados" podía coincidir entonces con el estreno del radioteatro auspiciado por Lux, con la presencia de los fotógrafos de las revistas que publicitaban el programa y, según la propia Bernard, con un "auditorio colmado", gracias a las transformaciones edilicias del período en las emisoras. Además del elenco estable, cada sábado se contrataba a dos figuras invitadas para protagonizar el "film radial". Así pasaron, entre muchos otros, Luis Vehil, Olga Zubarry, Guillermo Battaglia, Mecha Ortiz, Pedro López Lagar, Ernesto Raquén, Rosita Moreno, Alfredo Alcón, Virginia Luque, Pedro Quartucci, Fernanda Mistral, Eduardo Rudy, Héctor Coire, Alberto Argibay y Amadeo Novoa.

Se podría afirmar entonces que, en el caso de "Radio Cine Lux", no solo los periodistas de las revistas de espectáculos participaban en los días de los estrenos. La configuración de los nuevos auditorios, con capacidad para que el público radioescucha pudiera presenciar en vivo su programa favorito, impulsaba aún más la reproducción del *star system*, además de permitirle a los y las artistas de radio mostrarse frente a otros empresarios, colegas y/o productores que pudieran elegirlos para nuevos papeles. Asimismo, el estilo cuidado de esas galas y la presencia de estrellas de cine podía funcionar como una forma de equiparar las producciones nacionales cinematográficas y radiales con el

24 "Hilda Bernard y Dora Ferreiro. Recuerdos de dos glorias del radioteatro", Diario *La Nación*, 16 de noviembre de 2003.

glamour y la calidad *hollywoodense*, tan elogiados por la prensa cinematográfica de la época.

Algunas palabras finales

La propia *Caras y Caretas*, en 1936, va a dejar abierta la pregunta “... ¿Por qué se insiste en buscar actores cinematográficos entre la gente de teatro y de la radio?”,²⁵ dando cuenta, de forma explícita y crítica, que la circulación de artistas entre un medio y otro era realmente evidente.

La dinámica que se produjo con “Radio Cine Lux” puede ser presentada como la expresión de las nuevas configuraciones de la radio en particular y del mercado de entretenimientos en general. La transmisión de los programas radiales desde los auditorios con público ilumina la transformación de la radio en un espectáculo más, como el cine y el teatro, al cual se podía asistir en persona. Esto, al mismo tiempo, permitía a los y las artistas que protagonizaban los programas “mostrarse” ante el público y los periodistas presentes, así como también lucirse frente a empresarios que estuvieran buscando nuevas figuras para otros proyectos artísticos.

En 1938 nos encontramos con la siguiente noticia: ““Cine Radial” —Mercedes Simone alterna ahora con Chas de Cruz las amenas charlas sobre cinematografía con que LR3 deleita diariamente a los amantes del arte de la pantalla”.²⁶ Para ese entonces Mercedes Simone no solo triunfaba como cantante de tango, sino que también era una importante actriz de la pantalla y, al mismo tiempo, conducía un programa radial sobre cine. Las conexiones presentes en el mercado de entretenimientos del período, así como la articulación y convivencia entre empresarios de radio y cine, demuestran el alto

25 “Sería interesante saber”, *Caras y Caretas*, 18 de abril de 1936, N° 1959.

26 “Cine Radial”, *Revista Radio Magazine*, 9 de junio de 1938.

nivel de circulación no solo de temas y guiones, sino también de productores, directores, guionistas y artistas con las más variadas trayectorias profesionales.

Producto de la expansión de la radiofonía, sus dueños debieron aumentar las horas de transmisión de programas. Ello llevó a que se sumaran al dial una gran variedad de temáticas, entre ellas la ficción y el cine, que combinadas resultaron ser de gran popularidad. Y no solo aparecieron nuevos programas radiales que hablaban del séptimo arte: la pantalla grande también vio la incorporación de la escena radial en las películas que se proyectaban.

¿Era justificado el tono de denuncia de *Caras y Caretas* entonces? ¿La radio le debía tanto de su desarrollo al cine? Lo que el caso de “Radio Cine Lux” nos permite afirmar es que, si algo tomaba el cine de la radio o viceversa, era difícil de identificar. En realidad, las fronteras entre una y otras eran difusas, se complementaban y se retroalimentaban. Eso les permitió a los actores y las actrices nacionales y extranjeros circular desde las salas de transmisión a los sets de filmación o los escenarios teatrales, en diferentes órdenes. El caso citado de Rosita Moreno demuestra que, ya para finales de la década la radiofonía ocupaba un lugar tan importante que los y las artistas de renombre buscaban destacarse también en él.

La posibilidad que tenían los y las oyentes de acceder como público a las audiciones en un espacio pensando para eso era lo nuevo de la radio en ese período, lo cual impulsaba aún más la popularidad de los y las artistas que se presentaban y los programas que se emitían. ¿Qué función cumplía ese oyente en un estudio de radio? ¿Qué podía significar su presencia allí? ¿Quién había impulsado esa presencia? En palabras de Cecilia Gil Mariño, se trataba de un espectador-oyente-lector que, atraído por las publicidades de las revistas, asistía a las transmisiones en vivo que en un pasado cercano había escuchado por radio.

El propio proceso de consolidación y transformación de la radio en un negocio habilitó la reconfiguración de viejos espacios en nuevas prácticas y formas de consumo cultural y, al mismo tiempo, la reconfiguración de nuevas prácticas en hábitos y gustos consolidados, como el de frecuentar una sala de espectáculos. Para los empresarios radiales, que también tenían vínculos con el negocio del cine, habilitar el ingreso del público podía suponer medir la popularidad de los programas y los elencos artísticos que se presentaran. Al mismo tiempo, estos cambios formaban parte del propio proceso de transformación de la radiofonía en un espectáculo más, y de su inserción en el modelo de convergencia de medios.

La trayectoria de estos productores, empresarios y artistas es expresión de ello y de la conexión presente en los años de despegue de la actividad cinematográfica y radial. Es dicha configuración conectada del mercado de entretenimientos argentino la que favoreció y estimuló la circulación de diferentes sujetos que comenzaron o intensificaron sus trayectorias detrás de los parlantes radiales, y terminaron —algunos— consagrados en el mundo de la cinematografía.

Bibliografía

Arabito, Jorge (2020). "Historia de Radio El Mundo" en *ISSUU*, 12 de junio 2020. Disponible en: https://issuu.com/jarabito/docs/radio_el_mundo_historia (Acceso en: 23 de agosto de 2020).

Ardiles Grey, Julio (1981). *Historias de artistas contadas por ellos mismo*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.

Berman, Mónica (2018). *La construcción de un género radiofónico: el radioteatro*. Buenos Aires: Eudeba.

____ (2010). "Las huellas de la ciudad en los primeros radioteatros" en *Revista Lis N° 5*, Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Disponible en:

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3685> (Acceso en: 15 de agosto de 2020).

Biltereyst, Daniel y Van de Vijven (eds.) (2020). *Mapping Movie Magazines: Digitization, Periodicals and Cinema History*. Londres: Palgrave McMillan.

Caimari, Lila (2012). *Mientras la ciudad duerme. Pistoleros, policías y periodistas en Buenos Aires, 1920-1945*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Calzón Flores, Florencia, (2012). "Hacia una reconstrucción de las revistas del espectáculo: el caso de Radiolandia en los cuarenta y cincuenta" en *Temas de historia argentina y americana* 20, Buenos Aires: UCA. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/hacia-reconstruccion-revistas-espectaculo-radiolandia.pdf> (Acceso en: 5 de agosto de 2020).

Cañardo, Marina (2017). *Fábricas de músicas. Comienzos de la industria discográfica en la Argentina (1919-1930)*. Buenos Aires: Gourmet Musical.

Ehrick, Christine (2015). *Radio and the gendered soundscape. Women and broadcasting in Argentina and Uruguay, 1930-1950*. Nueva York: Cambridge University Press.

Fara, Catalina (2020). *Un horizonte vertical. Paisaje Urbano de Buenos Aires (1910-1936)*. Buenos Aires: Ampersand.

Fritzsche, Peter (2008). *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Gallo, Ricardo (2001). *Ese mundo tan sonoro. Tomo II*. Buenos Aires: Corregidor.

Gil Mariño, Cecilia (2015). *El mercado del deseo. Tango, cine y cultura de masas en la Argentina de los '30*. Buenos Aires: Teseo.

____ (2019). *Negocios de cine. Circuitos del entretenimiento, diplomacia cultural y Nación en los inicios del sonoro en Argentina y Brasil*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

González Velasco, Carolina (2018). "El tango en las primeras décadas del siglo XX. Prácticas y representaciones en movimiento: Buenos Aires, Paris, Buenos Aires" en *Revista Estudios del ISHIR*, volumen 8, número 22. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Disponible en: <https://web3.rosario-conicet.gov.ar/ojs/index.php/revistaSHIR/article/view/858> (Acceso en: 1º de agosto de 2020).

____ (2012). *Gente de teatro. Ocio y espectáculos en la Buenos Aires de los años veinte*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Karush, Mathew (2012). *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*. Buenos Aires: Ariel.

Kruger, Clara (2009). *Cine y peronismo. El Estado en escena*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Liemur, Jorge Francisco (2000). "La construcción del país urbano" en Mirta Z. Lobato (editora), *El progreso, la modernización y sus límites*. Buenos Aires: Sudamericana.

Martín Barbero, Jesús (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gili.

Matallana, Andrea (2013). "Inventando la radio comercial: apuntes para una biografía de Jaime Yankelevich" en *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados*, número 58. Disponible en: http://www.eseade.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/riim58_matallana.pdf (Acceso en: 15 de julio de 2020).

____ (2006). *Locos por la radio: una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Buenos Aires: Prometeo.

Ribeiro Veras, F. (2015). *Os trabalhadores do tablado. Os artistas do teatro e suas organizações entre o Rio de Janeiro e Buenos Aires (1918-1945)*. Rio de Janeiro: Fundación Getulio Vargas.

Rocchi, Fernando (2017). "La sociedad de consumo en tiempos difíciles: el modelo estadounidense y la modernización de la publicidad argentina frente a la crisis de 1930" en *Historia Crítica*, número 65, Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/811/81153006006/html/index.html> (Acceso en: 20 de julio de 2020).

Saítta, Silvia (2016). "Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino" en *ReHiMe. Cuadernos de la Red de Historia de los Medios*, número 4. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Disponible en: <http://www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos/04/ReHiMeCuaderno04saittaweb.pdf> (Acceso en: 23 de julio de 2020).

Schettini, Cristiana (2012). "South American Tours: Work Relations in the Entertainment Market in South America" en *International Review of Social History*, número. 57, Cambridge: Cambridge University Press. Disponible en: <https://www.cambridge.org/core/journals/international-review-of-social-history/article/south-american-tours-work-relations-in-the-entertainment-market-in-south-america/1C5D9C09350FAD2AEB6858581956118B> (Acceso en: 23 de agosto de 2020).

Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

Ulanovsky, Carlos (2000). *Días de radio. Historia de la radio argentina*. Buenos Aires: Espasa Calpe.

* Paula Martínez Almudevar es Profesora de Historia por la Universidad de Buenos Aires. Profesora de la materia "Problemas de Historia Argentina" de la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Actualmente cursa el segundo año de la Maestría en Historia del IDAES/UNSAM y es parte del Núcleo de Historia Social y Cultural del Mundo del Trabajo, perteneciente a la misma institución. E-mail: paulamalmudevar@gmail.com