



La industria invisible. Entre las finanzas y la política. Empresas de cultura popular en la Argentina peronista (1946-1955)

Noemí M. Girbal-Blacha
(CONICET/UNLP/UNQ, Argentina)
ngirbal@unq.edu.ar

Resumen

Los medios de comunicación en la Argentina -y en casi toda América Latina- hacen posible que los migrantes del campo a la ciudad, “los cabecitas negras”, se integren al Estado-Nación y reformulen su identidad en tiempos populistas. El cine y la radio cumplen con esa función y desde este punto de vista pueden calificarse como auténticas industrias, como empresas nacionales que dieron continuidad a la tradición popular y a la nueva cultura de masa. La radio, que se alimenta de las producciones de los medios gráficos que la precedieron, y el cine sonoro desde los años treinta, que se nutre a su vez de la radio, conforman la base de una cultura popular urbana.

La “industria cultural” incluye los sistemas de producción y distribución de bienes y servicios culturales elaborados en gran escala y destinados fundamentalmente a un mercado masivo. El peronismo toma en cuenta los medios de comunicación en tanto forjadores de una cultura popular comprometida con los principios gubernamentales vigentes pero también estandarizada. Intenta trazarles una política y para sostenerla le adjudica recursos financieros, alienta una legislación especial para impulsarlos y ponerlos al servicio de amplios sectores de la sociedad y de su proyecto político. Conocer la legislación que los ampara y promueve, pero esencialmente referir la política crediticia especial de que gozan en esos tiempos las empresas editoriales, radiales y cinematográficas, con sus engarces políticos y el uso que les da un Estado popular, nacionalista y planificador, son los objetivos centrales de este estudio histórico; que se aproxima a las investigaciones de historia de la industria desde un campo poco convencional y escasamente transitado por la historiografía económica.

Palabras clave: PERONISMO-INDUSTRIA-CULTURA-CRÉDITO

Abstract

The mass media in Argentina and in most of Latin America enable the integration of rural-urban migrants, “los cabecitas negras”, into the nation-state. Also, it allowed them to reformulate their identity in populist times. From this point of view, the cinema and the radio fulfilled that function; therefore they can be described as authentic industries. Most national companies gave continuity to the popular tradition and promote the new mass culture. Both radio and film companies took advantage from earlier developments. Concurrently, they built the basis of a popular urban culture using the graphic innovations of newspapers and magazines and transferring radio achievements to sound films since the ‘30s.

The “culture industry” includes the systems of production and distribution of cultural goods and services produced in large scale and intended primarily to a mass market. Peronism recognizes the media’s role as shapers of a popular culture, not only committed to the principles prevailing government but also standardized. In this way, the state holds a special policy in this area and distributes financial resources while encourages an exclusive legislation to promote their expansion. These decisions extend the availability of the media as well as support to the political project of Perón.

The aim of this paper is analyzing legislation that protects and promotes the spread of the media industry during historical peronism, specially attending to the credit policy received by publishing companies, radio and film enterprises. Moreover, we intend to identify and explain the political links carried between this particular industry and the state evaluating its consequences. Understanding these relations requires upholding an unconventional approach on Industry's History, sparsely traveled by economic historiography.

Keywords: PERONISM-INDUSTRY-CULTURE-CREDIT

Recibido: 11 de mayo de 2012

Aprobado: 15 de julio de 2012

“No buscamos una oligarquía cultural,
sino un pueblo con cultura”

(Perón, Juan D., Buenos Aires, Presidencia de la Nación, 1954, p.1)

El Estado peronista y la cultura popular. Un escenario y sus definiciones...

Hoy nadie discute que “la cultura popular es una categoría académica” que ha generado debates acerca de su propia definición conceptual. Esa diversidad puede agruparse -como sostiene Roger Chartier- en dos grandes modelos descriptivos e interpretativos. El que concibe a la cultura popular como “un sistema simbólico coherente y autónomo” y aquél que -preocupado por las relaciones de dominación propias del mundo social- percibe a la cultura popular sólo en relación con la cultura de los que dominan y la define por “su lejanía con respecto a la legitimidad cultural, de la cual ha sido privada”.¹ Desde un punto de vista histórico y sobre estas bases, se han fundamentado modelos cronológicos “que oponen una supuesta edad de oro de la cultura popular, matriz e independiente, y un tiempo de censuras y de coacciones que la descalifican y la desmantelan”.² Más allá de estas disquisiciones teóricas, la cultura popular es un producto sociohistórico, es un “dato” de la realidad, que involucra a los actores sociales en su conjunto y también a sus responsabilidades. Parece interesante, entonces, considerar cómo se conforman las relaciones entre formas impuestas, imperativas, y las identidades afirmadas, sin que esto implique romper continuidades y poniendo de manifiesto que la cultura en si misma es una empresa, un emprendimiento de alcances diversos; es -en suma- una industria, pocas veces visibilizada como tal, aun por la teoría económica.³

Las expresiones “populares” de la cultura, desde las prácticas cotidianas hasta las expresiones culturales consumadas, pueden entenderse como tácticas, como maneras de hacer. En tal sentido, es importante reconstruir las reglas y también las restricciones que gobiernan las prácticas de la representación popular para comprender los vínculos que se tejen entre ellas y las prácticas sociales, que son su

¹ Chartier, (1995), p. 121; Burke, (1984), pp.78-92; Hobsbawm, (1998), pp. 205-219.

² Chartier, (1995), p. 122.

³ Getino, (2008), pp. 40-44.

objeto. Cada discurso o práctica “popular” debe ser analizado mostrando su autonomía pero también su heteronomía.⁴ La cultura popular no es tan homogénea como aparenta y para legitimarse mantiene intercambios sólidos con la cultura letrada y viceversa. Así, “lo popular” califica un “modo de relación”, una manera de utilizar objetos y normas que circulan en la sociedad, vale decir, que los conjuntos culturales populares en sí, se refieren a “modalidades diferenciadas en su apropiación”, a una historia social de los usos e interpretaciones en virtud de determinaciones fundamentales e inscriptas en prácticas específicas que los construyen.⁵

Si la hegemonía es la capacidad de un sector o de un grupo, de una clase social, para generar consenso favorable para sus intereses y transformarlos en intereses generales, el Estado forma parte de su construcción y también del dominio, “que se expresa en el gobierno jurídico y el aparato represivo”. La hegemonía es la situación habitual del gobierno político, busca la homogeneidad, crea un conformismo social y para conseguirlo da batalla en el campo cultural. Hay quienes definen la hegemonía como un cuerpo de prácticas culturales y en este sentido las prácticas de cultura popular constituyen rupturas significativas, muestran independencia y también originalidad. Si se repiensa el concepto de cultura popular a través de la hegemonía se lo puede definir como un sistema de relaciones entre clases sociales, donde se produce consenso pero también resistencia.⁶ Así entendida, “la cultura popular es una cultura de conflicto para las clases dominantes”.⁷

Durante la vigencia del peronismo histórico (1946-1955), que basa su economía en la redistribución del ingreso para favorecer la pequeña y mediana burguesía nacional en un fortalecido mercado interno al que se incorporan los sectores populares ampliados por las migraciones internas agilizadas desde 1930, se suelen desconocer las señas de identidad formales. El análisis del discurso como el estilo retórico son claves para comprender este fenómeno y seguramente estas razones influyen en el apoyo financiero que el gobierno destina a las empresas culturales que lo respaldan.⁸ La participación popular - por su parte- no sólo es el ejercicio regular del sufragio, es asistencia a actos públicos, ritos, festivales, símbolos de identidad colectiva con el ideario democrático-popular. “El tipo de integración del pueblo en la vida política, en que el líder populista piensa es, pues, estético o litúrgico, más que institucional”.⁹

La “seducción populista” se encarna en el estilo personalista de liderazgo carismático, se expresa en un discurso político polémico y maniqueísta, se apoya en mecanismos de patronazgo para plasmar la articulación entre el líder y la base clientelar, que se sustenta en un vínculo casi místico.¹⁰ El discurso y

⁴ Chartier (1995), p. 138.

⁵ Chartier (1995), p. 128.

⁶ Zubieta (2000), pp. 37-41; Williams, (1980); Hall, (1984), pp. 95- 108; Sigal, (1991), pp. 25-38.

⁷ Zubieta (2000), p. 41.

⁸ Altamirano (1999), pp. 314-324; Ciria, (1984), cap. 4.

⁹ Alvarez Junco y Gonzalez Leandri (1994), p. 26; Neiburg (1998), pp. 49-94.

¹⁰ Quattrocchi-Woisson (1997), pp. 161-183; Neiburg (1998).

la retórica populistas radicalizan el elemento emocional, y a través del discurso otorgan nuevo sentido a palabras y actitudes clave de la cultura política de la época. Por estas razones los líderes populares, como ocurre con Juan D. Perón, hacen un uso creativo de los medios de comunicación como la radio, el cine, la prensa, la propaganda. Son estos medios los que actúan como mediadores entre el partido y la sociedad civil, recibiendo el apoyo legislativo y también crediticio del sistema bancario argentino, nacionalizado desde 1946. Puede afirmarse que Perón tiene la habilidad de recoger las experiencias privadas de los trabajadores y volverlas públicas; de tomar sus estilos de vida, sus valores y afirmarlos tal como se presentan, a través -por ejemplo- de las más diversas empresas de cultura popular.¹¹ “Tal vez el principal efecto del populismo fue el acceso, para grandes grupos sociales, a la dignidad simbólica de ser alguien, de ser seres humanos, en sociedades excluyentes y racistas”.¹²

Los medios de comunicación posibilitan en la Argentina -y en casi toda América Latina- que los migrantes del campo a la ciudad, “los cabecitas negras”, se integren al Estado-Nación y reformulen su identidad. El cine y la radio cumplen en gran medida con esa función y desde este punto de vista pueden calificarse como auténticas industrias, como empresas nacionales. “En la Argentina, el radioteatro posibilitó un espacio de continuidad entre la tradición popular anterior (rural) y la nueva cultura de masas (urbana). Los primeros héroes de los seriales radiofónicos eran los mismos gauchos forajidos que entretenían al público de la campaña en las representaciones teatrales del Circo de los hermanos Podestá y otras compañías populares”.¹³ La radio, que se alimenta de las producciones de los medios gráficos que la precedieron, y el cine sonoro desde los años treinta, que se nutre a su vez de la radio, conforman la base de una cultura popular urbana, “que es una de las claves de la cultura nacional”.¹⁴

Con estos argumentos y porque la “industria cultural” incluye a “los sistemas de producción y distribución de bienes y servicios culturales elaborados en gran escala y destinados fundamentalmente a un mercado de características masivas”, el peronismo toma en cuenta los medios de comunicación en tanto forjadores de una cultura popular comprometida con los principios gubernamentales vigentes pero también estandarizada (aunque esta afirmación no sea absolutamente compatible con la óptica de la Escuela de Frankfurt).¹⁵ Intenta trazarles una política y para sostenerla le adjudica recursos financieros, alienta una legislación especial para impulsarlos y ponerlos al servicio de amplios sectores de la sociedad y de su proyecto político. Conocer la legislación que los ampara y promueve, pero esencialmente referir la política crediticia especial de que gozan en esos tiempos las empresas editoriales, radiales y cinematográficas, descubriendo al mismo tiempo sus engarces políticos y el uso que les da un Estado popular, nacionalista y planificador, son los objetivos centrales de este estudio histórico; que se

¹¹ De Ipola (1983); Torres Ballesteros (1987); Laclau (1988); Sirven (1984); Altamirano (1999).

¹² De la Torre (1994), p. 58; Altamirano (1999).

¹³ Zubieta (2000), p. 228.

¹⁴ Ford y Rivera (1990), p. 27.

¹⁵ Di Tella y colaboradores (2004), pp. 372-373.

aproxima a las investigaciones de historia de la industria desde un campo poco convencional y escasamente transitado por la historiografía económica.

Acerca de la legislación radial y de fomento editorial y cinematográfico

El peronismo en el poder propone -por las razones enunciadas- un proyecto de institucionalización de los medios, basado en: 1) la fuerte relación de la producción nacional con el mercado popular interno; 2) el desarrollo de una infraestructura propia; 3) la formación de cuadros de profesionales de los medios e incluso creadores de géneros propios; y, 4) la tendencia a desplazar las inversiones extranjeras directas y controlar algunas influencias indirectas externas (como las de las agencias internacionales de noticias). Si bien el proyecto no se concreta en su totalidad, el gobierno liderado por Juan Perón controla la información e instrumenta -como lo hiciera en otros ámbitos- políticas de protección industrial, de defensa de la cultura nacional y de agremiación de los hombres de los medios.¹⁶

La concentración de los medios de difusión en tiempos de la gestión peronista recoge iniciativas emanadas del golpe militar del 4 de junio de 1943, y su uso propagandístico al servicio del aparato estatal es la nota distintiva.¹⁷ El 28 de mayo de 1946 se publica en el *Boletín Oficial* el “Manual de Instrucciones” para la práctica radiofónica, que en sus 307 artículos establece un férreo control y aconseja evitar las críticas, promoviendo la difusión de un boletín oficial de noticias en cadena. Aunque las emisoras radiales también reciben créditos oficiales superiores al millón de pesos para importar elementos que mejoren las transmisiones, el control sobre ellas es estricto. Varios empresarios (encabezados por Jaime Yankelevich propietario de radio Belgrano y pionero en la actividad radial)¹⁸ no tardan en vender, por bajos precios, sus emisoras al gobierno. La radio adquiere su organización básica el 13 de octubre de 1953 mediante la ley 14.241, que crea cuatro grandes redes de radiodifusión controladas y administradas por el oficialismo: del Estado, Belgrano (que se integra al Canal 7 oficial de televisión a cuyo frente está el empresario y delegado personal de Perón, Jorge Antonio), Splendid (vinculada al diario oficialista *La Razón* y a los nexos comerciales y financieros del gobernador bonaerense Vicente C. Aloé) y El Mundo (a cargo de los ultraperonistas Vicente Carlos y Dante Aloé), al margen de las emisoras privadas otorgadas por licitación.¹⁹ Al caer el gobierno peronista -en 1955- unos dos mil discursos del Presidente

¹⁶ Girbal-Blacha (2002), pp. 7-37.

¹⁷ Antecedentes y detalles en Ulanovsky (1995), pp. 139-149; Sirven (1984).

¹⁸ En octubre de 1952 Radio Belgrano recibe un préstamo con ese fin por 1.252.000 pesos, con garantía solidaria de los herederos de Jaime Yankelevich y un interés del 6%. Por entonces la empresa reconoce un activo de 13.229.608 pesos, un pasivo de 9.972.708 pesos y un capital supuesto de 3.256.900 pesos. Archivo del BNA (1952), t. CCLI, f. 89.

¹⁹ Ford y Rivera (1990), pp.40-41; Ulanovsky (1995), pp. 226-227.

Perón quedan archivados en Radio del Estado, como una muestra del uso frecuente que hacía de este medio de comunicación masiva.²⁰

Las disposiciones vigentes entre mediados del decenio de 1940 y mitad de los años cincuenta, limitan la actuación de músicos extranjeros y dispone la participación de un 75% de músicos argentinos. Porcentual que se mantiene en la contratación artística hecha por las emisoras. Los programas radiales tipifican la sociedad argentina de entonces: el inmigrante, el empleado, el ama de casa, el cadete de oficina, la familia. La emisión de música grabada se limita a un 30%, es “el gran momento del folklore”,²¹ que restringe el negocio de las compañías de grabación, creando puestos de trabajo para los intérpretes; en medio de un clima de reformas sociales que agita, como en otras actividades productivas, las aguas de los medios de comunicación, respecto de quiénes deben hacerse cargo del pago de los nuevos beneficios laborales concedidos a los trabajadores.²²

Entre 1947 y 1955 el gobierno de Perón administra o controla todas las emisoras del país (excepto LV8 Radio San Juan, perteneciente a la familia de bodegueros Graffigna, muy ligada a la Iglesia católica). Desde 1950 son tiempos de producir y ahorrar más, consumiendo menos, y el gobierno peronista refuerza su presión sobre los medios de comunicación. Se transmite diariamente por la cadena nacional “Pienso y digo lo que pienso”, un microprograma ideado por el secretario de Informaciones Raúl Apold para ampliar la propaganda oficial. Los libretos se refieren a los niños como los únicos privilegiados, a los beneficios de los trabajadores, a la dignificación de la mujer, a la industria nacional, al deporte, a la vivienda popular. Al morir Eva Perón, el 26 de julio de 1952, la radio -tal como lo hiciera con otros actos oficiales- cumple una misión importante, la de recordar el acontecimiento no sólo durante las dieciséis jornadas del velatorio, sino todos los días hasta 1955, cuando a las 20,25 hs. -hora de la muerte de Evita- por la cadena nacional se recuerde a la sociedad argentina que “son las 20,25, hora en que Eva Perón pasó a la inmortalidad”. La radio, quizás más que otros medios de difusión, cumple -por su alcance y carácter masivo- un papel singular en la peronización de la sociedad argentina.

Las relaciones entre el gobierno peronista y la prensa también son rípidas, en el contexto de enfrentamiento entre Juan Perón y los Estados Unidos que comprende también a la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).²³ El 21 de noviembre de 1946, el decreto 19.270 dispone que “todos los organismos de la Administración Nacional incluyendo reparticiones autárquicas, etc. y los bancos oficiales por intermedio del Banco Central remitirán a la Subsecretaría de Informaciones los pedidos de publicación o difusión de sus anuncios o textos publicitarios”. Es esta repartición la que se coloca al frente de la centralización y distribución de toda la información oficial, no pudiendo ninguno de los organismos

²⁰ Ulanovsky (1995), pp. 162-163.

²¹ Ulanovsky (1995), pp. 165-166.

²² Ulanovsky (1995), pp. 152-156.

²³ En 1951 se expropiaron las instalaciones y los bienes del diario opositor *La Prensa*, transfiriéndoselos a la Confederación General del Trabajo (CGT).

mencionados por sí, “contratar ni comprometer, directa ni indirectamente suma alguna en concepto de publicación o difusión”.²⁴ El oficialismo avanza a través de la creación de la Secretaría de Prensa y Difusión y la implementación de un aparato periodístico privado al servicio del Estado, que termina por controlar la Editorial Haynes y diarios como *La Razón*, *Crítica*, *Democracia*, *La Época* y *Noticias Gráficas*, entre otros. Al mismo tiempo, promueve la instalación de empresas culturales cercanas a sus propósitos políticos, como la Editorial Abril, que se relaciona con capitales y tecnología italianos.

El 4 de febrero de 1948 el Poder Ejecutivo Nacional da a conocer el decreto 3.335 vinculado a los principios de la ley 13.049 y autorizando al gobierno a convenir con los organismos que integran el sistema del Banco Central de la República Argentina la inversión de 25 millones de pesos moneda nacional en la constitución de un fondo especial para créditos extraordinarios de ayuda y fomento a las editoriales argentinas constituidas como tales al 1 de enero de 1946 y que imprimen en el país. A esta disposición se suman las que disponen que los Bancos de la Nación Argentina y de Crédito Industrial Argentino otorguen préstamos extraordinarios, conforme a sus respectivas Cartas Orgánicas. Sobre estas bases, el Banco de la Nación Argentina (en adelante BNA) atiende los requerimientos crediticios de las editoriales de carácter comercial que hacen imprimir sus obras por terceros (art. 4) y el Banco de Crédito Industrial Argentino (en adelante BCIA) se ocupa de los préstamos a las editoriales que imprimen sus obras en talleres propios (art. 5). En todos los casos -y aunque no siempre se cumpliera con la norma- los créditos acordados no pueden superar el 50% del capital integrado (art.5). El plazo máximo para saldar los préstamos se fija en 5 años, con amortizaciones trimestrales y un ventajoso interés anual del 5%, cuando la tasa ordinaria de mercado oscila entre el 6 y el 7%.²⁵

El contralor estatal queda asegurado por dos disposiciones complementarias del decreto. Por un lado a través del control de “la obra cultural que realiza la solicitante”, la cual queda bajo la responsabilidad de la Sociedad Argentina de Editores (art. 7) y, además, porque “las resoluciones por las que se acuerden los préstamos deberán ser aprobadas por el Poder Ejecutivo, con intervención del Ministerio de Finanzas, lo que se hará constar en los contratos que se celebren con los respectivos beneficiarios” (art. 14).²⁶

Si la producción de libros es importante para la Argentina de entonces, donde la lectura ocupa amplios espacios en la sociedad de inclusión que se propone desde el gobierno, también lo es la circulación de diarios en el mercado nacional. El papel para su edición²⁷ ocupa un lugar destacado en la indus-

²⁴ Archivo del BNA, *Expediente 62964*, Buenos Aires, 1946.

²⁵ Rougier (2001).

²⁶ Ministerio de Finanzas de la Nación, BCIA, *Reglamentaciones sobre créditos especiales*, s.d.t., mimeo, pp. 8-12.

²⁷ El esqueleto celulósico de las fibras, desprovisto de impurezas constituye la pasta química, comúnmente denominada celulosa y que constituye el material básico para la fabricación del papel para diarios. Este elemento es el que confiere al papel una mayor resistencia a los rayos solares, y una superficie apropiada para la edición. El otro material utilizado, es la pasta mecánica obtenida mediante una enérgica molienda de la madera en muelas especiales. El papel para diario se compone de un 25% de pasta química y un 75% de pasta mecánica.

tría del ramo. Por su complejo proceso de elaboración, hacia los años cincuenta hay en el país una sola empresa que produce papel para diarios en forma continua, tanto en su planta de Zárate (provincia de Buenos Aires) como en la que posee en Capitán Bermúdez (provincia de Santa Fe); es decir, que el grueso del papel para diarios se importa. Cuatro son las principales empresas elaboradoras de pasta celulósica, materia prima fundamental para la fabricación de papel y cartón. Celulosa Argentina SA es la más importante de todas, por su producción y capital social.

Cuadro 1: Empresas elaboradoras de celulosa (1954)

Empresa	Capital social (m\$ <i>n</i>)	Ubicación	Producción (ton. anuales)
Celulosa Argentina SA	234.470.000	Santa Fe, Buenos Aires, Tucumán, Misiones	36.500
Papelera Río Paraná SA	25.620.270	Campana (Buenos Aires)	4.500
Cía Papelera del Norte de Santa Fe SA	7.000.000	Villa Ocampo (Santa Fe)	3.600
Fábrica Argentina de Cartones SRL	880.000	Cañada de Gómez (Santa Fe)	700

Fuente: BCIA, Departamento de Economía, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, p. 233, 1946-1954.

La producción nacional de pastas celulósicas es insuficiente, pero crece de manera sostenida. En 1939 se producen 23.098 toneladas, en 1946 asciende a 34.798 y en 1952 -año de crisis económica aguda en el país- a 37.840 toneladas. La relación entre el producido y la importación del producto da valores en descenso para el primero. La producción nacional que en 1946 representa un 41,1% del total consumido, en 1952 desciende a un 30,5%, registrándose un aumento superior al 60% del consumo total.²⁸ Las cuotas de importación de papel para diario y su distribución las fija el gobierno, constituyéndose en un “torniquete” político, que se apresta a promover fidelidades.

La industria cinematográfica argentina es otro rubro que recibe el apoyo explícito del gobierno de la Nación. Uno de los primeros estímulos es el del 5 de agosto de 1944 mediante el decreto-ley 21.344, estableciendo la obligatoriedad de exhibir películas argentinas de largometraje en todas las salas del país.²⁹ Una disposición que se convierte en ley (12.999) el 6 de agosto de 1947, reglamentándose por el decreto 37.845 de ese mismo año. Un punto de partida para varias medidas oficiales en apoyo de esta actividad de notable importancia político-económica, durante la vigencia del Estado nacionalista, popular, benefactor y planificador liderado por Juan Perón. El decreto 26.012 de 1948 es el que establece un sobreprecio en las entradas a las salas cinematográficas, “de cuyo producido el 30% se destina al fomen-

²⁸ BCIA, Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, 1946-1954, p. 240.

²⁹ Archivo del BCIA, *Industria Nacional de Cinematografía. Informe 2, preparado por CA Cinto Courtaux*, Buenos Aires, s.d.t., mimeo (21 10 6691 2), fs. 120-123.

to y mejoramiento de películas argentinas de largometraje” y el resto se distribuye entre la Fundación de Ayuda Social Eva Duarte de Perón, el Sindicato Industria Cinematográfica Argentina y la entidad gremial que agrupa al personal de exhibidores.³⁰

Los créditos especiales, por su parte, están a cargo del BCIA, que por resolución del 17 de marzo de 1948 aprueba la primera reglamentación de préstamos de fomento a la industria cinematográfica argentina. Se dispone el acuerdo de créditos a películas terminadas, por un monto no superior al 70% del costo estimado; no se exige a las empresas garantías reales sino “tener constituida una organización estable y la responsabilidad necesaria para ser considerada una unidad industrial”,³¹ aunque sí las obliga a reservar de sus recaudaciones las sumas necesarias para atender el servicio del crédito, amortizable en 12 cuotas bimestrales con un interés anual preferencial del 4%. Para dichos acuerdos, el Banco recibe el asesoramiento de una comisión integrada por el director general de Espectáculos Públicos -que la preside- y tres productores. Una forma de gestionar el crédito que involucra una vez más a las decisiones políticas

El 4 de noviembre de 1949 se promulga la ley 13.651, reglamentada por el decreto 16.688 de 1950,³² que modifica la anterior ampliando las atribuciones del Poder Ejecutivo Nacional para determinar quiénes gozarán de los beneficios de la legislación vigente. Estos instrumentos legales permiten la colocación en el mercado nacional de las películas a producirse por los estudios locales, mientras otras disposiciones limitan la entrada al país de películas extranjeras. El apoyo bancario oficial está asegurado a través de nuevos créditos especiales; en este caso, para cumplir con los planes de filmación en el territorio argentino.

Con el propósito de apoyar y promover la producción de películas cinematográficas que “por su tema, naturaleza y realización constituyen un acabado exponente cultural, artístico o científico”, el 4 de abril de 1950 el Directorio del BCIA, resuelve otorgar préstamos al efecto. La operatoria está dirigida a las empresas con “probada capacidad técnica, directiva y artística e intachables antecedentes bancarios y comerciales” aunque arrienden las instalaciones y equipos, a satisfacción del Banco, y siempre que -casi como un reaseguro político- la película sea evaluada por la institución financiera como “merecedora del apoyo especial” reglamentado. Los préstamos se acuerdan en cuenta corriente ordinaria a 180 días de plazo, renovable automáticamente hasta 3 años, siempre con un interés de preferencia del 4% anual y por un monto de hasta un 70% del costo de la película a producir, con garantía prendaria sobre el nega-

³⁰ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs. 2 y 32-36, Buenos Aires, 1955. La aplicación del Decreto 26.012/48 está a cargo de una comisión denominada “Convenio Fundación Eva Perón y Fomento Cinematográfico Argentino y es APPA (Asociación Productores de Películas Argentinas), la que distribuye el porcentaje entre los productores.

³¹ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 64, Buenos Aires, 1955.

³² Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 50-54, Buenos Aires, 1955.

tivo y las copias del film a favor del Banco; es decir una garantía que difícilmente permita un recupero de la suma prestada en caso de deudas no saldadas en los tiempos estipulados.

La resolución intenta corregir los defectos de la normativa vigente, que no se adecua “íntegramente a las necesidades de la industria y a que los productores amparados en deficiencias que ofrecía el régimen adoptado, no cumplían con sus disposiciones”.³³ Para el acuerdo de estos préstamos es requisito una directa intervención de los organismos del Estado, cuyo contralor se ejerce a través de la Dirección General de Espectáculos Públicos y otras entidades especializadas en el tema según el asunto de la película ya realizada o a realizarse. Por otra parte, la empresa beneficiaria debe reconocer que “el Banco tendrá el derecho de hacer practicar, por intermedio de sus técnicos, todas las verificaciones e inspecciones que considere necesarias, a efectos de comprobar el cumplimiento de las disposiciones establecidas y la forma en que se desenvuelven sus actividades”, de lo contrario, la resolución dispone que “la obstaculización de la facultad de contralor que se reserva el Banco, motivará sin necesidad de interpelación alguna la caducidad de los plazos acordados y la exigibilidad inmediata de la deuda”. El riesgo financiero estatal no tiene correspondencia con el “riesgo” político cultural, que resulta garantido por la intervención directa de las instituciones del Estado peronista.³⁴

Por entonces y conforme a las directivas del Ejecutivo Nacional, el Banco de Crédito Industrial Argentino, como apoyo a la producción de películas cinematográficas nacionales en tanto expresión “de la actividad cultural y artística de la Nación”, generadoras de empleo y contribuyentes al “mejor conocimiento del país en el extranjero”, resuelve otorgar una línea de préstamos que atiendan este rubro industrial. Serían beneficiarios de esta operatoria, las empresas radicadas en el país que -a juicio del Banco- tengan una organización estable, sean solventes, posean unidades industriales autónomas, que hayan producido en el país tres películas de largometraje en el año anterior a la solicitud o no antes de 18 meses y que cuenten con recursos financieros propios (además de los solicitados al Banco) para financiar la producción proyectada. La disposición indica -aunque no siempre se haya cumplido en la práctica- que cada préstamo debe resolverse “teniendo en cuenta la situación económico-financiera de la empresa”. El importe otorgado no sería superior al 70% del costo estimado por el Banco para cada película. El plazo de reintegro es bienal, con una ampliación que no supere los 120 días; debiendo la empresa depositar en el Banco mensualmente el 70% de los ingresos percibidos por las recaudaciones derivadas de la exhibición de las películas sobre las que el Banco haya acordado estos créditos especiales. El objetivo es integrar un fondo especial para realimentar el sistema de créditos con este perfil.³⁵

³³ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 2-3, Buenos Aires, 1955.

³⁴ Ministerio de Finanzas de la Nación, BCIA, *Reglamentaciones sobre créditos especiales*, s.d.t., mimeo, pp. 47-53.

³⁵ Ministerio de Finanzas de la Nación, BCIA, *Reglamentaciones sobre créditos especiales*, s.d.t., mimeo, pp. 54-59.

También en este caso el Estado se reserva el derecho de intervenir en las actividades de la empresa para preservar una opinable “calidad de las películas que se producen” y también la confiabilidad del argumento fílmico, que no debe contradecir la política sustentada desde el oficialismo. Existe un requisito previo para la obtención del crédito: la consulta a la Dirección General de Espectáculos Públicos; ente que debe opinar “sobre el valor cultural, moral y artístico de la película y sobre el importe máximo que a su juicio podría acordarse, teniendo en cuenta su costo y la recaudación probable”.³⁶ Una vez más, no son sólo cuestiones financieras las que deciden el otorgamiento o no de los créditos de referencia. Sin dudas es un instrumento para hacer política y reclamar fidelidades, que sin estas financiaciones no se consiguen.

La aplicación de las resoluciones de 1950 no alcanza los objetivos esperados. El 20 de noviembre de 1952 una nueva resolución del Directorio del BCIA pone en vigencia la Reglamentación de préstamos de promoción a la producción cinematográfica. La propuesta es alentar la producción de películas impresas de elevada calidad y capaces de reforzar la identidad nacional, “que por su naturaleza, tema y realización constituyan o puedan constituir auténticas expresiones del alma argentina en sus más puras manifestaciones sociales, artísticas, económicas y científicas, que sirvan para mostrar al mundo nuestro estilo de vida a la vez que para reafirmar en el pueblo el sentimiento y la emoción de su propio valimiento”.³⁷ Son tiempos de crisis económica y las condiciones de liquidación del préstamo se modifican. El monto del acuerdo se entrega en 3 cuotas iguales; una al efectuar el 30% de la película proyectada, la segunda al cumplir con el 70% y la tercera al concluir la filmación, manteniéndose la garantía prendaria sobre el negativo y las copias de la película objeto del crédito.

Dos decretos del Ejecutivo Nacional complementan el contralor de la ley 12.999. Ellos otorgan atribuciones especiales a la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación, encargada de “vigilar” el cumplimiento de esas disposiciones legales, para “resolver sobre el terreno, con la premura que las situaciones requieran, los casos de excepción”.³⁸ Este decreto 11.731 del 3 de diciembre de 1952, fija en una semana la permanencia mínima de una película argentina en la sala de estreno. El 12 de ese mes, el decreto 12.572 refuerza la medida, indicando que “las películas argentinas gozarán en las salas de espectáculos, como mínimo, de todas las ventajas y privilegios que se acuerden a las extranjeras”.³⁹

³⁶ Ministerio de Finanzas de la Nación, BCIA, *Reglamentaciones sobre créditos especiales*, s.d.t., mimeo, pp. 58.

³⁷ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 80, Buenos Aires, 1955.

³⁸ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 55, Buenos Aires, 1955.

³⁹ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 57, Buenos Aires, 1955.

Al año siguiente, cuando se pone en vigencia el Segundo Plan Quinquenal y el Estado peronista exige adhesiones y fidelidades de modo explícito, emite una declaración oficial que dice que “el intelectual y el artista serán protegidos por la acción del estado, que los asistirá técnica y económicamente”.⁴⁰ Un par de nuevos decretos del Ejecutivo Nacional, el 5.593 y el 8.891, refuerzan la intervención estatal en esta materia, mientras aumenta el contralor político que ejerce el gobierno sobre la sociedad en su conjunto. El primero de los decretos crea el Consejo Consultivo Cinematográfico Argentino, compuesto por nueve miembros titulares e igual número de suplentes que representarían a los productores, a los obreros, a los artistas, a los autores, a los directores, a los exhibidores y a los laboratorios cinematográficos, siendo designados en todos los casos por el Ejecutivo. Cuatro representantes oficiales asesorarían “*ad honorem*” al organismo, rotándose en la presidencia del mismo. Permanecerían en sus cargos hasta ser revocados por el gobierno. Su labor es de singular importancia para el poder político, resultando obligatoria su asistencia a todas las reuniones del Consejo, con la indicación de que “de sus opiniones se dejará expresa constancia en actas que se labren al efecto”.⁴¹ El objetivo del Consejo es explícito: estudiar y asesorar en “todas las cuestiones atinentes a la industria cinematográfica”. Sus resoluciones deben ser tenidas en cuenta por los organismos estatales respectivos, pudiendo su presidente “decidir si alguna de ellas, por razones de interés general, no debe ser publicada”.⁴²

El decreto 8.991, por su parte, designa a los representantes para conformar dicho Consejo Consultivo, dando muestras inequívocas de la intervención directa del Ejecutivo Nacional en la designación de los representantes de las compañías y de los actores y directores, que resultarían los más cercanos al aparato político peronista; los mismos que suelen beneficiarse con el crédito especial del sistema bancario oficial, que desde ese año afina los requisitos que deben cumplir quienes obtengan el auxilio financiero del gobierno.

El crédito y las industrias vinculadas a cultura popular

La estadística muestra los alcances efectivos de la legislación bancaria vigente en materia de créditos a estas áreas industriales. Así, por ejemplo, el rubro papel y cartón que en 1944 registra 14 operaciones por valor de 781.500 pesos, en 1946 eleva el primer guarismo a 75 y el monto a 3.544.500 de pesos y en 1954 a 477 y 40.306.000 pesos respectivamente; las 10 operaciones por un monto total de 168 mil pesos registrados en 1944 para el rubro imprentas, publicaciones y análogos, crecen a 215 operaciones por valor de 4.053.859 pesos en 1946 y a 866 y 47.513.000 pesos respectivamente en 1954. Por su parte, los

⁴⁰ Presidencia de la Nación, *Segundo Plan Quinquenal*, p. 101, 1953.

⁴¹ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 59, Buenos Aires, 1955.

⁴² Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 59, Buenos Aires, 1955.

dos créditos ofertados para el rubro de estudios cinematográficos por valor de 850 mil pesos se multiplican apenas iniciado el gobierno peronista y alcanzan en 1955 a 34 operaciones por un importe de 26.973.020 pesos.⁴³

En 1955 el BCIA declara que “la industria papelera fue objeto de un tratamiento preferencial, debido a la estrecha vinculación que esta actividad tiene con el comercio y con las empresas gráficas y editoriales”. Un apoyo que la institución bancaria reitera para las empresas cinematográficas, entendiendo que cumplen una importante función de divulgación social, artística, económica y científica; aunque reconoce que “al cabo de varios años se ha llegado a una situación que puede calificarse de desastrosa”, ante las múltiples deudas incobrables que este renglón registra en la contabilidad bancaria.⁴⁴

3.1. Las empresas de edición

Las impresiones en talleres gráficos se pueden dividir en dos grandes grupos, que tienen características y mercados diferentes; por un lado está la edición de libros y revistas, y por otro, la de impresos generales (comerciales, propaganda, etc.). Los libros son apreciados como “una mercadería internacional”, ya que se destinan a un mercado amplio. Las empresas editoras suelen regirse por criterios comerciales e industriales, aunque algunas impresiones son un complemento necesario de las actividades del comercio y la industria del país; las modalidades de propaganda de la época parecen exigirlo. En ambos casos esta industria aparece asociada a materias primas como el papel, el cartón, las cartulinas, las tintas, que dependen en general de la importación; especialmente cuando la producción local resulta más costosa.

En 1947 la publicación de diarios, periódicos y revistas alcanza su mayor producción. Comparado con el índice 100 de 1943, en el año 1947 el volumen físico de producción representa 147,8.⁴⁵ A partir de 1950, y como consecuencia del comienzo de la guerra de Corea, los precios internacionales del papel se triplican. El Banco Central autoriza entonces la compra en el exterior (Finlandia, Suecia, Italia, Austria, Francia, Reino Unido y Noruega) de importantes cantidades del producto y de celulosa.

Dos años después, el Estado reconoce que la maquinaria para producir papel nacional es obsoleta. Declara que existen muchas dificultades para aprovisionarse de los repuestos de las máquinas, incrementando los costos de producción. Por su parte, la documentación bancaria cuando hace un diagnóstico de la industria editorial, reconoce el impulso “considerable en cantidad, y su difusión”, especialmente a partir de 1936, cuando con motivo de la guerra civil española se instalan en el país varias editoriales radicadas en aquel país europeo. A esta situación se suma la alfabetización creciente de varios

⁴³ Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria y balance años 1946, 1955, 1947-1956*.

⁴⁴ Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria y balance. Duodécimo ejercicio, 1955*, pp. 23-24 y 28, 1956.

⁴⁵ BCIA, Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, p. 262, 1946-1954.

países iberoamericanos que aumenta el consumo de libros; factores que hacen posible el rápido desarrollo de la industria editorial y gráfica argentina. La estadística calcula que en 1947 se exporta un 65 % de la producción total de libros y estima, para 1953, en unos 200 los establecimientos que editan toda clase de libros.⁴⁶

El crecimiento no siempre tiene en cuenta las necesidades del mercado. Muchos editores se improvisan como tales, mientras las editoriales con mayor antigüedad muestran su conocimiento del negocio. De todos modos, el Estado peronista hará un uso creativo de contralor de este importante mecanismo de propaganda y acción cultural, promulgando la ley 13.049, que reglamentada el 4 de febrero de 1948 (decreto 3.335) dispone la ayuda y fomento a las editoriales argentinas, mediante créditos extraordinarios otorgados por la banca oficial. La industria editorial argentina entra en una etapa expansiva, sólo afectada por el proteccionismo que España y México brindan a sus editoriales, desde la inmediata posguerra.

En 1951, se suma a la difícil situación económica, el incremento de los costos de este sector industrial. El Banco Central dispone (circular C 1550, de 20/12/1951) entonces reglamentar las exportaciones de libros impresos en el país, que desde entonces no pueden ser abonadas en moneda argentina por los compradores del exterior. Desde mediados de 1953, la industria editorial argentina siente el impacto negativo de ambas situaciones y las Secretarías de Comercio Exterior y de Finanzas se aprestan a subsidiarla. Por resolución conjunta 509 del 21 de agosto de ese año, fijan en 6,00 pesos moneda nacional la paridad cambiaria con el dólar para la venta al exterior de libros editados e impresos en el país; teniendo en cuenta que “la participación del libro argentino en los mercados extranjeros se ve seriamente amenazada por las dificultades con que tropiezan nuestros editores para poder competir con la producción de otros países”.⁴⁷

Las grandes imprentas que publican libros clásicos del pasado argentino y de la literatura universal, documentos oficiales, papel moneda, billetes de lotería, estampillas, etc. -como Guillermo Kraft Ltda. que iniciara sus actividades en el país en 1864 y la SA Jacobo Peuser que con el nombre de “*Librería Nueva*” fuera fundada en Buenos Aires en 1867-⁴⁸ no tardan en adherir al oficialismo y continuar

⁴⁶ BCIA, Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, pp. 258-261 y 263, 1946-1954.

⁴⁷ BCIA, Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, p. 262, 1946-1954.

⁴⁸ El 4 de mayo de 1864, don Guillermo Kraft, dibujante y litógrafo alemán llegó al país y fundó en Buenos Aires un pequeño taller de impresiones que se convertiría en la base del importante establecimiento de artes gráficas que acompañará el rumbo de las ediciones argentinas. A la muerte del fundador ocurrida en 1893, la empresa queda a cargo de su hijo mayor Guillermo que cursara estudios técnicos en Berlín y Londres. La “*Librería Nueva*” es fundada por el joven alemán de 24 años Jacobo Peuser el 20 de abril de 1867 en un modesto local porteño, que se amplía al año siguiente con la adquisición de la librería de José Bernheim y -más tarde- con la librería inglesa de Vázquez Millán y Cía. Desde 1891 se instaló en Cangallo y San Martín (Buenos Aires), “la esquina de

como editoras de la folletería del gobierno y de guías, anuarios, almanaques de las diversas reparticiones oficiales. Refuerzan así su nivel financiero al amparo de estas resoluciones protectoras emanadas desde el gobierno nacional. En 1943, la SA Casa Jacobo Peuser Ltda tiene un capital en giro de 11.764.342,16 de pesos, posee cuatro establecimientos gráficos distribuidos en Buenos Aires, Rosario, Mendoza y La Plata, seis puestos de venta en la Capital Federal y otros cinco en el interior. Sus ventas suman unos 11 millones de pesos, dando ocupación a un total de 2.206 obreros y empleados que cuentan con los beneficios de la Asociación Mutual y Social Peuser.⁴⁹ Otras imprentas, más distantes del peronismo languidecen o pasan por serias dificultades (Emecé Editores, por ejemplo) al no contar -sino circunstancialmente y de manera acotada- con el apoyo financiero estatal.

En 1952, a pesar del cambio de rumbo en la economía y la crítica situación por la que pasan las finanzas públicas, la Gerencia Comercial del BNA abre varios créditos documentarios por más de un millón de pesos a favor del Guillermo Kraft Ltda SA para importar máquinas de origen francés, cuando la firma adeuda a la entidad bancaria 9.969.003 de pesos, registra un pasivo de 38.796.114 pesos y declara un capital líquido de 33.812.729 pesos.⁵⁰

Dos años después y en medio del ajuste económico-financiero, que propone a la sociedad argentina, producir y ahorrar más mientras se consume menos, el BCIA estima “que la acción a desarrollar por esta Institución debe tender a la consolidación de las empresas existentes por un mejoramiento de sus procesos de producción, con el fin de lograr un ejemplar perfeccionamiento técnico, y por sobre todo, una reducción de sus costos de explotación”.⁵¹

Peuser” como la llaman los porteños. Buonocore, (1988), pp. 59-61; Amigos del Libro de Buenos Aires, (1949); Peuser LTDA, (1943).

⁴⁹ Peuser LTDA, (1943), pp.67-68.

⁵⁰ Archivo del BNA, *Libro de Actas del Directorio*, t. CCLI, fs. 102-103, octubre 1952.

⁵¹BCIA, Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, p. 265, 1946-1954.

Cuadro 2: Situación financiera de las principales imprentas, librerías y papeleras (1946-1955)

Empresa	Año	Deuda con BNA (en pesos)	Responsabilidad (\$)	Observaciones
Guillermo Kraft Ltda SA (Imprenta)	1946	566.184,36	1) 13.169.816,03 2) 5.392.910,00 3) 7.776.906,03	
	1950	3.936.657,46	1) 59.245.382,00 2) 25.216.013,00 3) 34.029.369,00	
	1952	7.366.149,00	1) 72.608.843,00 2) 38.796.114,00 3) 33.812.729,00	1952: deuda BCIA es de \$22.700.314
SA Papelería, librería e imprenta Casa Jacobo Peuser	1947	2.000.000,00	1) 19.862.831,83 2) 8.372.056,45 3) 11.490.775,38	
	1949	1.797.500,00	1) 35.926.019,00 2) 14.767.088,00 3) 21.158.931,00	Dividendos \$2.693.760
	1951	1.082.800,00	1) 58.596.625,00 2) 27.202.644,00 3) 31.393.981,00	Ventas en 1951: \$60.536.578 1953: deuda BCIA es de \$4.300.925
SA "La Razón" Diario de la tarde. (Publicación del diario y trabajos de imprenta)	1949	1.047.100,00	1) 5.905.126,00 2) 2.595.843,00 3) 3.309.283,00	
	1950	3.848.135,00	1) 8.658.180,00 2) 5.938.336,00 3) 2.719.844,00	
	1951	No registra deuda	1) 15.133.527,00 2) 12.434.692,00 3) 2.698.692,00	Capital realizado \$2.500.000
Editorial Difusión SA	1950	No registra deuda	1) 9.622.858,00 2) 5.798.493,00 3) 3.824.365,00	
	1953	No se consigna deuda	1) 14.764.858,00 2) 10.916.320,00 3) 3.847.965,00	Situación económica y financiera deficiente y desequilibrada.
Papelera Río Paraná SA (Fábrica de celulosa y papel)	1950	2.000.000,00	1) 27.949.069,00 2) 5.694.577,00 3) 22.254.492,00	En 1952 goza de préstamos de BCIA con garantía prendaria, por valor de \$13.000.000

Fuente: Archivo del BNA y Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino (Banco Nacional de Desarrollo – BANADE- en liquidación), *Libros de Actas del Directorio*, años 1946-1955. Elaboración propia.

Nota: 1) Activo; 2) Pasivo; 3) Capital líquido.

3.2. Las empresas cinematográficas

La cinematografía -como otros medios de comunicación masiva- tiene significativa importancia para el Estado peronista. Desde 1948 la legislación de fomento y las resoluciones bancarias que le otorgan créditos especiales y que ya fueron referidas, son muestras contundentes de su importancia política. Esa

preocupación oficial se traduce en un mejoramiento de las condiciones económicas de las empresas organizadas y con capacidad directiva; especialmente aquellas que rápidamente satisfacen las exigencias gubernamentales. También existen pequeñas empresas creadas al amparo de la liberalidad del crédito que no consiguen pervivir, como ocurriera con Electra Film, Inti Huasi, Fitz Roy, Asociación Cinematográfica y Sincca Film.⁵² Todas ellas recibieron el respaldo financiero de la banca oficial.

Argentina Sono Film y Artistas Argentinos Asociados figuran entre las empresas (que además son distribuidoras) de mayor envergadura, tanto por su solvencia como por el apoyo recibido de parte del gobierno nacional. La primera se fundó en abril de 1933 por iniciativa del italiano radicado en el país Angel Mentasti y Luis Moglia Barth.⁵³ Un decenio más tarde y antes de producirse el incendio que destruyera sus instalaciones en San Isidro, la empresa anunció su programa de filmar quince películas a lo largo de 1943-1944. Como producto de su crecimiento al amparo del crédito, la empresa empezó a producir filmes que rescatan los valores y las costumbres de la sociedad argentina de entonces. Puede recordarse, a modo de ejemplo, que en 1946 Argentina Sono Film realiza doce películas, todo un récord de producción, privilegiando temáticas de tipo pasatista, tradicionalista y de corte biográfico; verdadera antesala de otros temas de abordaje que reflejan esencialmente la vida de los sectores populares, la importancia del trabajo, la moral y la educación como instrumentos para el ascenso social, sin dejar de apostar al éxito de la comedia ligera. En 1948, la película *Dios se lo pague* obtiene el primer premio al mejor filme argentino en el Certamen Hispanoamericano de Madrid; en 1949 el galardón lo recibe una película de raíz histórico literaria *Almafuerte* y en 1950 *Nacha Regules*, una expresión de la agitada vida de una mujer en la Argentina del Centenario. En 1953 *La mujer de las camelias* que relata la vida de una joven de “vida fácil” y los obstáculos para integrarse mediante el matrimonio al mundo de “la gente decente”, obtiene en Hollywood el primer galardón a la mejor película de habla hispana.⁵⁴ En varias oportunidades la empresa es eximida de realizar el depósito del 70% de sus ingresos y de contratar los seguros de práctica -como marca la ley- en virtud de su “responsabilidad general y correctos antecedentes”, se dice; mientras se omite destacar su cercanía con el gobierno y hacer referencia a que sus películas están desti-

⁵² Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs.111-112, Buenos Aires, 1955.

⁵³ El 27 de abril de 1933 inauguró el período del cine sonoro local al estrenar la película “Tango” de Luis Moglia Barth. Muerto su fundador en 1937, sus hijos Ángel Luis y Atilio J. se hacen cargo de Argentina Sono Film, una de las empresas cinematográficas más importantes de América hispana. Prestigiosos actores (Tita Merello, Libertad Lamarque, Luis Sandrini, Alberto Gómez, Pepe Arias, Azucena Maizani) y directores (Luis César Amadori, Mario Soffici, Francisco Mugica, Manuel Romero, Lucas Demare) fueron convocados por la empresa. En 1947 el ex jefe de prensa de Argentina Sono Film, Raúl Alejandro Apold, se inserta en el poder peronista como funcionario encargado de controlar la confiabilidad de los medios de comunicación. *Clarín*, Buenos Aires, domingo 5 de junio de 1977, sección espectáculo, p. 1.

⁵⁴ Museo del Cine, *Archivo de recortes. Argentina Sono Film*, sobre 1. Reseñas, 24 de abril de 1958.

nadas “al entretenimiento del público”. Son discretamente producidas y “sin objeciones desde el punto de vista moral”.⁵⁵ Razones aducidas por el Estado para sostener la ayuda económica.

Artistas Argentinos Asociados, por su parte, se fundó en septiembre de 1941. Enrique Muiño, Elías Alippi, Francisco Petrone y Angel Magaña, son los actores que integran esta nueva empresa de la cual participa también el director Lucas Demare; encontrándose a cargo de la dirección general de administración Enrique Faustín, hombre conocedor del negocio cinematográfico.⁵⁶ En 1945, junto a los escritores Ulises Petit de Murat y Homero Manzi preparan un programa de filmación que rescata rasgos de la tradición argentina y sus valores, a través de algunos clásicos de la literatura gauchesca y la novela histórica.⁵⁷ Es su modo de acercarse a los objetivos oficialistas.

Con menos suerte financiera, la SA *Lumiton* es fundada en 1931 por cuatro pioneros de la radio-telefonía: César José Guerrico, Luis Romero Carranza, Raúl Orzábal Quintana y -quien sería director de la compañía- Enrique T. Susini, a quienes se incorporó un grupo de cineastas argentinos. Se radicó en Munro (provincia de Buenos Aires) e inauguró sus actividades con un clásico del cine argentino: *Los tres berretines*. La colaboración de técnicos extranjeros y la participación de reconocidos actores del teatro nacional dieron impulso a esta empresa. Los directores Manuel Romero, Luis Bayon Herrera y Francisco Mugica marcaron con su presencia la trayectoria de esta empresa. La temática popular está presente en las películas del primero, mientras los temas preferidos de Mugica se dirigen a las clases medias y altas de la sociedad argentina de entonces. La crisis nacional, “una mala administración y acentuada baja en la calidad de sus productos” afectaron progresivamente a esta empresa y desde 1950 quedó desplazada de la competencia con las otras dos importantes compañías cinematográficas ya citadas.⁵⁸

Una media docena de compañías cinematográficas, cercanas al gobierno, producen un 80% del metraje total de películas editadas en el país. A ellas se suman unas veinte compañías de menor envergadura; algunas con estudios propios y otras que alquilan sus instalaciones a otras productoras. También realizaban actividades cinematográficas *Sucesos Argentinos* y el *Noticiero Panamericano*, dedicadas con exclusividad a la producción de “noticiarios” que reflejan el quehacer del gobierno nacional desde una óptica oficialista. Con fines de divulgación o simplemente documentales, producían sus filmes, la Sección de Prensa y Espectáculos Públicos, Yacimientos Petrolíferos Fiscales y los Ministerios de Guerra, Marina y Obras Públicas.⁵⁹

⁵⁵ Archivo del BCIA (1952), fs. 674-682; (1955), fs. 1440-1444.

⁵⁶ Museo del Cine, *Archivo de recortes. Artistas Argentinos Asociados, recorte de La Fronda*, Buenos Aires, 24 de abril de 1944.

⁵⁷ Museo del Cine, *Archivo de recortes. Artistas Argentinos Asociados*, recorte del 17 de septiembre de 1941 y s/f.

⁵⁸ Centro Cultural de Estudios Cinematográficos Lumiton, *La voz de los espectáculos*, Buenos Aires, segunda sección, p. 1, 19 de mayo de 1983.

⁵⁹ Archivo del BCIA, *Industria Nacional de Cinematografía. Informe 2, preparado por CA Cinto Courtaux*, Buenos Aires, s.d.t., mimeo (21 10 6691 2), fs. 4-6.

Los acuerdos crediticios -especialmente después del cambio de rumbo económico en 1950- muestran para este tipo de empresas, resguardos políticos más que financieros. Mientras la legislación propone que el crédito se dirija a actividades productivas, los préstamos para este rubro se basan en el interés argumental del film a financiar. Esta es la razón, por ejemplo, para acordar a David Goldberg (Gerente General de Cinematografía Interamericana SRL) y al actor Luis Sandrini, 634.340 pesos para producir *Sombras en la frontera*, auspiciada por la Dirección General de Gendarmería Nacional con el objeto de destacar “el espíritu heroico, el sentido del deber, el patriotismo y la abnegación que anima al personal de nuestra Gendarmería”.⁶⁰ En 1952, argumentos similares determinan acuerdos a las empresas: Asociación Cinematográfica SRL; SA Radio Cinematográfica Argentina Luniton y a Cinematográfica Libertador SRL; en estos casos atendiendo al encuadre argumental de las películas que ponen de relieve “grandes realizaciones del actual gobierno de la Nación” y el “especial interés cultural” de las mismas.⁶¹ Si en 1950 un antiperonista como Carlos Gorostiza podía filmar una película que relata las vidas de un ingeniero y un humilde obrero de la construcción, como *El Puente*, no es menos cierto que *Barrio gris* (1954) dirigida por Mario Soffici, debería datar las escenas de marginalidad y pobreza del sur del Gran Buenos Aires en la década de 1930, para poder ser exhibida.⁶²

Más allá de los casos particulares, entre 1950 y 1954 se acordaron créditos por un valor total de 92.811.226 pesos, que corresponden a 130 operaciones con un promedio de 713.932 pesos, y un índice de cancelación del 63% para 1950 y de un 44% para 1954; dando cuenta de una firme política de incentivo a la industria cinematográfica nacional. En 1953, el Estado peronista reforzó sus mecanismos de propaganda y el BCIA otorgó préstamos para la producción de veintinueve películas (29.802.160 pesos), mientras en 1954 financió otras treinta y dos (35.176.100 pesos). Pero las dificultades económico financieras que vive el país hacia 1952 provocó un aumento en los costos de producción, influyeron negativamente en el reintegro del crédito por parte de algunas empresas que sufrieron, además, malas administraciones, disidencias internas o con el poder político (Interamericana SRL, Luniton SA, Estudios San Miguel, Emelco SA). Film Andes SA y Sifa de Armando J. Bó, que filman circunstancialmente, se encontraban al borde de la quiebra. Es el BCIA quien denunció que de los 9.669.340 de pesos acordados en los últimos años a las “empresas de producción accidental”, ha sido escaso el recuperado.⁶³

El número de películas se incrementó extraordinariamente desde la implementación de los créditos especiales, aunque la calidad de las mismas no sigue el mismo camino. De todos modos, apelando una vez más a la decisión política, la Subsecretaría de la Presidencia de la Nación decide que un grupo de “directores representativos” realicen por cuenta propia películas de alta jerarquía. Se otorgaron en-

⁶⁰ Archivo del BCIA, *Libro de Actas del Directorio*, t. 3, orden del día 565, f. 1089, 29 de mayo de 1951.

⁶¹ Archivo del BCIA, *Libro de Actas del Directorio*, t. 1, orden del día 616, fs. 186-193, 3 de enero de 1952.

⁶² Manrupe y Portela (1995), pp. 54-55 y 483.

⁶³ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs. 115-116, Buenos Aires, 1955.

tonces préstamos a reconocidos actores y directores cercanos al poder político, por 2.540.000 pesos (a Hugo Del Carril), por 2,2 millones pesos (a Luis César Amadori), por 2 millones pesos (a Daniel Tinayre, Leopoldo M. Torre y Mario Soffici), por 1.880.000 pesos (a F. Rolf Pappier), por 1.460.000 pesos (a la Productora Luis Sandrini SRL) y por 1,1 millones de pesos (a Carlos Borcosque).⁶⁴

A fines de 1954 la conducción del BCIA aconsejó adoptar medidas que limiten los créditos a la industria cinematográfica argentina, ponderando las condiciones del solicitante en cuanto a continuidad de la producción, responsabilidad patrimonial, antecedentes técnicos, distribución adecuada, garantías ofrecidas y cumplimiento en el pago de sus deudas, para que el Banco pudiera “seleccionar y depurar la nómina de los productores que solicitan préstamos”. Se acordaron créditos sobre la base de películas terminadas “que por su naturaleza, tema y realización, constituyan auténticas expresiones nacionales en el aspecto social, artístico, económico o científico”.⁶⁵ Los tiempos habían cambiado, poco se hablaba de la “tercera posición”, la economía peronista se había hecho más liberal y en ese contexto de la política nacional, el Banco sugirió la consulta de la legislación que existía en México, Italia, Francia y España, sin perder de vista que “esta industria cumple una función social”.⁶⁶ Una función que reconocerá la Oficina para la Coordinación de la Relaciones Comerciales y Culturales de la República Americanas (OCAIA), para colocar en el centro del escenario la filmografía de México y de Brasil. El representante del Ministerio de Finanzas compartió las consideraciones de la entidad bancaria y fue más allá, al denunciar la poca eficiencia del Consejo Consultivo Cinematográfico, que sólo se ocupaba de “aumentar el precio de las localidades y votar pedidos de crédito”, mientras guardaba silencio frente a los estudios que se cerraban, la falta de celuloide, la demora en el pago de las cargas sociales, la evasión de divisas, la escasa calidad de nuestro cine, el contrabando de películas y la mora en el pago de los créditos.⁶⁷ El Ejecutivo Nacional omitía hacerse cargo de los efectos negativos del impulso a esta industria.⁶⁸

Reflexiones finales

Por su propia naturaleza y por las características inherentes al Estado popular, nacionalista, benefactor y dirigista liderado por Juan D. Perón, el uso militante, creativo y asiduo de los medios masivos de comunicación, para ponerlos al servicio de su gestión, es un hecho que se registra desde distintos perfiles,

⁶⁴ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs. 116-117, Buenos Aires, 1955.

⁶⁵ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), f. 125, Buenos Aires, 1955.

⁶⁶ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs. 128-129, Buenos Aires, 1955.

⁶⁷ Archivo del BCIA, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs. 130-134, Buenos Aires, 1955.

⁶⁸ Kriger, (2009).

entre los cuales el auxilio financiero es uno. La radiofonía, la prensa escrita y el cine son los grandes difusores del accionar y la propaganda oficial, así como mecanismos singulares para el control social. El crédito bancario oficial con características especiales es pródigo desde 1946 y acompaña el mensaje y la decisión gubernamental para otorgarles una función política de alta prioridad. Las oscilaciones en las cuotas de suministro de papel de diario, la compra y neutralización de editoriales y emisoras por parte del gobierno peronista, da paso a una censura que se apoya en burocráticos organismos estatales, al entender el Presidente Perón que “la preparación de la opinión pública de un país soberano es parte de la soberanía que ejerce el gobierno y no puede cederla”,⁶⁹ haciendo -en consecuencia- un uso discrecional de su poder sobre los instrumentos que ayudan a formarla. Los medios de comunicación se ponen al servicio de la polarización política que alcanza también a estas expresiones de cultura popular. Eduardo Galano se refiere a “la fabricación de la opinión pública” como respaldo de “la realidad que no es lo que es, sino lo que te digo que es”. Si bien estas expresiones hacen referencia al Presidente Woodrow Wilson, quien “desarrolló mejor que nadie las técnicas modernas de manipulación colectiva”, los perfiles generales también parecen ajustarse a la Argentina peronista.⁷⁰

Más allá de la calidad de la producción escrita, radial o fílmica generada por estas industrias de cultura popular, su presencia se incrementa extraordinariamente en la sociedad argentina. El apoyo financiero, no siempre sustentado en sólidas bases de garantía para recuperar el dinero prestado, muestra explícitamente el uso del crédito como instrumento político, no sólo por el beneficio que reciben aquellos que se adaptan a las exigencias oficiales, sino porque esta “industria de la cultura popular” se constituye en una de las prioridades del Estado peronista, que entiende a la cultura como un “determinante de la felicidad de los pueblos, porque por cultura debe entenderse no sólo preparación moral y arma de combate para sostener la posición de cada hombre en la lucha cotidiana, sino instrumento indispensable para la vida política”. Desde la doctrina justicialista se afirma que el Estado debe indicar a cada hombre “cómo debe pensar como argentino”⁷¹ y desde la planificación económica, el crédito debe estar -sin restricciones y con objetivos políticos- al servicio de las empresas dedicadas a producir cultura, conciliando el discurso, el mensaje y el auxilio financiero en beneficio de la “Nueva Argentina” presentada como oposición a la Argentina oligárquica.

La cuestión de “la función social del pasado”⁷² y su relación con el presente ocupan hoy un lugar central en los trabajos históricos. Estudios recientes insisten en alentar “una política de la justa memoria”.⁷³ Parte de este planteo es también hacer visibles las “industrias culturales”, cuando éstas eran importantes en el concierto nacional. Frente al desafío que señala la premisa, este artículo lleva adelante

⁶⁹ Sirven, (1984), p. 15.

⁷⁰ Galeano, (2012), p. 116.

⁷¹ *Manual del peronista* (1988), p. 31.

⁷² Hobsbawm, (1972), pp. 3-17.

⁷³ Ricoeur, (2000), p. 1.

un estudio capaz de conciliar la función cultural y educativa de los medios de comunicación social con la política de financiamiento que los alcanza, en tiempos del peronismo histórico; que intentara poner al descubierto una “guerra callada”, la que libran los pobres. Aquellos acerca de los cuales “sabemos todo: en que no trabajan, qué no comen, cuánto no pesan, cuánto no miden, qué no tienen, qué no piensan, qué no votan, en qué no creen. Sólo nos falta saber por qué los pobres son pobres”⁷⁴ y ésta resulta la preocupación política central de Juan Perón y Eva Perón, no sólo desde la doctrina sino también desde los hechos, cuando procuran mejorar sus condiciones laborales y de vida, sobre la base de la educación y el trabajo, vinculados a la contraprestación de reciprocidad hacia la “lealtad al líder”.

Bibliografía

Fuentes

Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino, *Industria Nacional de Cinematografía. Informe 2, preparado por CA Cinto Courtaux*, Buenos Aires, s.d.t., mimeo (21 10 6691 2), fs. 4-6.

Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino, *Libro de Actas del Directorio*, t. 3, orden del día 618, fs. 674-682, 11 de enero de 1952; t. 1, fs. 1440-1444, marzo de 1955.

Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino, *Libro de Actas del Directorio*, t. 3, orden del día 565, f. 1089, 29 de mayo de 1951.

Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino, *Libro de Actas del Directorio*, t. 1, orden del día 616, fs. 186-193, 3 de enero de 1952.

Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino, *Situación de la industria cinematográfica argentina*, mimeo (21 10 7779 1), fs. 2, 3, 32, 33, 34, 35, 36, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 57, 59, 64, 80, 111, 112, 115, 116, 117, 120, 121, 122, 123, 125, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, Buenos Aires, 1955.

Archivo del Banco de la Nación Argentina, *Expediente 62964*, Buenos Aires, 1946.

Archivo del Banco de la Nación Argentina, *Libro de Actas del Directorio*, t. CCLI, fs. 89, 102-103, octubre 1952.

Banco de Crédito Industrial Argentino. Departamento de Economía, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina, años 1946-1954*, tomo 1, mimeo, informe sintético 45, Buenos Aires, 1947-1955.

Banco de Crédito Industrial Argentino. Departamento de Finanzas, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina*, tomo 1, mimeo, informe sintético 42, 1946-1954.

Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria y balance, años 1946-1955*, Buenos Aires, 1947-1956.

⁷⁴ Galeano, (2012), p. 329.

Centro Cultural de Estudios Cinematográficos Lumiton, *1933-1993. 60 años del cine sonoro argentino*, Buenos Aires, número 1 (folleto), agosto de 1993.

Centro Cultural de Estudios Cinematográficos Lumiton, *La voz de los espectáculos*, Buenos Aires, segunda sección, p. 1, 19 de mayo de 1983.

Clarín, Buenos Aires, sección espectáculo, p. 1, domingo 5 de junio de 1977.

Ministerio de Finanzas de la Nación. Banco de Crédito Industrial Argentino, *Reglamentaciones sobre créditos especiales*, s.d.t., mimeo.

Museo del Cine, *Archivo de recortes. Argentina Sono Film*, sobre 1. Reseñas, 24 de abril de 1958.

Museo del Cine, *Archivo de recortes. Artistas Argentinos Asociados, recorte de La Fronda*, Buenos Aires, 24 de abril de 1944.

Museo del Cine, *Archivo de recortes. Artistas Argentinos Asociados*, recorte del 17 de septiembre de 1941 y s/f.

Presidencia de la Nación, *Segundo Plan Quinquenal*, Buenos Aires, 1953.

Bibliografía

📖 Altamirano, Carlos (ed.) (1999); *La Argentina en el siglo XX*, Buenos Aires, Ariel.

📖 Alvarez Junco, José y Gonzalez Leandri, Ricardo (comp.) (1994); *El populismo en España y América*, Madrid, Editorial Catriel.

📖 Amigos del Libro de Buenos Aires (1949); *Acto de homenaje a la casa Kraft en su 85 aniversario. 1864- 4 de mayo- 1949*, Buenos Aires.

📖 Buonocore, Domingo (1988); *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino*, Buenos Aires, Bowker Editores.

📖 Burke, Peter (1984); “El descubrimiento de la cultura popular”, en Samuel, Raphael (ed.); *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Editorial Crítica,

📖 Chartier, Roger (1995); *Sociedad y escritura en la Edad Moderna. La cultura como apropiación*, Madrid, Instituto Mora.

📖 Ciria, Alberto (1984); *Política y cultura popular: la Argentina peronista 1946-1955*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor.

📖 De Ipola, Emilio (1983); *Ideología y discurso populista*, Buenos Aires, Folios.

📖 De la Torre, Carlos (1994); “Los significados ambiguos de los populismos latinoamericanos”, en Alvarez Junco, José y Gonzalez Leandri, Ricardo (comp.); *El populismo en España y América*, Madrid, Editorial Catriel.

- 📖 Di Tella, Torcuato Salvador y colaboradores (2004); *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*, Buenos Aires, Ariel.
- 📖 Ford, Aníbal y Rivera, Jorge (1990); “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en Ford, Anibal, Rivera, Jorge y Romano, Eduardo (1990); *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa (tercera edición).
- 📖 Galeano, Eduardo (2012); *Los hijos de los días*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- 📖 Getino, Octavio (2008); *El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Ediciones CICCUS.
- 📖 Girbal-Blacha, Noemí María (2002); “Estado peronista, crédito y empresas de cultura popular (1946-1955). Un enfoque histórico económico”, en *Secuencia. Revista de historia y ciencias sociales* 54, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luís Mora, setiembre-diciembre.
- 📖 Hall, Stuart (1984); “Notas sobre la deconstrucción de lo popular”, en Samuel, Raphael (ed.); *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Editorial Crítica.
- 📖 Hobsbawm, Eric (1972); “The social function of the past: some questions”, en *Past and Present* 55.
- 📖 Hobsbawm, Eric (1998); *Sobre la historia*, Barcelona, Crítica-Grijalbo.
- 📖 Kriger, Clara (2009); *Cine y peronismo. El Estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- 📖 Laclau, Ernesto (1988); “Populismo y transformación del imaginario político en América Latina”, en *Cuadernos de la Realidad Nacional* 3, Quito, CIRE.
- 📖 Manrupe, Raúl y Portela, María Alejandra (1995); *Un diccionario de films argentinos*, Buenos Aires, Corregidor.
- 📖 *Manual del peronista* (1988), Buenos Aires, Ediciones Los Coihues (primera edición 1948).
- 📖 Neiburg, Federico (1998); *Los intelectuales y la invención del peronismo*, Madrid-Buenos Aires, Alianza Editorial.
- 📖 Peuser LTDA (1943); *Don Jacobo Peuser. Rasgos salientes de su vida y su obra. 1843 -28 de noviembre- 1943*, Buenos Aires.
- 📖 Quattrocchi-Woisson, Diana (1997); “Les populismes latino-américains à l’épreuve des modèles d’interprétation européens”, en *Vingtième Siècle. Revue d’Histoire* 56, oct.-dec.
- 📖 Ricoeur, Paul (2000); *La mémoire, l’histoire, l’oubli*, París, Seuil.
- 📖 Rougier, Marcelo (2001); *La política crediticia del Banco Industrial durante el primer peronismo (1944-1955)*, Buenos Aires, CEEED.
- 📖 Sigal, Silvia (1991); *Intelectuales y poder en la década del sesenta*, Buenos Aires, Puntosur, 1991.
- 📖 Sirven, Pablo (1984); *Perón y los medios de comunicación (1943-1955)*, Buenos Aires, Colección Biblioteca Política Argentina 79, CEAL.

📖 Torres Ballesteros, Sagrario (1987); “El populismo: un concepto escurridizo”, en Alvarez Junco, José (comp.); *Populismo, caudillaje y discurso demagógico*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.

📖 Ulanovsky, Carlos y colaboradores (1995); *Días de radio. Historia de la radio argentina*, Buenos Aires, Espasa Calpe.

📖 Williams, Raymond (1980); *Marxismo y literatura*, Barcelona, Editorial Península.

📖 Zubieta, Ana María y colaboradores (2000); *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Buenos Aires, Paidós.