

Sobre Cecilia Gil Mariño. *Negocios de cine. Circuitos del entretenimiento, diplomacia cultural y Nación en los inicios del sonoro en Argentina y Brasil*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2019, 269 pp., ISBN 978-987-558-598-0.

Por Paula Martínez Almudevar*



Negocios de cine
Circuitos del entretenimiento, diplomacia cultural
y Nación en los inicios del sonoro en Argentina y Brasil

Cecilia Nuria Gil Mariño



Durante la década del treinta, la llegada del sonoro a Latinoamérica generó grandes transformaciones que lograron consolidarse con éxito en los mercados locales y regionales. Sin embargo, el proceso de desarrollo del sonoro estuvo atravesado por intentos que no siempre resultaron fructíferos. En esta oportunidad, la Dra. en Historia Cecilia Gil Mariño, especializada en estudios sobre cine, nos propone en su obra *Negocios de cine. Circuitos del entretenimiento, diplomacia cultural y Nación en los inicios del sonoro en*

Argentina y Brasil pensar y reconocer el valor que tuvieron y tienen esos intentos, esos proyectos inacabados, esos fracasos.

Esta obra se enmarca en el trabajo final de una pasantía doctoral que la autora realizó en Brasil, cuyo objetivo era comparar las cinematografías argentina y brasileña. Pero en el proceso de recopilación de fuentes se encontró con proyectos tentativos e incompletos por parte de los empresarios de cine de ambos países en ese momento. De acuerdo con la autora, esto le permitió pensar en la productividad que pueden haber tenido estos fracasos y proponer

que los intentos de estos *entrepreneurs* han sido fundamentales para consolidar y profesionalizar el sector.

Como en su libro anterior —*El mercado del deseo: tango, cine y cultura de masas en la Argentina de los '30* (2015) —, Cecilia Gil Mariño vuelve a ubicar la música como eje articulador para pensar comparativamente el desarrollo cinematográfico de dos países que parecían incomparables. Ello responde a la necesidad de abordar y analizar cuál fue el impacto de la llegada del cine sonoro en las industrias cinematográficas de aquel período en Argentina y Brasil.

El musical fue el género cinematográfico que se fortaleció mayoritariamente con la llegada del sonoro a la región por múltiples causalidades. De acuerdo con la autora, fue el género que fortaleció lo que ella denomina el “modelo de producción de convergencia de medios”, es decir, que la radio, el cine, la industria discográfica y el espectáculo en vivo construyeron un círculo virtuoso de consumo. En ese sentido, también inauguró una nueva proyección de los círculos de presentación de artistas a nivel regional y generó el desarrollo de géneros cinematográficos con fuerte sesgo local que buscaron articular ideas de nacionalidad y modernidad en conjunto para ser proyectadas en el exterior. En otras palabras, el género musical fue el elegido por las industrias cinematográficas de ambos países para nacionalizar y popularizar el cine en cada una de esas sociedades, lo cual también delimitó un imaginario de lo nacional que provenía de dichos productos culturales.

A partir de estos ejes, la autora busca articular el campo de la historia cultural, de la historia económica y los estudios del cine para analizar

los usos de lo nacional como estrategia comercial para la configuración de un proyecto industrial rentable para el mercado local y de exportación en Argentina y Brasil en el período comprendido entre 1930 y 1943, y los modos en que esas

experiencias y discusiones delinearon los intercambios cinematográficos entre ambos países en aquellos años (20).

Para ello, la autora propone la utilización de enfoques que han sido relegados de los estudios del cine como son los de la historia comparada y la historia transnacional, para pensar las esferas de circulación de las producciones argentinas y brasileñas.

Se puede encontrar en esta obra el análisis de un corpus de fuentes variado. Ello responde a la intención de la autora de desandar las diferentes representaciones que se pueden encontrar sobre lo nacional, no solo a través del análisis de las películas, sino enriqueciéndose también con las discusiones que podían encontrarse en la prensa especializada respecto al uso de “lo nacional”. A su vez, también incorporando los intereses entrecruzados de los respectivos Estados en torno a cómo debía ser la industria cinematográfica nacional a través de la documentación diplomática, lo que le permite introducir las dificultades de cada país para llevar adelante negocios tanto de cooperación regional como locales.

A partir de este corpus de fuentes, Gil Mariño nos presenta sus argumentos a través de tres ejes: las representaciones de “lo nacional *by los yankis*” (en palabras de la autora), la construcción de lo nacional en las producciones locales, que articula una idea propia de modernidad, y por último, los intentos de intercambios culturales y de circulación entre Argentina y Brasil que propiciaron los empresarios cinematográficos.

El primer capítulo se aboca a analizar, a través de algunas películas americanas, cómo construyó Hollywood imágenes de ambos países, el impacto que dichas producciones tuvieron en las sociedades locales y cómo dicho proceso coadyuvó a consolidar el modelo de convergencia de medios a través de la imposición de artistas, orquestas y un estilo musical que se pensaba

como propio del lugar. Gil Mariño argumenta que los empresarios locales que se vincularon con estos proyectos lo hicieron en la medida en que podían articular y expandir otros negocios a través de la radio o la industria discográfica, propendiendo a consolidar dicho modelo. Asimismo, indagar acerca de los procesos de instalación de imágenes de lo argentino y brasileño por parte de Hollywood le permite a la autora matizar la tensión existente entre lo nacional y lo “nacional *by los yanquis*” y proponer que la idea de *americanización* del consumo estuvo atravesada por múltiples adaptaciones locales. De acuerdo con la autora, la existencia de estas representaciones le permitió a ambas industrias locales hacer uso de las estructuras norteamericanas y desarrollar un producto cinematográfico diferenciado y competitivo que discutiera las imágenes de lo nacional que Hollywood proponía.

El segundo capítulo se interesa por mostrar las estrategias de los empresarios argentinos y brasileños para posicionar sus producciones cinematográficas en el mercado nacional y en el extranjero utilizando los modelos de Hollywood. La idea central que argumenta la autora en este apartado es que, en términos transnacionales, las imágenes de la nación en los primeros años del sonoro estuvieron vinculadas a la música popular. A través del análisis de films tanto argentinos como brasileños y los diferentes artículos y críticas que en ambas sociedades circulaban respecto de ellas, compara las diferentes articulaciones de la música popular en cada país y las discusiones que su utilización propició entre los críticos de cine. En palabras de la autora, el proceso de *territorialización* del tango a través de los films permitió posicionar regionalmente el *star system* local y vincular a ese género musical con los valores del ascenso social, lo nacional y lo porteño. En cambio, el desarrollo cinematográfico brasileño estaba más relacionado a los lanzamientos discográficos de artistas conocidos localmente, por lo que deduce que su circulación fue principalmente local. De todas formas, esto le permitió a los empresarios articular la idea de la nación con la de modernidad, a través del

tango en el caso argentino y la samba y la *marchinha* en el caso brasileño, propendiendo así, según la autora, a consolidar el modelo de convergencia de medios y comercializar en el nuevo mercado de masas estos productos culturales.

El tercer capítulo se centra en los posibles intercambios que los empresarios de ambos países impulsaron para posicionarse regionalmente. A través del concepto de *confraternidad*, la autora propone pensar estas estrategias a través del uso de la diplomacia cultural para ubicar estos objetos culturales en el mercado regional y analizar los vínculos con la cultura de masas. Para ello se centra en la trayectoria de tres *entrepreneurs*: Jaime Yankelevich, Adhelmar Gonzaga y Oduvaldo Vianna, a través de los cuales Gil Mariño desanda los pormenores y los riesgos que implicaba apostar por esos intercambios. Aunque no siempre resultaban exitosos, la existencia de dichos intentos da cuenta del interés de estas tres figuras por establecer ciertos vínculos con el mercado del país vecino y, de acuerdo con la autora, estos intentos, más allá de los éxitos, fueron fundamentales para consolidar y profesionalizar el sector. Por último, este capítulo intenta avanzar hacia un campo inexplorado de los estudios de cine, que tiene que ver con la exportación de los films hacia el país vecino. A través del análisis de la película *Caminito de gloria* (Luis Cesar Amadori, 1939) y de la figura de Libertad Lamarque, la autora expone cómo una película que incluía locaciones brasileñas y que tenía como protagonista a una actriz capaz de articular lo nacional y lo regional (debido a que no solo era conocida en Argentina) hizo posible el establecimiento de canales comerciales y de exportación en el país vecino.

En resumen, “Negocios de cine” propone un estudio comparado y transnacional de dos desarrollos cinematográficos poco estudiados en el campo. La articulación entre cine, identidad nacional y diplomacia cultural son un aporte interesante al campo de los estudios que permite pensar en el desarrollo de las industrias culturales no solo en clave local, sino también en relación e

interacción con otros actores de la región. Por último, la apuesta por pensar en la productividad de estos intentos fallidos entre los empresarios argentinos y brasileños resulta de gran importancia para el desarrollo de estudios que no propendan solo a contar la historia de quienes salieron victoriosos y fueron exitosos en el campo de las industrias culturales.

Bibliografía

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

* Paula Martínez Almudevar es Profesora de Historia por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Cursa actualmente la Maestría en Historia de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), y es integrante del Núcleo de Historia Social y Cultural del Mundo del Trabajo del Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES). Email: paulamalmudevar@gmail.com