



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: El primer estudio de cine sonoro en Argentina : Lumiton : entre la experimentación técnica y la organización empresarial**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Serena Eloísa Moyano**

**Paola Margulis, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2023**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





Licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad de Buenos Aires

El primer estudio de cine sonoro en Argentina

## Lumiton: entre la experimentación técnica y la organización empresarial



**Tesis de Grado**

Tesista: Serena E. Moyano

DNI: 37.666.653

Tutora: Dra. Paola Margulis



## Índice

<b>Introducción</b>	4
<b>Capítulo 1: Estado del arte y aproximaciones teóricas</b>	7
1.1 Estado del arte	7
1.2 Aproximaciones teóricas	11
<b>Capítulo 2: Marco histórico contextual</b>	21
2.1. El contexto internacional	21
2.2. El contexto nacional	25
<b>Capítulo 3: El estudio Lumiton en el contexto de los años '30 y '40</b>	33
3.1. Los fundadores: Susini, Guerrico, Romero, Mugica	33
3.2. De Radio Argentina a Lumiton	41
3.3. El cine en Argentina en las décadas de 1920 y 1930	52
3.3.1 El marco de competencia y transformación en el tránsito al “cine parlante”	56
3.3.2 La sociedad de exhibidores	57
3.3.3 Estudios Valle, Ferreyra, Morera y Gardel	57
3.3.4 La Sociedad Impresora de Discos Electrofónicos (SIDE)	59
3.3.5 Otros protagonistas	60
3.3.6 1933. El cine hablado llega a Buenos Aires	61
3.4 El rol del estado y la construcción de lo nacional en el cine	70
<b>Capítulo 4: El proyecto de Lumiton</b>	78
4.1. La instalación en Munro y la construcción de la identidad del Estudio	78
4.2 El éxito paradigmático de <i>Los tres berretines</i> . Cine, fútbol, tango y la orientación a los nuevos públicos urbanos	84
4.3. Las temáticas de los filmes: reiteración de fórmulas, competencia y exploración de nuevos tópicos	90
4.4. Los integrantes de Lumiton	99
4.4.1 Los propietarios	99
4.4.2 Los directores	100
4.4.3 Los guionistas	105
4.4.4 Personal técnico: montajistas, músicos, directores de fotografía, sonidistas, otros	106
4.4.5 Personal de puesta en escena: escenógrafos, maquilladores, peinadores, vestuaristas, etc.	114
4.4.6 Los intérpretes	116
4.5 Dificultades, crisis y caída de Lumiton: la quiebra y el intento de continuidad como cooperativa.	123
<b>Conclusiones</b>	129
<b>Bibliografía</b>	138



## **Agradecimientos**

A mi padres, Alejandra y Julio, pilar fundamental y maestros permanentes e incasables de la vida, el saber y el cariño.

A la Universidad de Buenos Aires y a todos los niveles de la educación pública que me han formado. A mis docentes, por fomentar el pensamiento crítico, la pasión por las Ciencias Sociales y el compromiso.

A Paola Margulis, tutora de este proceso de trabajo, por su acompañamiento, lectura atenta y guía.

A Facundo, por caminar a la par siempre.

A los amigos, compañeros de horas de escritura y mate, sostén emocional y quienes han compartido tristezas y alegrías a lo largo del recorrido.

¡Gracias!



*En la época presente  
no hay nada tan floreciente  
como la electricidad.*

*El teléfono, el micrófono,  
el tan sin rival fonógrafo,  
el pampirulíntintófono,  
y el nuevo cinematógrafo.*

*El biógrafo, el caustígrafo,  
el pajalacaflunchincófono,  
el chincatapunchincógrafo  
y la asaúra hecha con arroz.*

*Todos estos nombres  
y muchos más,  
tienen los aparatos  
de electricidad,  
que han inventado  
desde hace poco,  
con idea que el mundo  
se vuelva loco.*

Fragmento de *La bicicleta* Tango de Antonio Rodríguez Martínez (1910)



## Introducción

El presente trabajo se propone investigar el sello cinematográfico Lumiton, primer estudio de cine sonoro en Argentina que tuvo una existencia continua entre 1931 y 1952, desde el punto de vista de las trayectorias vitales y profesionales del grupo de empresarios que lo fundó, compuesto por Enrique Telémaco Susini, César José Guerrico, Luis Romero Carranza y Miguel Mugica. Focalizaremos en las estrategias seguidas por la dirección de esta nueva empresa, en su irrupción pionera en tiempos de transición del cine mudo al sonoro a nivel mundial, su éxito masivo en la década siguiente y su declive y cierre a comienzos de la década de 1950.

Este núcleo de cuatro amigos empresarios es ampliamente conocido como “pionero” de los medios de comunicación en el país, por haber protagonizado la primera emisión de radiodifusión en Argentina en 1920, por su rol en la puesta en marcha de Lumiton, el éxito masivo de sus filmes en la década de 1930, y por haber sido parte, también, de la primera transmisión televisiva, en 1951. Estos aspectos hacen que sus nombres y anécdotas fundacionales circulen y les asignen roles protagónicos en momentos clave de la Historia de los Medios de Comunicación. Sin ir más lejos, el Día de la Radiodifusión en Argentina, el 27 de agosto, es la fecha en que, en 1920, Susini protagonizó aquella emisión histórica.

Con casi cien largometrajes de ficción, Lumiton fue parte de una edad dorada del cine argentino. Logró grandes éxitos -en la taquilla y en ventas- durante sus años de actividad, ya sea que se midan estos en cantidad de espectadores, prestigio en el campo cinematográfico nacional e internacional, importancia en la conformación del *star system* local o cantidad de innovaciones técnicas y estéticas puestas en práctica. El primero de esos largometrajes, *Los tres berretines* (Equipo Lumiton, 1933), inauguró en 1933 la era del cine sonoro nacional basado en el sistema técnico de sonido sincronizado en cinta, junto a su competencia Argentina Sono Film que estrenó *¡Tango!* (Luis Moglia Barth, 1933) casi al mismo tiempo (en la misma semana). Aun cuando el peso de Lumiton influye en que su trayectoria haya sido abordada desde la perspectiva del contenido de sus filmes, la biografía de algunos de los actores más emblemáticos que participaron en ellos y su presencia en las transformaciones del negocio del cine -conformando sus estudios un estado del arte amplio y variado-, la historia de este estudio adeuda aun distintos espacios de vacancia para la investigación en Ciencias de la Comunicación. En el foco de interés de este trabajo encarado desde la Historia de los Medios, las trayectorias de su núcleo fundador y propietario, esta vacancia se vuelve especialmente notable. El recorrido que emprenderemos buscará desarmar algunos de los mitos populares fundacionales vinculados a “los locos de la azotea” -sostenidos en muchos casos por el periodismo y en algunos casos también, la academia -, por medio de la reconstrucción de las trayectorias de los protagonistas en el campo de los medios de comunicación. A contrapelo de la opinión predominante en la bibliografía que tiende a relacionar el hacer de este grupo con una etapa



de aproximaciones de entusiastas aficionados, sostendremos como hipótesis, por el contrario, que si bien se trató de momento temprano o fundacional de estos medios de comunicación, las iniciativas del grupo -lejos de identificarse con las prácticas asistemáticas de aficionados- estuvieron relacionadas con una intensa búsqueda por profesionalizar los sectores de actividad en los que intervinieron. Como veremos, no hay motivos fundados en sostener el carácter neófito y aficionado de los fundadores de Lumiton como un grupo de jóvenes entusiastas, y, por el contrario, la evidencia muestra un grupo sólidamente inserto en el dominio técnico de aspectos clave de las empresas que iniciaron, junto al dominio del aprovechamiento de sus redes sociales, económicas y culturales de pertenencia, que fueron clave para su éxito.

El grupo incidió en los inicios de los clubes de radioafición, pero, como se buscará demostrar, estos clubes fueron parte complementaria de una formación experta en el campo técnico, artístico y empresarial, aplicado a la radiodifusión de onda media, de onda corta, los servicios radio telegráficos internacionales, la cinematografía, la televisión, el teatro, la ópera y otras actividades afines. La indagación sobre estos temas habilita a interrogar la existencia de Lumiton en tanto experiencia decisiva en un período histórico de fuertes transformaciones en las tecnologías de la comunicación, en el contexto del paso del modelo agroexportador al de sustitución de importaciones y a la expansión del consumo de masas, a la irrupción de nuevos imaginarios populares urbanos en el campo del espectáculo, la música de circulación masiva y los medios de comunicación masivos. Fue precisamente su pertenencia a las elites del modelo agroexportador puesta en crisis en 1930 la que dificultó una visión más eficaz de las posibilidades de superar las tensiones con el campo cultural con el que interactuaban. Del mismo modo, esta limitación les dificultó transformar el éxito inicial de sus fórmulas de trabajo, basadas en la simultaneidad entre teatro, música de tango y cine, en una producción industrial adaptada plenamente a la acción cinematográfica como sucedía en la industria estadounidense, cerrándoles al mismo tiempo la oportunidad de resolver a su favor las dificultades adaptativas a los cambios políticos y sociales de los años '30 y '40, que modificaron sus vínculos personales con la dirigencia política y afectaron sus modos de relacionarse con los trabajadores de la empresa. En definitiva, les impidió continuar el proyecto de Lumiton a fines de la década de 1940, precipitando la decadencia y caída.

Este trabajo, iniciado en un principio en el marco de una beca estímulo UBACyT dentro del proyecto "Imágenes en transición. Transformaciones tecnológicas, estéticas, culturales y políticas en la producción, circulación y consumos del audiovisual en Argentina (1922-1995)" dirigido por Ana Lía Rey (Directora) y Paola Margulis (Co-directora), se plantea como objetivo general la descripción de la experiencia del sello Lumiton entre su nacimiento en 1932 y su cierre en 1952, enmarcando su existencia, dificultades, éxitos y cambios con las trayectorias vitales y profesionales de su grupo fundador y propietario, y relacionando a su vez esas trayectorias con las transformaciones en los medios de comunicación producidos a gran escala en este mismo período de tiempo. Para lograrlo,



se describirá y analizará, 1) en primer término, el surgimiento del estudio y las innovaciones técnicas, de gestión y temáticas que supuso en el campo cinematográfico nacional. 2) En segundo término, se indagará sobre las diferencias entre la estrategia artística, temática y comercial de Lumiton y las experiencias mediáticas y artísticas precedentes de sus protagonistas. 3) En tercer lugar, las relaciones que establece Lumiton tanto con el campo cinematográfico nacional e internacional, en cuyo marco compete, emula, participa en festivales, etc., así como con la evolución de la radiodifusión en su edad de oro y -si fuese el caso- con la naciente televisión. Por último, 4) se describirán y analizarán los esfuerzos de adaptación de la producción a las cambiantes condiciones de la cultura de masas en transformación en los años de existencia del estudio.

La organización de esta tesina seguirá un orden temático que va desde los marcos contextuales a la descripción, y dentro de esta última, cronológico. En el primer capítulo se presenta el estado del arte y las aproximaciones conceptuales y metodológicas a la consideración del estudio en el contexto de veloz transformación de prácticas e imaginarios de las capas populares urbanas originadas en una ola inmigratoria heterogénea en sus orígenes y extensa en el tiempo, que vivió, aún en el marco de una sociedad desigual y conflictiva, procesos de mejoras materiales y simbólicas que la radiodifusión y el cine expresarán en sus propios imaginarios. En el capítulo 2 se establecerá un breve marco histórico contextual -internacional primero, nacional a continuación- que sitúa la irrupción del estudio en el contexto de la reconversión del capitalismo luego de la crisis de 1930, la conformación del Estado de bienestar y la recuperación económica por medio de políticas de estímulo a la demanda por medio de la promoción del consumo popular, pero a su vez con una industria cinematográfica que, desde dos grandes polos fundadores (Francia y los Estados Unidos) había conformado un nuevo y poderoso medio de masas internacional desde la primera posguerra, así como también la radiodifusión, masificada en el mismo momento histórico que el cine. Los capítulos 3 y 4 describirán específicamente proceso de creación, desarrollo, crisis y decadencia del estudio, en relación, por un lado, con la biografía de sus protagonistas, atravesada por los grandes cambios tecnológicos, sociopolíticos, económicos y culturales de su tiempo, y por otro, de aceleración y diversificación en la conformación de industrias culturales en los años '20, y -excepto en el paréntesis de la crisis de 1930- muy notoriamente en los años '30 y '40.

Se relaciona el origen social y los recorridos de las estrategias empresariales de los fundadores de Lumiton tanto con los cambios económicos y políticos en el país, así como en las transformaciones culturales en la vida urbana en Argentina, especialmente en Buenos Aires, la adaptación de su producción a las demandas del público de cine que caracteriza las décadas de auge y primera gran edad dorada del “cine parlante”, y el modo en que, por un lado, logran adaptarse a estos requerimientos, y por otro, no pueden integrarse a las cambiantes condiciones de producción que imponen las transformaciones en el rol del Estado y las nuevas condiciones normativas y políticas de las relaciones entre patronales y sindicatos de trabajadores.



## Capítulo 1: estado del arte y aproximaciones teóricas

### 1.1. Estado del arte

Diversos autores han trabajado sobre la formación y afianzamiento del sistema de estudios cinematográficos y la llegada del cine sonoro a nuestro país. Entre ellos podemos destacar a España (2000), Di Núbila (1959-1960); Di Núbila y Heinrich (1996); García Oliveri (1997); Maranghello (2005); etc. Sin embargo, una historia del cine argentino efectivamente enmarcable en una historia de la industria, de la cultura y de la comunicación es todavía un tópico con aspectos pendientes que habilita nuevos interrogantes o indagaciones más detalladas, aún en el marco de aportes parciales muy significativos (Getino, 1995, 2005; Marino, 2004; Peña, 2012; Gil Mariño, 2015; Kriger, 2018; etc.). Lo mismo sucede en cuanto a las tecnologías y su interrelación con los modos de producción, las prácticas institucionales y las políticas vinculadas con ellas, las articulaciones con otros dispositivos mediáticos precedentes (como el teatro y el espectáculo musical de variedades urbano estudiados por entre otros Gil Mariño (2015)) o contemporáneos (como la industria radiofónica y la discográfica). De allí que reconstrucciones de cronologías de emergencia de dispositivos, generaciones de directores o actores, organizaciones empresariales o corrientes estéticas conforman un estado del arte que aporta fuentes, corpus, relaciones entre experiencias, fechas, materiales mediáticos de diverso origen e interrelación, etc., pero dejan pendientes nuevos escalones de profundización que resultan hoy necesarias para constituir miradas de su devenir histórico como dispositivo de comunicación en tanto totalidad compleja y multideterminada (Williams, 1994, 1997; Hall, 1984, 1994, 2011;).

En el plano nacional, la incorporación del cine sonoro fue leída, fundamentalmente, a partir de su peso comercial en el momento de conformación de un sistema de estudios argentino y que emula desde una economía periférica al *star system* de las industrias de alcance mundial de origen estadounidense, focalizando en su interrelación con otras producciones de la cultura popular que cruzan la industria discográfica y la radio (España, 2000; Pérez Llahí, 2005, 2009; Matallana, 2015-2016) o las prácticas de trabajo de las generaciones vinculadas a la profesionalización de la escritura para las industrias (Rivera, 1997, 1998, 1999).

En los términos de Montaldo (2016), el espectáculo de masas es una construcción de la visualidad pública y en ese sentido la transición entre el cine silente y el sonoro tiene aún muchas vacancias que cubrir en experiencias de alcance nacional. Sin embargo, existen diversos recorridos desde dimensiones disciplinares y preocupaciones en torno a aspectos específicos del fenómeno social cinematográfico, que habilitan tanto una mejor aproximación al estado del arte como un idóneo arsenal de fuentes secundarias de acceso a información documental, periodística, la voz de protagonistas de la industria en primera persona o los recorridos profesionales del plantel de actores



de los estudios. Entre ellos, por ejemplo, los trabajos de Andrés de Mirabelli (1995), Calistro (1978), Di Núbila (1959), Gallina (1982), Pueo (2016), entre otros abocados a las prácticas y recorridos vitales de protagonistas de la producción, los de Ardiles Gray (1981), Posadas (1993, 2005) o Maranghello (2002) en torno a protagonistas tanto de la producción y dirección como de la actuación, los estudios de Couret (2018), Cuarterolo (2005), Burucúa (2014), España (2000) o Finkielman (2003), entre otros, en torno a un necesario abordaje multidimensional con énfasis en la historia cultural y sus articulaciones con prácticas económicas, sociales y políticas, donde los trabajos de Gil Mariño (2015) y Kriger (2010, 2018), entre otros de estas autoras, actualizan problemas, métodos y datos clave en relación con los procesos de circulación de los bienes culturales al interior de y a su vez entre dispositivos mediáticos (música, teatro, radiofonía, cine, gráfica) y las configuraciones y transformaciones de los públicos. En este último punto también es relevante mencionar los trabajos de Mantecón (2008) sobre los consumos culturales en los públicos mexicanos y como estos superan una instancia de consumo individual.

Existen trabajos que han indagado algunos aspectos sobre Lumiton. Algunos de mayor amplitud temática (Calistro, 1978; Frías, 2018), otros de interés biográfico divulgativo (Insaurralde, 1994), compilaciones sobre cine e imaginario (Mallimaci y Marrone, 1997), revistas académicas (Ruffinelli, 1998; Poppe, 2009; Morales, 2019), y trabajos sobre inicios del cine sonoro en Argentina (más generales, mencionados más arriba) y desde el periodismo. Sin embargo, Lumiton no ha sido estudiado desde una perspectiva académica en el campo de la comunicación en forma sistemática en tanto experiencia decisiva de un núcleo humano empresarial y generacional en un momento histórico de fuertes transiciones.

El contexto mediático internacional de este estudio corresponde al de las grandes transformaciones producidas entre el fin de la Primera Guerra Mundial y la segunda posguerra, es decir, aproximadamente entre 1918 y 1952<sup>1</sup>. Esto incluye la maduración, masificación e internacionalización plena del cine (Sadoul, 1996; Costa, 1992; Kemp, 2021), la irrupción de la radiodifusión (Barbier y Bertho-Lavenir, 1999; Bosetti, 1994; Matallana, 2006), los primeros pasos de la televisión (Barbier y Bertho-Lavenir, 1999; Varela, 2001, 2005) la irrupción de la gran industria discográfica (Getino, 1995), la consolidación y diversificación de una industria gráfica masiva de diarios, revistas y libros (Borderia Et Al, 2015; Barbier y Bertho-Lavenir, 1999; Rivera, 1998; Romano, 2004; Ojeda y Moyano, 2015, 2020) y una variada gamas de actividades de desplazamiento territorial y de utilización del tiempo libre y del acceso al consumo conquistado por las masas populares (Borderia, Laguna y Martínez, 2015; Flichy, 2003; Fritzsche, 2008; Ojeda,

---

<sup>1</sup>Mientras Hobsbawm (1998c) ubica el inicio del "corto siglo XX en el estallido de la Primera Guerra Mundial, la historiografía argentina ubica como referencia de cambio de época (en el contexto internacional marcado por esa guerra) el año 1916 con el ascenso de Yrigoyen a la presidencia y el fin del régimen conservador, o 1918-19 en el marco de grandes cambios culturales y políticos que incluyen la reforma universitaria de ese año, la aceleración de los cambios en la industria gráfica (en los tres años siguientes nacen, por ejemplo, las tres revistas emblema de Editorial Atlántida, que tendrían continuidad a lo largo de todo el resto del siglo), el crecimiento económico, la forja de los primeros rudimentos de políticas de bienestar social, etc.



Moyano y Sujatovich, 2016; Ojeda y Moyano, 2020), en un contexto en el que, por su parte, se despliegan (e impregnan todas las interacciones sociales) las nuevas técnicas de comunicación persuasiva sistemáticamente diseñadas (Bernays, 2008; Habermas, 1994), así como también la concentración en agencias internacionales de la gestión de un negocio publicitario cada vez más poderoso (Laguna Platero, 2018; Borderia, Laguna y Martínez, 2015).

Estos autores coinciden en un panorama de acelerada transformación, concentración de capitales e internacionalización que impactan no sólo en la historia económica sino también en la política y cultural, habilitando nuevas sensibilidades que las vanguardias estéticas catalizan experimentando precisamente con estos nuevos espacios mediáticos. En la década de 1930 la radio y el cine junto a rubros subsidiarios de ambos como la discografía compiten exitosamente con la prensa por el mercado del entretenimiento popular, la información y la comunicación política, constituyéndose en agentes activos de la construcción de imaginarios sociales, expectativas de ascenso social y consumo, modelos de conductas sociales y gustos estéticos (Adorno y Horkheimer, 1987; Habermas, 1994; Borderia, Laguna y Martínez, 2015; Wolf, 1987).

En una sociedad como la argentina, conectada umbilicalmente al mercado mundial por medio del modelo agroexportador, que permitió una gran acumulación económica (Oszlak, 2004; Botana, 2012; Gerchunoff, Rossi y Rochi, 2008; Cortés Conde, 1997), las innovaciones técnicas y empresariales provenientes de los países industrializados en pleno apogeo de la segunda revolución industrial (Hobsbawm, 1998a), llegaron rápidamente (Borderia, Laguna y Martínez, 2015; Laguna Platero, 2018). La temprana llegada de prácticas, equipos, producciones y espacios de proyección cinematográfica a la Argentina han sido abordados, entre otros, por Rivera (1997, 1998), Di Núbila (1959, 1960), Getino (1995, 2005), etc. Los procesos de irrupción de la radiodifusión nacional, pionera en el mundo, fueron descritos por autores como Matallana (2006), Fernández Et Al. (2008), Ulanovsky (1995), Bosetti (1994). Los prolegómenos e inicios de la televisión argentina han sido abordados, entre otros por Varela (2001, 2005), Buero (1999, 2001), Míndez (2001), Mastrini (2001) y Ulanovsky (1999). La irrupción en el país de la gran industria discográfica, la forja de un mercado de importación y de producción local y sus sinergias con otros medios como la radio o el cine han sido estudiados también por Getino (2005), la consolidación y diversificación de una industria gráfica masiva de diarios, revistas y libros en la región rioplatense en este período ha sido por su parte abordado por Rivera (1998), Cane (2007), Ojeda y Moyano (2020), entre otros.

Las praxis de desplazamiento territorial y de utilización del tiempo libre y del acceso al consumo conquistado por las masas populares en el marco del modelo agroexportador, pero también a caballo de las nuevas demandas sociales y políticas, y del cambio de régimen en 1916, han sido estudiados por Romero (1991), Gutiérrez y Romero (2007), Gil Mariño (2015) etc. En tal sentido, el estado del arte nos muestra un país que no conforma una industrialización propia en este rubro,



como tampoco lo hizo en otros, sino que incorpora muy rápidamente, en el marco de una economía dependiente, las tecnologías y estrategias de gestión comercial capaces de generar actividades lucrativas en el mercado nacional. A mediados de la década de 1920 tanto la radio como el cine tienen ya un lugar decisivo en la economía de la comunicación y del espectáculo tanto a nivel mundial (Costa, 1992; Barbier y Bertho-Lavenir, 1999; Matallana, 2006) como nacional. Como señala Clara Kriger (2010), Argentina se encontró, entre 1925 y 1931, entre los cuatro principales importadores de filmes hollywoodenses, llegando a ser el primero en ese último año, y su impacto se contagiaba a secciones fijas en diarios y revistas, así como las primeras revistas especializadas.

En ese mismo lustro, la radiodifusión pasa de innovación experimental a negocio sistemático, conformándose los núcleos empresariales, estrategias de negocio publicitario y requerimientos de reglamentación del sector acordes al status alcanzado, procesos estudiados por Bosetti (1994); Matallana (2006) y Tobi (2008). El crecimiento de volúmenes de negocio que el cine y la radiodifusión suman a la prensa y a los espectáculos urbanos como el teatro aceleran la conformación y maduración de las agencias de publicidad especializadas. Estos nuevos espacios de circulaciones simbólicas y territoriales habilitaron desplazamientos en las representaciones colectivas, la visibilidad de grupos y problemas, interpelaciones políticas, etc. Entre ellas, por ejemplo, las preocupaciones nacionalistas frente al creciente cosmopolitismo de los grandes centros urbanos en el país han sido abundantemente estudiadas por, entre otros Ospital (1994); Ighina, (2005); Devoto y Pagano (2009); Galasso (2011) y Ramirez Llorens (2017), tanto en los sinuosos recorridos y transformaciones de la “reacción nacionalista” proveniente de sectores conservadores de base social acomodada, como del posterior “nacionalismo popular” que irrumpe con contundencia en los años ‘30 y ‘40, con no pocos vasos comunicantes con el campo artístico y mediático -incluido el cinematográfico- mientras se va conformando, notoriamente, tanto una clase media en número creciente, como una clase obrera industrial, primero en las zonas periporturarias como subsidiarias del modelo de acumulación, ya en los años '30 como parte del modelo de sustitución de importaciones que impulsa bruscamente el crecimiento de una industrialización liviana (Rougier y Raccanello, 2021).

En este contexto, se realiza en la presente propuesta un recorte tanto temático como espacial y temporal, buscando realizar un aporte en torno a la etapa de la llegada del cine sonoro y la conformación del sistema de estudios cinematográficos en Argentina. Esto será encarado a partir de un estudio de caso que permita seguir la trayectoria biográfica de sus protagonistas empresariales, quienes recorren desde fines de la década de 1910 en adelante distintas vicisitudes que muestran los esfuerzos industrialistas en el sector, la exploración de innovaciones técnicas, artísticas y de negocio, la adaptación de prácticas exitosas en países industrializados, el intento de lograr circulación internacional y sostenibilidad nacional del negocio, etc. Apelaremos al potencial de este tipo de abordaje no sólo desde el valor del propio caso como objeto investigable sino



también desde la riqueza metodológica del campo de la Historia de los Medios que, como se ha mencionado anteriormente promueve estudios en arcos temporales amplios y relacionales (Samaja, 1993; Moyano y Ojeda, 2015; Simons, 2011; Stake, 1998).

## 1.2. Aproximaciones teórico - metodológicas

En este apartado se desarrollan las principales consideraciones teórico-metodológicas que servirán como material de análisis y bases conceptuales. No es posible describir, analizar y comprender un dispositivo comunicacional históricamente situado, como lo fue Lumiton, sin considerar un marco de categorías orientadoras que problematicen estas complejas relaciones entre el dispositivo y sus multiformes condiciones contextuales. Partimos, en primer lugar, de la noción de dispositivo, porque permite asumir la importancia de la trama interna de relaciones en una organización, con diferentes grados de institucionalización, que a su vez se vinculan con el conjunto social a través de sistemas de normas y reglas de juego. La corriente del materialismo cultural originada por las actividades del Centro de Estudios Contemporáneos de la Universidad de Birmingham y la obra de Raymond Williams, Stuart Hall, Richard Hoggart y Edward Thompson, enmarca los dispositivos de producción cultural en una teoría que reivindica la crítica marxista a lo que Marx denominó “historiografía idealista”, poniendo énfasis en la historia material (Williams, 1997), y a su vez, plantea una crítica teórica y metodológica a la corriente dominante del marxismo del siglo XX, contaminada de evolucionismo unilineal y la idea de descubrimiento de las “leyes científicas” de la sociedad. Sintetiza Williams:

En lugar de producir una historia cultural material, que era el próximo movimiento fundamental, se produjo una historia cultural dependiente, secundaria, “superestructural”: un reino de “meras” ideas, creencias, artes, costumbres determinadas mediante la historia material básica (...) las posibilidades plenas del concepto de cultura, considerada como un proceso social constitutivo creador de “estilos de vida” específicos y diferentes y que pudo haber sido notablemente profundizada por el énfasis puesto en un proceso social material, se perdieron durante un tiempo muy prolongado y en la práctica eran sustituidas a menudo por un universalismo abstracto y unilineal. (Williams, 1994 p. 30-31).

A su vez, la noción de dispositivo no sólo remite a las condiciones de existencia de quienes participan en una industria de bienes culturales, sino también al modo en que estos son consumidos, y al modo en que ese consumo afecta, en un sistema basado en reglas de mercado, a la propia producción. Dice Aumont:

... [El espectador] nunca mantiene, con las imágenes que mira, una relación abstracta, “pura”, separada de toda realidad concreta. La visión efectiva de las imágenes tiene lugar, por el contrario, en un contexto determinado de modo múltiple: contexto social, contexto institucional, contexto técnico, contexto ideológico. El conjunto de estos factores “situacionales” por decirlo así, es lo que llamamos dispositivo (Aumont, 1990: 15).



Es el dispositivo el que regula el vínculo entre receptores (públicos) y mensajes codificados en contextos simbólicos específicos, influidos además por los determinantes técnicos, políticos, económicos, sociales. “Así, el estudio del dispositivo es forzosamente un estudio histórico: no hay dispositivo fuera de la historia” (Aumont, 1990: 202 y 203). El recorrido vital profesional de los fundadores de Lumiton, que presenta protagonismo en el campo de los nuevos medios de comunicación basados en la producción técnica, registro y reproducción de sonido, extenso y relacionado con medio siglo de grandes cambios en el marco internacional y nacional será, pues, abordado desde la perspectiva de una historia cultural entendida como historia material de la cultura, y utilizando el concepto de dispositivo como interfaz entre el contexto macro y el contexto inmediato de referencia de Lumiton, sus protagonistas y su personal.

Desde este punto de vista, el estudio de caso y el rastreo de trayectorias individuales y grupales en arcos temporales extensos es un método de abordaje de la historia de la comunicación y la cultura ampliamente utilizado tanto en estudios en Argentina (Rivera, 1968, 1986, 1997, 1998, 1999; Ojeda y Moyano, 2020; Saítta, 1998; Sarlo, 1988, 1992, 2012; Varela, 2016; Matllana, 2006, 2008; Sidicaro, 1993) como en referencias internacionales del campo, y se inscribe en esta tradición investigativa. Este trabajo realizará un recorrido por medio de un abordaje exploratorio descriptivo que utilizará fuentes diversas, incluidos los créditos de los filmes, bibliografía y documentación sobre el estudio, afiches de los largometrajes, entrevistas concedidas a terceros por los protagonistas del grupo fundador, datos censales e información contextual de fuentes biblio-hemerográficas. El estudio de las trayectorias de los protagonistas incluye el rastreo de sus redes familiares y sociales, sus pertenencias a ámbitos de sociabilidad, sus estudios, sus formaciones específicas en relación con la experiencia mediática, sus recorridos profesionales tanto en relación de dependencia como empresariales, y sus propias afirmaciones, opiniones y memoria de las experiencias protagonizadas, registradas en citas de terceros y en entrevistas concedidas a medios.

Como ha señalado Mirta Varela (2016) al referirse al recorrido biográfico – profesional de Enrique Susini, los fundadores y principales protagonistas del estudio Lumiton fueron antes pioneros fundadores de la radiodifusión argentina, luego pioneros en la era de los estudios de cine sonoro y finalmente pioneros en el nacimiento de la televisión nacional. Este recorrido biográfico a lo largo de un período de grandes cambios en el mundo, en el país, en la relación centro-periferia, en las tecnologías y dispositivos de comunicación social, en la configuración de la cultura de masas y su creciente internacionalización y en las relaciones entre elites sociales y política supone, por ello, abordar la historia de este grupo fundador y del estudio Lumiton enmarcada en las condiciones de estos grandes cambios y de las mutuas determinaciones entre las condiciones económicas, sociales, políticas, culturales y generacionales que se despliegan a lo largo de un período histórico (Williams, 1997).



Partiendo de un estado del arte en torno a Lumiton, a sus protagonistas y a su presencia en el campo de los medios de comunicación del siglo XX, inscribiremos nuestro estudio en el marco de la Historia de la Cultura, entendida como historia cultural material del proceso social en su conjunto, en la que las mediaciones simbólicas y las mutuas determinaciones entre prácticas son entendidas como relación entre elementos distintos (Hall, 2006), buscando evitar la escisión que en un extremo anula los elementos contextuales como inherentes al objeto analizado, y en el otro, anula el protagonismo del drama biográfico y el modo en que este problematiza su entorno material, le asigna sentido y lo interroga desde espacios de identidad grupal o colectivos.

En este último sentido, la perspectiva de la historia cultural material habilita la consideración de conceptos teóricos que, provenientes de distintas tradiciones epistemológicas, pueden ser útiles al presente trabajo sin entrar en contradicción. Por ejemplo, cuando consideramos la creciente autonomía de los espacios de prácticas sociales y culturales al interior de las empresas mediáticas en Argentina a partir de la consolidación del Estado Nación, el concepto de campo intelectual y cultural desarrollado por Pierre Bourdieu (1969; 1988, 1995) permite prestar atención a los sistemas de relación que, sin escapar a determinantes contextuales de mayor alcance, se organizan según sistemas de normas propios. Este fenómeno, rastreado por Bourdieu en la Francia del apogeo de la Primera Revolución Industrial, entre las décadas de 1830 y 1850, presenta características análogas en la Argentina de fines del siglo XIX y primeras décadas del XX, salvando las distancias entre sus historias nacionales y de lugar en la división internacional del trabajo. Esta transformación coincide con el fenómeno de la profesionalización de distintos oficios vinculados a las industrias culturales, sean estos la escritura, el dibujo y el grabado, la composición musical o la edición de bajo costo (Rivera; 1998, Romano, 2004; Ojeda y Moyano, 2021). Será en ese marco de maduración de la profesionalización que irrumpe generacionalmente el grupo de Susini, Guerrico, Romero Carranza y Múgica. Provenientes los cuatro de familias de alta burguesía, eran naturalmente “herederos” en cualquier práctica que intentasen, como veremos en la sección 3<sup>2</sup>.

El volumen y la celeridad de los cambios acaecidos en el siglo XX conforman una perspectiva historiográfica ampliamente compartida por distintas corrientes, incluso con grandes diferencias entre sí en otros asuntos de la disciplina. Hobsbawm (1998b) habla de “la era de los extremos” y de un “corto siglo XX” que puede enmarcarse entre el inicio de la Primera Guerra Mundial (1914) y la caída del muro de Berlín (1989). La actividad pionera de Susini y sus socios/amigos comienza, como

---

<sup>2</sup> Aunque proviene de otros usos, consideraremos también el concepto de problematización en Foucault. Si bien este autor lo utiliza como herramienta de análisis crítico del pensamiento a través del análisis y deconstrucción de prácticas (en especial prácticas discursivas), para encontrar en lo aproblemático un recurso y un método de aproximación a los modos de producción de verdad de las instituciones en la historia (Foucault, 1999, p. 371), aquí lo tomaremos en consideración para considerar los modos en que, desde la experiencia de un grupo juvenil de élite o del mismo grupo ya adulto, aparecen naturalizadas prácticas de amateurismo, de divulgación de la cultura de élite, de negocios o de apropiación de componentes de la cultura popular en el campo de la mediatización masiva (Fernández, 2008; Martín Barbero, 1987).



veremos, prácticamente en el momento de inicio de este cambio de época, y concluye en la década de 1960, recorriendo, con ello la mayor parte del arco temporal delimitado por Hobsbawm.

Consideramos que este período de cambio y adaptación enmarca la Argentina en la que nacen, viven y protagonizan Lumiton sus fundadores. Esta se halla, en la etapa de infancia y primera juventud de estos personajes, en el apogeo del Estado moderno forjado en la segunda mitad del siglo XIX y consagrado simbólicamente en 1880 con la federalización de la ciudad capital, Buenos Aires, como abordan Botana (2012); Ferrari y Gallo (1980) y Oszlak (2004). Se recuperarán también conceptos de Terán (2008) para problematizar como se consolida el modelo agroexportador, la generación política e intelectual que hegemoniza el control del Estado y de las instituciones de la sociedad civil, de la ciencia, la educación y las artes es llamada, simbólicamente, “generación del '80”. Este proceso de consolidación institucional y de hegemonía de la clase terrateniente se vio complejizado social, política y culturalmente por las grandes migraciones que se sucedieron entre la segunda mitad del siglo XIX y las primeras décadas del XX (Oszlak, 2004; Botana, 2012; Gerchunoff, Rossi y Rochi, 2008; Cortés Conde, 1997), especialmente procedentes de países de Europa (Devoto y Benencia, 2003), que generaron la irrupción de nuevas demandas sociales, políticas y culturales<sup>3</sup>.

Es pertinente retomar aquí el concepto sintetizado por Beatriz Sarlo (1988) como “modernidad periférica” para enmarcar estos procesos de cambio y adaptación (o de dificultad de adaptación en algunas circunstancias) que se produjeron en un contexto de creciente articulación con las condiciones del mercado mundial capitalista en su etapa de internacionalización financiera, lo que supone una compleja yuxtaposición de prácticas que provienen de procesos estrictamente locales y nacionales, y prácticas que originadas en esta articulación internacional donde, paradójicamente, parte de las elites sostendrá un nacionalismo discursivo y simbólico al mismo tiempo que establece crecientes acuerdos con el capital extranjero (Cortés Conde, 1997). De allí que autores de referencia en la historia cultural del período, como Sarlo (1988, 1992, 2012), Romero (2012), Romero y Gutiérrez (2006), Korn y Romero (2006), entre otros, marcan conceptualmente esta doble situación. Por un lado, estos autores marcan rasgos claros de modernización que dejan atrás las formas tradicionales de relacionamiento en la política, la sociedad y la cultura entre fines del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, ya notoriamente interconectadas con los resultados de la segunda revolución industrial y de la revolución científico-técnica. A ello se suman nuevas generaciones de trabajadores calificados adaptados a las nuevas técnicas y también inventores provenientes de capas medias y populares ávidos de logros simbólicos y materiales.

---

<sup>3</sup> Entre las primeras, los reclamos obreros, la expectativa de ascenso social y bienestar material de las capas medias, la protesta de los arrendatarios rurales). Entre las segundas, el reclamo de apertura del régimen conservador desde su propio interior, la exigencia del fin del régimen oligárquico por la Unión Cívica Radical, la aparición y auge del Partido Socialista y de organizaciones anarquistas. Entre las terceras, el acceso a la instrucción escolar primaria y secundaria, la democratización del acceso a la universidad, el acceso al consumo cultural de libros, periódicos, espectáculos artísticos, etc.



Ante esta gran cantidad de transformaciones nos será de utilidad abordar perspectivas de la invención. Flichy (2003) señalaba que en el siglo XIX, sobre todo desde el apogeo de la primera revolución industrial en los países industrializados de Europa occidental y América del Norte el científico innovador mecenas (cuyo ejemplo paradigmático sería Da Vinci) o amparado por instituciones especializadas (cuyo ejemplo paradigmático sería Newton) abren paso a un inventor muchas veces autodidacta y no necesariamente proveniente de sectores sociales acomodados, que busca oportunidades en los nuevos mercados abiertos por la industrialización, con intereses de prosperidad material a partir de sus eventuales inventos. Y este perfil de inventores se sistematiza en una nueva economía en escala como grandes laboratorios de investigación que emplean científicos a partir de la segunda revolución industrial. En ese marco, la innovación técnica se presenta en la Argentina del Centenario (década de 1910) como un problema que evidencia las dificultades y cambios acelerados que se experimentan en el mundo industrializado, y a su vez, como un problema propio de una economía dependiente y periférica. Tomaremos estas caracterizaciones nos permitirán abordar y problematizar las trayectorias de Susini y su grupo. Como trataremos de demostrar en los capítulos subsiguientes, esta característica no es excepcional. Por un lado, corresponde a la totalidad del grupo de referencia de Susini en cada etapa de sus innovaciones pioneras en radiotelegrafía, radiotelefonía, radiodifusión de onda media y corta, producción y realización teatral, cinematografía, televisión y telefonía. Se corresponde, además con otros casos de invención incluso más o menos autodidacta, como el bote salvavidas insumergible patentado por Augusto Lasserre en Argentina y en tres países industrializados en 1902 (Moyano, 2019), o el fotoliptófono de Fernando Crudo (Petrosino y Canalis, 2014).

Otro aspecto del marco problemático en el que seguiremos a Martín Barbero es en la caracterización de las décadas de 1930 y 1940 en América latina. Aunque en Argentina ciertos rudimentos del accionar del Estado como mediador en los conflictos sociales pueden notarse durante el ciclo de gobiernos radicales entre 1916 y 1930, en el conjunto de América Latina este fenómeno es observable con claridad entre las décadas de 1930 y 1950, en una delimitación temporal ampliamente compartida por diversos autores de historia económica, política o cultural (Rivera, 1998, 1999; Sarlo, 1988, 1992; Korn y Romero, 2006; Di Tella y Zymelman, 1967). Desde la década de 1930, en cambio, y hasta la irrupción del desarrollismo a comienzos de los '60, las nuevas reglas de juego del Modelo de Sustitución de Importaciones generaron una reorientación de la actividad económica sustitutiva orientada al mercado interno, favoreciendo políticas estatales mucho más intervencionistas que las de los gobiernos precedentes y habilitando una mutación del flujo migratorio principal, ya no el extracontinental, sino ahora el de provincias interiores hacia las grandes urbes de la región chaco-pampeana, de los países limítrofes hacia Argentina y del campo a la ciudad en general (Oszlak, 2004; Romero, 2012; Korn y Romero, 2006; Cortés Conde, 1997).



Esta nueva configuración transformó rápidamente la noción de los públicos destinatarios de los medios masivos: el carácter popular del público de masas se acentuó notoriamente, sus imaginarios sociales y culturales fueron sincréticos entre elementos tradicionales del pasado y elementos adquiridos en el nuevo contexto urbano afectado por la rápida expansión e internacionalización de las industrias culturales. Y eso, por supuesto, impactó en los contenidos y modos de producción mediática (Martín Barbero, 1983, 1987). Esta etapa histórica entre las décadas de 1930 y de 1950, caracterizada por gobiernos disímiles entre sí pero con elementos comunes, es definida por Martín Barbero como del “populismo latinoamericano”, donde la hegemonía de las masas en movimientos nacional populares promueve, pero es también realimentada por los medios de comunicación, especialmente la radio y el cine (aunque también afiches, revistas, folletos, espectáculos masivos, etc.), encargados de producir contenidos capaces de completar los procesos de unificación territorial y simbólica de la Nación, forjar mitos de origen y destino comunes como pueblo y nación, y alejar a las masas populares de las simpatías por aquellos movimientos políticos y sociales que promovían la confrontación marxista clásica, la lucha de clases y el derrocamiento de las burguesías (Martín Barbero, 1987; Matallana, 2006, 2008, 2015-2016; Mallimaci y Marrone, 1997; Korn y Romero, 2006)<sup>4</sup>.

Para Martín Barbero (1987, p. 170), los años '30 son los años de la irrupción de las masas en la vida de la ciudad, sobre todo de la gran ciudad en proceso de industrialización y modernización económica. Este punto de vista, compartido ampliamente por el campo de las ciencias de la comunicación en América Latina desde la década de 1980, presenta entonces un marco de reformulación de la comprensión de las prácticas culturales tanto en las elites como en los sectores populares en este período, y especialmente, los vasos comunicantes entre ellos en circuitos de hibridación de las representaciones socioculturales mediados por las nuevas tecnologías industrializadas de la comunicación. Todo el período compuesto por las décadas de 1930 y 1940 desafió al grupo fundador de Lumiton con la reformulación de los conflictos y tendencias socioculturales en el marco de la irrupción de las masas urbanas como actor social. Entre los años '30 y '40 los cambios culturales de las masas se expresan en movimientos heterogéneos, yuxtapuestos, muchas veces conflictivos. La masa, dice Martín Barbero, fue inicialmente marginal en términos culturales, sociales, políticos y territoriales. “Era lo heterogéneo y mestizo frente a la sociedad normalizada” (Martín Barbero, 1987, p. 172).

---

<sup>4</sup> Salvando las distancias en los procesos de industrialización, marcos culturales predominantes y condiciones históricas, puede trazarse analogías entre el rol de la radio y del cine en la unificación simbólica de la nación moderna en América Latina y en Norteamérica, a partir, entre otros factores, de no haber vivido las naciones americanas el largo proceso de conformación de sus esferas públicas modernas (Habermas, 1994) en luchas desde la sociedad civil burguesa contra el Estado absolutista y el dominio aristocrático, sino que la construcción de la Nación moderna se realiza por la burguesía en el poder y en plena época de revolución industrial. Los mitos de origen y destino, de identidad simbólica territorial y de prácticas y consumos culturales identitarios en Estados Unidos son impensables sin la irrupción de la radio y el cine en las primeras décadas del siglo XX (Bell, 1969).



A diferencia de las expresiones culturales que reivindicaban no sólo al sujeto popular sino su interpelación político social como potencialmente revolucionaria, como lo hacían, por ejemplo, los artistas del Grupo Boedo en el campo literario, musical y teatral, o como lo hacían los miembros de la “reacción nacionalista” en el campo literario e historiográfico como Gálvez, Rojas, Wast o Capdevilla (Rivera, 1998), en los nuevos medios de masas como la radio, el cine o el disco musical se representó las aspiraciones de consumo y de ascenso social de las masas como legítimas pero sujetas a los códigos morales de la burguesía: el ascenso por matrimonio (pero por amor, no por conveniencia), por golpes de suerte o talentos novedosos (los nuevos deportes y espectáculos por ejemplo) o la paciente espera del ahorro. La ruptura con el orden burgués, en cambio, se representó en términos de peligrosidad, aunque evitando asociar la peligrosidad al riesgo de levantamiento de las masas como tales, como lo planteó una parte del nacionalismo de derecha no sólo en Argentina, sino asociando lo peligroso a lo bajo, siniestro y destructivo de la tentación del delito, el ambiente del hampa y el de “la noche” donde el tiempo productivo, del ahorro y de la búsqueda de formar familia se disipa en un círculo vicioso de destrucción. Se fueron conformando, de este modo, “arenas culturales” (Gorelik y Arêas Peixoto, 2019), cuya potencia identitaria no sólo se apoyó en las nuevas formas técnicas de representación o en la presencia de ciertos tópicos de la propia cultura, sino en la forja de una identidad que hibridaba y desdibujaba simbólicamente los límites entre las clases y entre elite y pueblo (Martín Barbero, 1987, p. 173).

Conceptos que no pueden ser dejados de lado al estudiar este período son los de *star system*, *studio system* y sistema de géneros. Como ha señalado Costa (1992), los sistemas de estudios, estrellas y géneros no sólo son mecanismos clave del cine industrial, sino que son necesarios cada uno para la existencia de los otros. El género cinematográfico industrial es en el siglo XX, la quintaesencia del mismo como mecanismo de reconocimiento que llegará a habilitar la especialización genérica de los estudios en función de los públicos activos y potenciales que se busca atraer a las salas de proyección. El cine hereda el melodrama y lo reinventa, con el folletín como vaso comunicante entre ambos. El folletín aporta estructuras narrativas largamente incorporadas a la cultura popular decimonónica en proceso de alfabetización. El melodrama, por otro lado, aporta no sólo su presencia espectacular en las salas sino numerosos recursos y estructuras de narración que el folletín aprovecha y asimila (Martín Barbero, 1987, pp. 161-162). El *star system*, dice Martín Barbero, reconoce y aprovecha la satisfacción adicional que constituye para el público popular de cine la constatación de que sus prácticas culturales son vistas y comentadas con rechazo y desprecio por las elites, no sólo en la experiencia de los medios escritos, sino también en la dramática del teatro tradicional, la escucha de la ópera o los conciertos. Lo hace porque su resultado económico de transacción de identidad simbólica por rentabilidad material es pleno:



Fue esa secreta complicidad entre el cine y su público —toda la adhesión que el cine suscitaba en las clases populares se convertía para las élites en desprecio y rechazo— lo que vino a activar y "explotar" el star system. La indistinción entre actor y personaje producía un nuevo tipo de mediación entre el espectador y el mito (Martín Barbero, 1987, p. 160).

El espectador del cine mudo daba hurras o silbatinas no a la calidad de la interpretación o la historia narrada, sino a su identificación con los personajes y hechos que se contaban, elevando a nivel industrial y de masas mundializadas la experiencia de indiferenciación entre hecho y representación, entre personaje y actuación, que se desplegaba en la experiencia de sectores populares devenidos públicos del melodrama decimonónico.

Del mismo modo que hemos de rastrear en los años '30 -en los inicios y auge de Lumiton- este momento clave de transformación cultural, social y política donde el cine tiene un lugar tan contundentemente importante, a partir de 1943 (Revolución del 4 de Junio) y especialmente de 1946 (inicio de la presidencia de Perón), habremos de revisar el novedoso nuevo rol del Estado, su institucionalización de la legalidad y legitimidad sindical, su papel dominante como proveedor de recursos de inversión y su tendencia a premiar toda aquella acción cultural convergente con su legitimación ante las masas votantes y dispuestas a apoyar en las calles su accionar. Dentro de este proceso, hemos de prestar especial atención a la transformación de la relación entre trabajadores, sindicalización, Estado y patronales propia del período de las dos primeras presidencias de Perón en Argentina (1946-1955) (Cane, 2007), que tendrán implicancias tanto contextuales como específicas en el accionar de Lumiton y en las decisiones finales del grupo fundador de retirarse de la empresa en 1949<sup>5</sup>.

De allí que tendremos que tomar nota de eventuales diferencias, ya sea en las circunstancias y contexto, ya en las actividades y contenidos fílmicos -expresados en la propia Lumiton o en su competencia- en el período que va de 1930 a 1943, en el interregno de 1943-46 y a partir de ese último año hasta el cierre de la empresa. Porque desde la irrupción del cine parlante hasta la salida del grupo fundador de la empresa en 1949 hay claramente una continuidad (la adaptación de los imaginarios de consumo de masas de las capas medias y populares urbanas al contenido fílmico) y una ruptura (las preferencias del Estado y de las masas políticamente organizadas por la representación de sí mismas y de la nación) que pueden tener implicancias en nuestro análisis.

En tal sentido, si Lumiton es una experiencia económica que puede analizarse desde su proceso conformativo, auge, decadencia y cierre, buscando explicar hasta donde sea posible los motivos de estos tránsitos entre etapas, también es una experiencia cultural, que no sólo incide, sino que es a su vez signo de transformaciones muy veloces que se estaban produciendo entre los años '20 y los

---

<sup>5</sup> "Perón plantea (...) una política de desarrollo económico dirigida por el único estamento que puede conciliar los intereses en conflicto: el Estado. Pero en 1946 los conflictos sociales habían cobrado ya tal fuerza que el compromiso entre masas y Estado deberá ser "orgánico", y ahí residirá la fuerza y la ambigüedad cobrada por los sindicatos (...) La constitución de un sindicalismo político, que define su acción en la interlocución con el Estado más que con las empresas" (Martín Barbero, 1987, p. 176).



años '40 en la vida urbana argentina y en la experiencia de sus sectores medios y populares, pues desde el presente marco teórico, el movimiento masivo hacia las salas no puede expresarse sólo en aciertos de la gerencia comercial o la organización industrial y estética del estudio, o en su capacidad de portar ideología, sino “en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos [los medios] y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares” (Martín Barbero, 1987, p. 178).

La producción fílmica de Lumiton conforma una huella de las búsquedas empresariales, estéticas y de posicionamiento cultural en relación con los rápidos y complejos cambios en la vida urbana y su cultura. En la vista de los filmes, podemos hallar una huella del espectador, al menos en la construcción imaginaria de quienes produjeron guiones, escenarios y filmes. Gran parte de lo visible en los primeros filmes de Lumiton muestra escenarios, preocupaciones, imaginarios, tópicos de uso del tiempo libre, referencias de la cultura de masas urbana que no estaban presentes apenas una década antes, prácticamente en ninguna representación mediática, cualquiera sea su soporte o dispositivo. Será de interés de este trabajo, por ello, explorar esas huellas.

Por último se retomarán conceptos de identidad e identidad nacional. Siguiendo a Ortiz (1997) podemos aproximarnos a la primera noción como:

(...) construcción simbólica que se hace en relación con un referente. Los referentes evidentemente pueden variar de naturaleza, son múltiples: una cultura, la Nación, una etnia, el color o el género. Sin embargo, en cualquier caso, la identidad es fruto de una construcción simbólica que los tiene como marcos referenciales (Ortiz, 1997, p. 81).

La noción de identidad nacional presente en un imaginario específico presenta numerosas dificultades, comenzando por el hecho de que siendo las nacionalidades un constructo histórico y territorio de luchas por el sentido, no es sencillo hallar una descripción unívoca de lo que conforma una identidad nacional. Ortiz se aproxima a la noción de Nación como:

(...) espacio geográfico en cuyo interior se realizan las aspiraciones políticas y los proyectos personales. En este sentido, el Estado-nación no es solo una entidad político-administrativa, es una instancia de construcción de sentido (Ortiz, 1997, p. 59).

El concepto es, cuanto menos, polisémico, eventualmente sujeto a luchas y contradicciones, definiciones en pugna, etc. Pero se buscará en este trabajo sintetizar la construcción de ciertos rasgos identitarios comunes entre los filmes, que permitan dar cuenta de un posicionamiento más o menos explícito del estudio en relación con la cuestión identitaria en estas décadas críticas de transformación en el país. Tanto esta búsqueda de una posible presencia sintética de representaciones reiteradas respecto de la noción de la identidad nacional, el territorio, la representación artística de lo nacional, lo rural y lo urbano, etc. como de posibles avances y límites en el uso de las tecnologías cinematográficas para hacer representables cinematográficamente



modos de acción, hechos o territorios, se realizarán teniendo a la vista el hecho de que toda mediatización supone un conjunto de reglas que determinan, precisamente, las posibilidades y límites de un modo de comunicar (Hall, 1980; Aumont, 1990; Fernández, 2008), y que, como todo dispositivo comunicacional industrializado, los dispositivos audiovisuales poseen su propia especificidad (Winston, 1996), y junto a otras “máquinas de ver” con las que “se registran las imágenes del mundo exterior establece una determinada codificación del punto de vista sobre el mundo mismo” (Palacio, 2005: 162). Por último, se explorará estos materiales y prácticas considerando las delimitaciones conceptuales propuestas por Thorburn y Jenkins (2003), en tanto los períodos de transformación tecnológica habilitan una estética específica de la transición, una clara disposición a explorar y experimentar y una voluntad explícita de mostrar el momento como protagonista de pasos pioneros, de elementos imitativos de la etapa anterior (Bosetti, 1994; Matallana, 2006) eclécticos entre dos etapas, etc. en un marco de libertad creativa que tiende a limitarse a medida que se establecen las rutinas y convenciones del dispositivo (Thorburn y Jenkins, 2003: 6-7). Dado que la cinematografía de Lumiton irrumpe en el momento mismo del nacimiento del cine sonoro en Argentina<sup>6</sup> que es también un momento relativamente pionero a escala internacional, esta condición merece al menos tomarse en consideración en términos exploratorios.

### **Periodización**

Para abordar el presente trabajo se considerará en su devenir toda la trayectoria cinematográfica de Lumiton, eso implicará hacer un estudio de tiempos relativamente largos, lo cual permite abordar diferentes décadas (desde 1920 al final de la década del '50) y también va a permitir establecer subperiodizaciones internas que se desarrollarán en profundidad en el capítulo 3 en función de las trayectorias de sus protagonistas, el recorrido del proyecto Lumiton en su conjunto, así como también su relación con la radio en un principio y con la televisión al momento de su caída y posterior cierre. Esta periodización permite analizar su especificidad pero también su inscripción contextual, histórica, económica y cultural.

---

<sup>6</sup> Se utiliza en este trabajo la traducción usual -y usada también en el lenguaje coloquial- de “cine sonoro”, como equivalente a la expresión en inglés “*Talking Movies*”, aunque la traducción correcta, idiomática y técnicamente debería ser “cine hablado” pues el cine mudo había desarrollado numerosas convenciones de comunicación sonora.



## Capítulo 2: Marco histórico contextual

### 2.1. El contexto internacional

El período histórico en el que se desarrolló Lumiton se corresponde con la crisis mundial del capitalismo desatada en 1930 y sus consecuencias económicas catastróficas en el primer lustro de la década, la recuperación económica observada desde 1933 y sobre todo en la segunda mitad de los años '30 tras la consolidación de las políticas de intervencionismo estatal que abrogaron el régimen liberal clásico, y las políticas de estímulo a la demanda, que expandieron a su vez el acceso al consumo masivo de los sectores populares, y a la forja del Estado de bienestar. En esta sección contextualizaremos el momento de emergencia del cine, el surgimiento del sistema de estudios a nivel global y como se da el proceso de convergencia con otros medios como la radio. Estos puntos resultan centrales para más adelante desarrollar la relación entre los negocios de la radio y el cine de la forma en que suceden en Argentina y fundamentalmente articulado con las trayectorias vitales de Susini y su grupo.

Aunque en países periféricos como Argentina la salida de la crisis y la superación del modelo agroexportador se logró con un estricto proteccionismo económico y con una industrialización liviana orientada al mercado interno (Katz y Kosacoff, 1989; Vaccarezza, 2010), el proceso de expansión del capital proveniente de países centrales con estrategias propias del fenómeno denominado “imperialismo” (Hobsbawm, 1998a; Borderia, Laguna y Martínez, 2015; Laguna Platero, 2018) no sólo no cesó sino que se profundizó (Palazuelos y Talavera, 1990). Una de las actividades industriales donde tal fenómeno se expresó en forma contundente fue la cinematográfica, dominada por los grandes actores del mercado mundial. En tal contexto, la crisis del cine europeo y el auge del cine de guerra estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo, impactaron sobre la cinematografía nacional en forma contundente (Sadoul, 1996; Gubern, 2016).

El final de la Primera Guerra Mundial marcó un punto de inflexión en el contexto internacional y en el modo en que éste impactó sobre el país. Por un lado, la potencia económica hegemónica en la economía argentina, Gran Bretaña, comenzó a ceder espacio al avance del capital estadounidense. Por otro lado, nuevas tecnologías de la comunicación irrumpieron y se extendieron por el mundo. La industria de diarios y revistas, en constante expansión desde principios de ese siglo, alcanzó nuevas altitudes a comienzos de los años '20, con mayor volumen, diversificación e incorporación de tecnología. La cinematografía, tras dos décadas de experimentación técnica y ensayos de negocio industrial, mostró el tránsito de la hegemonía de industriales franceses hacia la de estadounidenses (Gubern, 2016). Apenas concluida la Primera Guerra Mundial, la industria cinematográfica estadounidense inició una gigantesca y acelerada expansión mundial (Gubern,



2016). En 1920 se iniciaron las transmisiones radiofónicas en Estados Unidos, Gran Bretaña y Argentina (Bosetti, 1994, Barbiert y Bertho-Lavenir, 1999), y en muy pocos años el medio alcanzó una implantación masiva, desarrollando su propio lenguaje, géneros y modelo de negocio (Costa, 1992), lo que aceleró, a su vez, el negocio de las agencias de noticias y, fundamentalmente, el de las agencias de publicidad (Ojeda y Moyano, 2020). Junto a la expansión del cine y de la radio se desarrollaron industrias paralelas, como la discográfica o la del espectáculo deportivo de masas y del teatro, o complementarias, como el coleccionismo de objetos del *star system*, la indumentaria de moda o la comunicación persuasiva. En tal contexto, las migraciones del campo a la ciudad y la transformación territorial de la organización urbana facilitaron una creciente circulación de personas de diferentes clases en ámbitos territoriales o simbólicos de mediación, sobre todo en el uso del tiempo libre y el consumo masivo (Ballent, 2006; Gil Mariño, 2015; Kriger, 2018).

Frente a la tragedia y los desplazamientos sociales, económicos, políticos y culturales que supusieron la Primera Guerra Mundial y la Revolución Rusa, estas transformaciones fueron vividas en la cultura occidental como un tiempo de fuertes cuestionamientos políticos, estéticos y de hábitos culturales (Hobsbawn, 1998b), y a su vez, como tiempo de experimentación festiva y consumista, sobre todo en Estados Unidos cuyo territorio no había sido parte del campo de batalla en la guerra y salía ampliamente fortalecido de su participación en ella. El concepto de *roaring twenties*, acuñado en Estados Unidos, se asocia así a las nuevas tendencias en indumentaria, el acceso de los sectores medios al consumo, el éxito masivo de géneros musicales provenientes de culturas populares como el jazz o el tango, etc.

Aunque la gran depresión de los primeros años '30 golpeó el consumo popular, las industrias con mayor capacidad de inversión aceleraron su reconversión, internacionalización y diversificación, hallándose en excelentes condiciones de aprovechar la recuperación económica y el nuevo *boom* de consumo popular generados por las nuevas políticas keynesianas. La radio vivió una auténtica revolución en los años '30, conformando una edad de oro que duraría tres décadas, con una captación publicitaria de volumen gigantesco y un rol clave en las políticas de estímulo al consumo y de educación popular generados por el Estado y en la promoción de otras actividades de masas como el consumo de música en vivo o grabada, la asistencia o escucha de espectáculos deportivos de masas o la articulación entre imaginarios provenientes del folletín, los del cine y los de la propia radio. La prensa vivió un proceso equivalente<sup>7</sup>.

Este es el marco contextual internacional en el que surgió Lumiton y desplegó su primera década de grandes éxitos. En los años '40, a la Segunda Guerra Mundial y su impacto sobre el cine, sucedió

---

<sup>7</sup> Surgieron nuevos diarios orientados al consumidor popular y se renovaron los tradicionales con nuevos suplementos. Surgieron nuevas revistas de consumo masivo tanto de interés general como especializadas y desde mediados de la década de 1930 comenzó a desplegarse el éxito de masas de colecciones bibliográficas de circulación internacional de grandes editoriales como Penguin Books o - desde Buenos Aires- Espasa-Calpe.



un nuevo marco de posguerra en el que la hegemonía estadounidense se profundizó, se agregó la recuperación fílmica europea y se produjeron innovaciones a nivel de géneros, tecnología, circuitos de distribución y temas. Aunque las razones de la decadencia económica y el cierre de Lumiton obedecieron en gran medida a condiciones de orden nacional e incluso biográficas de sus protagonistas, es posible notar también que estos cambios contextuales internacionales guardan relación con el éxito de Lumiton en los años '30 y también con su caída.

### **Industrias concentradas e interdependientes**

Una característica del sistema de medios masivos desplegado luego de la Primera Guerra Mundial es la sinergia entre un medio y otro, fenómeno potenciado por el carácter concentrado de la industria. La radiodifusión a nivel mundial rápidamente adoptó un sistema concentrado en su emisión, según dos modelos: mientras en Europa el Estado reservó para sí el control de la emisión, en Estados Unidos el modelo dominante se constituyó según un marco proteccionista motorizado por el Estado, pero asignado a empresas privadas que pronto quedaron lideradas por dos grandes cadenas que hegemonizaron, a su vez, la conformación de géneros, la distribución publicitaria y la emisión hacia grandes poblaciones. Aunque la radiodifusión estadounidense no logró tomar control directo de los sistemas de hispanoamericanos, sí pudo establecer su hegemonía en la provisión de equipos, patentes, modelos de gestión comercial, producción discográfica asociada y géneros.

La prensa, la industria discográfica y la publicitaria se desplegaron en amplia sinergia con el *boom* de la radiodifusión. De allí que ciertos géneros musicales trascendieron rápidamente los límites de su origen social o geográfico para convertirse en objeto de disfrute de poblaciones de otras lenguas y culturas en todo el mundo, y los avisos comerciales, distribuidos por agencias que ahora contaban con casas sucursales en decenas de países, adoptaban un sorprendente parecido en cada uno de ellos. El fenómeno también es visible en los espectáculos deportivos de masas, el ascenso al *star system* de sus principales protagonistas, la construcción de grandes estadios para la asistencia en vivo a las competencias y la construcción de salas de proyección cinematográfica tanto en los centros urbanos como en sus suburbios.

Tanto el término cine como su condición de gran industria internacional y medio de expresión artística equiparable a las bellas artes clásicas, se instalaron en la cultura de Occidente poco después de la Primera Guerra Mundial, alcanzando una primera edad dorada en la década de 1920. Sus antecedentes, sembrados trabajosamente desde un siglo atrás convergieron en una tecnología hegemónica, una estrategia industrial orientada al entretenimiento de masas, una estrategia artística que dotó al cine de los elementos sígnicos capaces de conformar un lenguaje diferenciado de otras artes, un cuerpo de artistas capaz de adaptarse a las nuevas condiciones, y un público adaptado a las salas para el disfrute visual. En este contexto de convergencias entre las industrias



mediáticas, a lo largo de la década de 1920 se renovaron las exploraciones para lograr que la proyección cinematográfica pudiese contar con la reproducción de voces y diálogos humanos sincronizada con las imágenes, así como con una reproducción musical grabada que no dependiera de presencias de artistas en vivo.

Aunque desde la etapa pionera se realizaron intentos de sincronizar las imágenes con sonidos, músicas alusivas y diálogos entre personas, en la primera edad dorada del cine (1915-1930) se optó por el máximo despliegue de las posibilidades de representación visual, renunciando a la posibilidad de representar con eficacia diálogos y monólogos en los términos en que lo hacían el teatro, el canto o la declamación. El cine sería “mudo”, término que terminará de afianzarse cuando irrumpa, a comienzos de la década de 1930, el cine “hablado” o “parlante”.

La incorporación de tecnología capaz de amplificar el volumen de las voces humanas y reproducirlas en forma sincrónica a las imágenes, aseguró la aceptación generalizada del cine “hablado” por el público, sobre todo a partir de 1932, aunque puede considerarse el quinquenio precedente como momento de transición entre ambos sistemas<sup>8</sup>. Pronto -con la excepción de algunas joyas de autor persistentes en la estética “muda”- toda la industria cinematográfica se volcó al cine hablado: equipos de filmación, guionistas, actores, productores, salas de proyección, todos emigraron en masa hacia las nuevas condiciones, o debieron salirse del negocio. Desde esta irrupción hasta la transformación del marco legal impuesta en 1948 por el gobierno de los Estados Unidos a las grandes productoras de la industria, se desplegó una segunda edad dorada del cine estadounidense y su meca, Hollywood.

De este modo, el contexto internacional de surgimiento de Lumiton se corresponde con el momento de tránsito del cine silente al hablado (sonoro), con la transición entre la depresión económica provocada por la crisis del '30 y la recuperación impulsada por políticas keynesianas de intervención estatal estimulando el acceso de las masas populares al consumo, con el impacto masivo de un nuevo sistema de medios diversificado y a su vez convergente en sus lógicas y contenidos, que mundializa consumos musicales, *star systems*, modelos de consumo y prácticas de uso del tiempo libre y entretenimiento, transformando en prácticas de masas el consumo radiofónico, de música popular de circulación masiva, el interés por los grandes espectáculos deportivos y por las narrativas del cine.

---

<sup>8</sup> El 6 de octubre de 1927 se estrena *The Jazz Singer*, película que, a pesar de que existen antecedentes anteriores en experimentación hacia la incorporación del habla sincrónica a los filmes, ha quedado simbólicamente en la memoria colectiva y las narraciones historiográficas como el punto de inflexión en el inicio de la era del cine parlante, aunque sincronizaba sólo canciones interpretadas por el actor y lo hacía sin mecanismo alguno que garantizase la precisión de esa sincronía. La evolución de los sistemas de captación, grabación, reproducción, amplificación y sincronía por medios técnicos precisos fue a partir de este año muy acelerada hasta la resolución de 1932, aceptada mundialmente.



## 2.2. El contexto nacional: temas populares y tango canción desde la década de 1910

El contexto nacional en el que surgen las primeras producciones de ficción cinematográfica y poco después, las primeras emisiones radiofónicas, es, pues, el del modelo agroexportador que orgullosamente celebra, en 1910, el centenario de la Revolución de Mayo, y tiene entre sus jóvenes de capas acomodadas de la población a emprendedores ampliamente interesados por las novedades tecnológicas producto de la segunda revolución industrial<sup>9</sup>. El contexto de nacimiento de Lumiton, en cambio, es el de la crisis de 1930 y su superación en el marco del novedoso modelo de sustitución de importaciones.

Aún en el marco de importantes contradicciones, desigualdades y exclusiones<sup>10</sup>, en la época del Centenario, Argentina era un país atractor de un flujo inmigratorio procedente de Europa -también de países limítrofes- que había multiplicado la población por 4,2 en apenas 45 años<sup>11</sup>. Era también un país en rápido proceso de urbanización y de alfabetización. La población alfabetizada había crecido en una proporción tres veces más rápida que el crecimiento demográfico, pasando de 310.259 en el Censo de 1869 a 3.915.949 en el de 1914, un crecimiento de 12,6 veces, y paulatinamente, había generado acceso tanto a la capacidad de consumo de una parte creciente de sus capas medias asalariadas, como a la de acceso a niveles de instrucción más altos<sup>12</sup> y a hábitos de consumo cultural y ocio masivos y diversos.

En este marco, a los diarios devenidos grandes empresas desde el siglo anterior, como *La Prensa*, *La Nación* y *El Diario* se sumaron otros que ampliaron el mercado y emularon innovaciones presentes o en curso en los países industrializados, como fueron los casos de *La Razón* desde 1905 y de *Crítica*, entre otros (Saitta, 1996; Levenberg, Ojeda y Moyano, 2019), a los que se sumaron, además, numerosos diarios de circulación regional y local. A ellos se agrega el novedoso negocio de las revistas en formato magazine de circulación masiva, catalizado por *Caras y Caretas* desde 1898, revista que alcanza los doscientos mil ejemplares por número en su edición especial por el Centenario de la Revolución de Mayo, y continuado por numerosos émulos (Moyano, Ojeda

<sup>9</sup> Romero Carranza se interesa tempranamente por el automovilismo y es pionero del Automóvil Club. Newbery, de la aeronáutica. Se explora el armamento moderno, máquinas para matar plagas, artefactos agroindustriales, equipos fotográficos, tecnologías gráficas de punta, etc. En este marco surge el interés por las telecomunicaciones.

<sup>10</sup> La euforia del modelo económico no estaba exenta de conflictos y contradicciones: los comienzos del siglo XX se desplegaron signados por la protesta obrera en las ciudades portuarias, las protestas de arrendatarios campesinos en las regiones semi rurales y rurales, y la irrupción de nuevas fuerzas políticas que expresaban sectores sociales excluidos de la participación por parte de un régimen conservador oligárquico y cerrado. Entre estas fuerzas, la Unión Cívica Radical alcanzaba amplio apoyo social en el grueso de las provincias y reclamaba el fin de los métodos electorales fraudulentos que caracterizaban al régimen (Botana, 2012).

<sup>11</sup> El Primer Censo Nacional de Población y Vivienda (1869) contabilizó una población total de 1.877.490 habitantes. El segundo, llevado a cabo en 1895, registró 4.044.911. El tercero, en 1914, mostraba una población cercana a los ocho millones: 7.903.662.

<sup>12</sup> Hacia el fin del régimen conservador se había multiplicado la oferta de educación secundaria, accesible a los sectores medios y en la que se formaron numerosos protagonistas del ambiente cultural del nuevo siglo (Puiggrós, 2018; Rivera, 1998, 1999; Ojeda y Moyano, 2021), había crecido con gran expansión geográfica la oferta de formación terciaria con las escuelas normales, y aunque la universidad era todavía un ámbito conflictivamente inaccesible a los nuevos sectores medios, su cantidad se había duplicado entre 1888 y 1911 (Puiggrós, 2018).



y Sujatovich, 2016) que poco después exploran la segmentación masiva (Ojeda y Moyano, 2020). A ello se agregan las novelas y folletines semanales de venta en kioscos (Sarolo, 1988, 1992, 2012), la primera colección de libros económicos editada en el país (Rivera, 1998), la circulación de partituras con composiciones breves (entre las que aparece ya a comienzos de siglo el tango) y numerosos espectáculos en vivo de gran éxito, desplegándose la ópera, que gozaba de amplia difusión y respecto mediático, la música orquestal, las orquestas típicas, el teatro, el teatro y el circo criollo, el teatro de variedades, etc., en cuyo espacio se inscriben algunos de los géneros narrativos que la radio y el cine aprovecharán.

A pesar del impacto de la crisis de 1930, pocos años después, la radiodifusión y el cine iniciaron un ciclo ascendente de expansión muy por encima del período anterior a dicha crisis. El modelo de sustitución de importaciones supuso un fuerte estímulo a la demanda de consumo de las nuevas masas urbanas, que hallaron en los nuevos medios de comunicación -cine, radio- un vehículo privilegiado de apropiación de hábitos de ciudadanía. Y también reflejaron sus temores: los miedos que galvanizan el sueño de progresar. Frente al sueño de la casa propia, el acceso a bienes y tiempo libre o los hijos con título profesional, aparecía la sombra ominosa del trabajo mecánico y agotador, del ambiente de malas compañías y falta de expectativas, de las villas miserias que, presentes desde comienzos de siglo, se hicieron especialmente visibles con la crisis de 1930 y se mantuvieron en el imaginario mucho después de su finalización. En este marco, la inversión estatal en infraestructura como parte de las políticas intervencionista, dio lugar a remodelaciones y construcciones que reforzaban el carácter moderno de la capital argentina, y aunque no anulaban las diferencias sociales, las reconducían hacia un imaginario de espacios y pertenencias comunes. Este crecimiento reforzaría la construcción simbólica del “barrio” y relocalizaría las antinomias ligadas a lo rural y lo urbano de las que se valía el campo cultural e intelectual local a la hora de pensar la pregunta por lo nacional. (Gil Mariño, 2015).

Aunque existen antecedentes de amplio interés para la historia del cine argentino, la cinematografía argentina en su etapa muda posee una producción en cantidad muy reducida en comparación con países como Estados Unidos, Francia, Alemania o Suecia. A pesar de que se registran productos cuya calidad estética y fílmica es alta, y en la década de 1920 se observaban estrategias de reiteración de tópicos, géneros y criterios de producción que buscan emular algunos criterios de la producción industrial, su número es comparativamente escaso, su producción notoriamente artesanal y su resultado económico todavía escueto (Di Núbila, 1959; Getino, 1995; Rivera, 1998), más aún si se lo compara con el negocio de la distribución de filmes importados de origen estadounidense y europeo que se consolida en el país.



Puede mencionarse como hitos el trabajo fílmico pionero realizado por Henri Lepage, Eugenio Py y Max Glücksmann desde 1897<sup>13</sup>, primero con materiales análogos a los tópicos y tratamiento fílmico iniciados por los hermanos Lumière, más adelante con trabajos por encargo para uso por particulares ya sea para campañas políticas, propaganda institucional, difusión de actividades de beneficencia o registro de actividades privadas, finalmente explorando la producción fílmica de ficción e incluso la sincronización fonográfica para acompañar musicalmente danzas y canciones (Di Núblila, 1959; España, 2000).

Hacia la época de las grandes celebraciones del Centenario de la Revolución de Mayo aparecieron los primeros filmes de ficción con argumento y participación de actores, irrumpiendo en la actividad protagonistas vinculados al ambiente del teatro y otros espectáculos de circo y variedades, así como a la música de este tipo de ambiente<sup>14</sup>, varios de los cuales continuarían en la actividad cuando se inicie el cine parlante. Algo similar sucede -a partir de 1912- con el español Julián de Ajuria, residente en Buenos Aires desde 1906<sup>15</sup>. Es notorio el contraste entre las producciones de largometraje de Glücksmann y del equipo que conduce Ajuria en los años de transición entre el régimen conservador y la irrupción yrigoyenista. En el caso de Glücksmann, aunque su línea principal fueron los filmes a pedido del gobierno o particulares, con temas educativos, de registro documental o propaganda, decide producir *Amalia* (Enrique García Velloso, 1914) con guion y dirección de Enrique García Velloso, y con la actuación de actrices aficionadas provenientes de la alta sociedad, logrando una mayor integración entre el ambiente del teatro y la naciente cinematografía<sup>16</sup>. Glücksmann se apoyaba así en el mismo ambiente de contactos político-sociales en el que obtenía los contratos para filmar: la alta sociedad, encantada con la participación de

<sup>13</sup> El belga Lepage era propietario de una casa de fotografía, mientras Py y Glücksmann trabajaban allí. Los tres fueron pioneros de la cinematografía nacional y marcaron con sus producciones toda su primera década. Al retirarse Lepage, quien vende a Glücksmann su negocio en 1907, éste continúa trabajando con Py y produce algunos de los primeros filmes de ficción, mientras se expande en el negocio de las salas de exhibición, la importación de materiales y la producción de filmes por encargo.

<sup>14</sup> En coincidencia con la irrupción del Film d'Art en Francia, el inmigrante italiano Mario Gallo explora la recreación ficcionada de eventos históricos y el aprovechamiento de obras de teatro exitosas, algunas basadas en folletines de gran fama, eligiendo temas de la historia nacional y sus imaginarios, logrando obras pioneras. Predominó en ellas la recreación histórica como lo atestiguan *El fusilamiento de Dorrego* (1908), *La Revolución de Mayo* (1909), *Güemes y sus gauchos* (1910), *La creación del Himno* (1910), *Camila O' Gorman* (1910), *La batalla de San Lorenzo* (1912) y *La batalla de Maipú* (1912). La apelación a folletines famosos se expresa en *Juan Moreira* (1913), a lo que se agrega la adaptación de obras de teatro como *Muerte Civil* (1910) y *Tierra Baja* (1913). Este salto en producción, acompañado por un crecimiento de la cantidad de "vistas" y filmaciones a pedido, no muestra, sin embargo, el nacimiento de un negocio. Por el contrario, las producciones significaron pérdidas a Gallo, y lo mismo sucede con los filmes realizados por Julio Raúl Alsina sobre temática similar, también en torno al Centenario. Comenzaba a notarse el peso del negocio de importación de materiales y de exhibición, que permite a Glücksmann consolidarse como empresario del sector, y asu vez consolidar su negocio de producción fílmica.

<sup>15</sup> Ajuria se había asociado con Gallo para realizar ambientación de películas durante las proyecciones (Gallo tocaba el piano y Ajuria era el comentarista), co-produciendo los dos primeros filmes de Gallo, pero junto a Pablo Epstein, incursionaron en el negocio de la distribución de filmes importados (Di Núblila, 1998). En 1912 Ajuria crea la empresa distribuidora Sociedad General Cinematográfica, adaptada a las nuevas condiciones de distribución internacional que comenzaba a imponer la industria estadounidense: el alquiler de copias. Desde esta posición empresarial, Ajuria promovió la realización de un filme de ficción de temática gauchesca pero que hiciera visibles las preocupaciones sociales en torno a la situación del trabajador rural, el contraste entre el mundo rural y la gran ciudad, y los abusos de los poderosos.

<sup>16</sup> El éxito de la obra permitió repetir la fórmula al año siguiente, con Mariano Moreno y la Revolución de Mayo (1915), en el que participan actores como Pablo Podestá, proveniente del teatro criollo, y otros actores reconocidos. Comenzaba a explorarse el trabajo de adaptación de obras del teatro al cine, y a utilizarse los recursos del primero en forma adaptada. El filme, sin embargo, no conformó un éxito económico al proyectarse.



artistas aficionados provenientes de ese ambiente, como lo hizo notar la prensa periódica que comentó la proyección.

La propuesta de Ajuria, en cambio, era prácticamente inversa. Representaba personajes de origen popular rural en conflicto con los abusos de personajes provenientes de las elites. Enaltecía la poesía y el teatro gauchescos, promovía imágenes del mundo “del interior”, “del campo”, frente a la gran ciudad, y mostraba un desenlace de justicia. Su filme *Nobleza Gaucha* (Humberto Cairo, Ernesto Gunche, Eduardo Martínez de la Pera, 1915) es seguramente el más famoso de la etapa muda de la cinematografía nacional, conformando un suceso de consumo de masas que rindió a la empresa de Ajuria entre 30 y 50 veces la inversión inicial de veinte mil pesos<sup>17</sup>. Fue proyectado ininterrumpidamente durante quince años, y reconfiguró los vasos comunicantes entre distintos campos del arte y el espectáculo (el teatro criollo, el gauchesco, el de denuncia social, la naciente cinematografía), y entre sus oficios (dramaturgos, artistas del espectáculo de variedades, actores, guionistas, etc.).

La dirección del filme fue compartida por figuras clave en el manejo técnico y de producción: Eduardo Martínez de la Pera y Ernesto Gunche provenían de la fotografía y -sobre todo el primero- dominaban las artes del laboratorio, mientras que Humberto Cairo era el director de programación de la Sociedad General Cinematográfica y era, a su vez, hombre del ambiente del teatro y del espectáculo de variedades, actividad en la que tuvo un rol clave en la década siguiente, forjando las carreras de numerosos actores y actrices, cancionistas de espectáculos en vivo, vedettes, etc., muchos de los cuales -como Parravicini, Merello, Pepe Arias, Alfredo Le Pera o el propio Gardel- serían figuras clave de la transición del cine mudo al parlante, lo mismo que Martínez y Gunche en su oficio. A su vez, la reformulación de intertítulos que llevó el filme a la masividad estuvo a cargo de José González Castillo, un dramaturgo que dirigía una compañía de teatro tradicionalista, pero que a su vez escribía obras de fuerte crítica social, y que en los años posteriores sería un gran innovador tanto en la letrística del tango (uno de sus tangos fue el primero que grabó Gardel), como en el teatro y el sainete, en el que combinó hábilmente escenas de cabaret, actuaciones de orquestas en vivo y escenas teatrales. Es en este marco que ingresó a la cinematografía José “El Negro” Ferreyra<sup>18</sup>. Con él se nota una nueva etapa en la producción nacional, siguiendo la brecha abierta por *Nobleza Gaucha*.

El éxito de *Nobleza Gaucha* le inspiró un mayor contacto con la cinematografía, y tras algunas primeras obras de repercusión menor<sup>19</sup>, logra su primer éxito en 1917 con *El tango de la muerte*

<sup>17</sup> Es conocido en el estado del arte el hecho de que el filme fue inicialmente un fracaso, hasta que se decidió reponerlo en 1916 con intertítulos en los que se incluyó numerosos pasajes de Martín Fierro y Santos Vega, momento en el que se produce el gran éxito, en coincidencia con la llegada del radicalismo al gobierno nacional.

<sup>18</sup> Ferreyra poseía formación en dibujo y pintura, lo que le permitió orientarse hacia la escenografía, trabajando en el teatro Colón (1907-1910) y conformando un taller de escenografía junto a Atilio Malinverno (1910-1914).

<sup>19</sup> En 1915 realizó y protagonizó *Una noche de garufa* (Las aventuras de Tito), y al año siguiente *La isla misteriosa* y *La fuga de Raquel*, que no tuvo prácticamente circulación ni comentarios en el periodismo.



(José Ferreyra, 1917), obra de la que fue guionista, director y escenógrafo, ya con actores profesionales reconocidos en el teatro (Nelo Cosimi, Manuel Lamas, María Reino, etc.) y con producción a cargo Gumersindo F. Ortiz, dueño de uno de los primeros estudios de filmación. El éxito estimuló a Ferreyra a continuar explorando la línea temática de filmes ligados al tango, los imaginarios populares y la estética de los espectáculos en vivo del ambiente de los teatros porteños. Tal perspectiva se profundizó a partir de 1918 cuando José González Castillo, el guionista y “revitalizador” de *Nobleza Gaucha* para su reestreno con intertítulos gauchescos, estrena en el teatro Esmeralda el sainete *Los dientes del perro* (Elías Aleppi, 1918), con dirección de Elías Alippi, futuro protagonista y director de la compañía que pondrá en escena *Los Tres Berretines*. Distintas fuentes coinciden en que la decisión de Alippi de incluir en escena la interpretación del tango canción *Mi noche triste*, de Pascual Contursi y Samuel Castriota fue clave no sólo en el éxito en público de la obra, sino también en la expansión del tango canción como fenómeno de masas en Buenos Aires, primero, en el mundo después. El estreno marcaría una nueva etapa de convergencia entre tango, teatro y cine, punto que ha sido abordado por diferentes autores, entre ellos Matallana (2015-2016) y Gil Mariño (2015).

De inmediato y en los años subsiguientes Ferreyra dirigió varias películas que escenificaban las historias contadas por los novedosos tangos canción, o se relacionaban con ellas integradas en la trama, apelando a la memoria narrativa de los sectores populares (con referencias a las tradiciones camperas, la gauchesca, los valores del suburbio, etc.). Pero actualizada a problemas y escenarios urbanos contemporáneos. Con estas obras Ferreyra logró éxito en público y recaudación, pudiendo dar continuidad a su trabajo durante todo el período mudo del cine nacional, con una veintena de filmes, e incluso en los comienzos del cine parlante. De este modo, la cinematografía de Ferreyra profundiza el camino iniciado por *Nobleza Gaucha*: las preocupaciones vitales del sujeto popular urbano, las tensiones entre la vida del interior y la de la gran ciudad, y entre las tradiciones folklóricas y las del nuevo mundo urbano, la recurrente problemática de las muchachas, su búsqueda del amor, sus tragedias, y la ciudad de Buenos Aires como objeto de fascinación<sup>20</sup>.

### **Otros protagonistas**

Aunque marcan sus características, no fueron estos los únicos protagonistas en la dirección de filmes de cine mudo argentino. Otros también impactaron en este proceso de convergencia entre industria musical, teatral, de variedades, cinematográfica y radiofónica, ya sea por su impacto en

---

<sup>20</sup> La mujer como clave narrativa: La fuga de Raquel (1916), Palomas rubias (1920), La gaucha (1921), La muchacha del arrabal (1922), La chica de la calle Florida (1922), La maleva (1923), Corazón de criolla (1923), Melenita de oro (1923), La costurerita que dio aquel mal paso (1926), Muchacha de Chiclana (1926). La fascinación por Buenos Aires: Buenos Aires, ciudad de Ensueño (1922), Mientras Buenos Aires duerme (1924). El interior y la ciudad, tradiciones, historia: Venganza gaucha (1917), Campo ajera (1919), De vuelta al pago (1919), La leyenda del Puente Inca (1923), Odio Serrano (1924), El arriero de Yacanto (1924), los temas del tango canción (también presentes en los ejemplos anteriores): Una noche de garufa (1915), El tango de la muerte (1917), El organito de la tarde (1925), Mi último tango (1925), La vuelta al bulín (1926), Perdón viejita (1927).



innovaciones técnicas y estéticas, ya por su colaboración en la forja de núcleos temáticos y tratamientos estéticos característicos.

Seis de ellos fueron inmigrantes italianos: Federico Valle (1880-1960)<sup>21</sup>, llegado en 1910, Atilio Lipizzi (1867-1939)<sup>22</sup>, unos años antes que Valle; Edmo Cominetti (1889-1956)<sup>23</sup>, quien se inició trabajando en fotografía para Lipizzi; Nelo Cosimi (1894-1945)<sup>24</sup>; Rafael Parodi<sup>25</sup>; Quirino Cristiani (1896-1984)<sup>26</sup>. Todos ellos aprovecharon su formación previa ya sea en cinematografía, como Valle, o en fotografía, como Lipizzi y Cominetti, o en otras áreas del negocio como la inserción de intertítulos, la distribución, la proyección, la realización de material publicitario o la musicalización. Todos ellos, también, tuvieron éxito económico en prácticas anexas, y graves dificultades al ocuparse de la producción y dirección. Sus temas fueron muy similares, sobre todo a partir de *Nobleza Gaucha*, que los observados para Ferreyra, y todos ellos se vieron imposibilitados, o al menos con muchas dificultades, para adaptarse al advenimiento del cine sonoro. Otros cuatro protagonistas de este período, en cambio, sí lograrán el éxito mayor en la etapa sonora, tres argentinos y un peruano: Luis Moglia Barth (1903-1984), quien sería una figura clave en el nacimiento y éxito de Argentina Sono Film en los años '30, Julio Irigoyen (1892-1967), Ricardo Villarán (1879-1960), peruano, que tendrá un rol destacado en la etapa parlante, pero en su Perú Natal, donde se repatria, y Leopoldo Torres Ríos (1899-1960). La semejanza temática y la continuidad de relaciones entre oficios del sector es notable en todos ellos. También su temprana adaptación a los vasos comunicantes entre distintos dispositivos de las industrias culturales, tanto

<sup>21</sup> De origen italiano, Valle se formó en contacto con los grandes pioneros de la cinematografía francesa, filmando vistas noticiosas y documentales en diversos países. Llegó a Argentina durante los festejos del Centenario, casándose con una argentina y quedándose definitivamente. Instaló un cine en Mar del Plata y un laboratorio de intertítulos para filmes extranjeros que debían traducirse, pasando luego al cine publicitario, donde obtuvo gran éxito y popularidad, conformando la empresa Cinematografía Valle. Incursionó en forma pionera en el dibujo animado y la animación de muñecos -aunque con magros resultados comerciales- en colaboración con el pionero argentino de esta técnica Quirino Cristiani. En los años '20 incursionó en el documental, realizando obras filmicas en el Sur del país e incluso en las Islas Orcadas. Encaró diversas iniciativas comerciales en el rubro, e innovaciones en producción y realización. Aunque su producción de ficción no fue tan extensa, el rol de Valle en la cinematografía de los años '20 es clave no sólo por su innovación técnica y de lenguaje fílmico, sino también por la cantidad de material documental y propagandístico que superó las mil producciones, incluido su noticiario cinematográfico, y llevando a su material propagandístico los tópicos que se expresaban también en el imaginario teatral y cinematográfico del momento: la ciudad, el tango, las tradiciones camperas, el interior del país, sus paisajes y su cultura. Y también mostrando el potencial de negocio que significaba la colocación de publicidad en los nuevos medios, discusión que el grupo de Susini debió darse en la radiodifusión en los mismos años. Intentó con suerte dispar, a comienzos del '30, realizaciones de largometraje en cine parlante.

<sup>22</sup> Italiano, emigra a Buenos Aires a comienzos del siglo XX, cuando ya había trabajado para el famoso transformista italiano Leopoldo Fregoli, como electricista y colaborador en la elaboración de filmes para incluir en el espectáculo. En Buenos Aires se inicia en actividades de comercio de productos de cinematografía y luego logra iniciarse en el negocio de la distribución. En esta actividad conoce a Mario Gallo, con quien encara el proyecto de El fusilamiento de Dorrego. Lipizzi llegó a tener laboratorios propios y una galería fílmica, trabajando no sólo con Gallo sino también con Ferreyra y con Edmo Cominetti, pero se retiró del negocio ante los resultados económicos adversos.

<sup>23</sup> Provenía de la fotografía, trabajó para Lipizzi como auxiliar de fotografía, ayudante general e incluso tuvo un rol actoral en *Federación o Muerte* (1917).

<sup>24</sup> Casado con la actriz Chita Foras, fue un actor de larga trayectoria en el período del cine mudo nacional, guionista y director, que incluso logró éxitos en la etapa del cine parlante. Su obra como director en los años '20 muestra el mismo registro temático que los principales protagonistas mencionados aquí: la ciudad de Buenos Aires, los temas entre heroicos y sórdidos del tango y el ambiente de arrabal, los temas camperos, los hechos históricos del país expresables como conflictos románticos.

<sup>25</sup> Casado con la actriz italiana Silvia Parodi, se retiró de la cinematografía con el advenimiento del parlante. Fue propietario en el mismo período de la productora Talleres y Laboratorios Cinematográficos Argentinos (Tylca Film), que alquiló, entre otros, a Ferreyra, y desde la cual desarrolló un noticiario cinematográfico en ese período.

<sup>26</sup> Formado en dibujo e historieta, comenzó a elaborar caricaturas para cine en la empresa de Valle desde 1916, ámbito en el que se desarrolló y exploró técnicas, logrando en 1917 la realización de *El apóstol*, primer largometraje de animación a nivel mundial, con un contenido humorístico y mordaz, con producción de Valle y financiamiento de una de las cadenas de cine con la que Valle contrató la proyección. Desde 1927 fue director de publicidad de la sucursal Argentina de la Metro Goldwyn Mayer, y simultáneamente, propietario y director de Cristiani Studios, desde donde incursionará en el cine parlante.



entre los que iniciaron su carrera e influencia en la década del Centenario, como el grupo de cineastas de origen italiano<sup>27</sup>, como del trío de argentinos que ingresó en la década subsiguiente y tendrá roles clave en la etapa sonora<sup>28</sup>.

Estas interacciones profundas entre productoras internacionales e industrias locales, e incluso entre los espacios de circulación de técnicos y actores -especialmente con Italia y con Estados Unidos en los años '20<sup>29</sup>-, son constantes y alimentan vínculos que continúan en los años '30 y afectarán, entre otras empresas, a Lumiton. Lo mismo sucede con la configuración temática de los filmes, que en forma creciente forjan una línea de éxitos abordando melodramáticamente temas tangueros, históricos, camperos, de bohemia o de arrabal urbano.

Pero entre 1927 y 1932 las modificaciones en la industria del cine y las interacciones con otras como el teatro, el espectáculo de variedades, la discografía y la radiodifusión serán más amplias y aceleradas, como veremos en el capítulo siguiente. Y si bien la radiodifusión logra también una veloz implantación, generando desarrollos artísticos y comerciales que convocaron la atención de las grandes empresas periodísticas como *La Nación* o *Crítica* y una corriente significativa de inversión y negocio, su verdadero boom se iniciará en la década de 1930 a la par del auge del cine parlante, por lo que las transformaciones de la cinematografía en los años '30 pueden considerarse también en el marco de las transformaciones del sistema mediático en su conjunto, en los inicios del modelo de sustitución de importaciones.

<sup>27</sup> Valle incursionó en el melodrama con *Flor de durazno* (1917) en el que participa Gardel, y *Milonguita* (1922), cuyo guion, de su autoría, se basaba a su vez en el personaje de una letra de tango de un compositor que tendrá un rol fundamental en las musicalizaciones de Lumiton: Enrique Delfino. También realizó *La Vuelta del Toro Salvaje* (1924), que aprovecha el sobrenombre del boxeador Angel Firpo, cuya fama había alcanzado su cenit en la pelea con Dempsey el año anterior en Estados Unidos, espectáculo de box que había sido, a su vez, un gran salto en el interés del público nacional por la radio, y *Mujer de medianoche* (1925). Lipizzi adaptó en 1916 la obra teatral de Alberto Weisbach *Resaca*, con mayor énfasis en la interpretación musical, actuando allí figuras que veremos en Lumiton, como Luis Arata, y una todavía infante Eva Franco. En 1917 dirige *Federación o Muerte*, basada en el folletín homónimo de Gustavo Caraballo (quien también era autor teatral), con actuación de Ignacio Corsini. Cominetti, en sociedad con su hermano Sóstenes, dirigió *Pueblo chico* (1920), *Los hijos de naidés* (1921), *El Matrero* (1924), *Bajo la mirada de Dios* (1926) y *La borrachera del Tango* (1928), que obtuvieron buenos resultados en público y recaudación, convocando, por otra parte, a actores ya reconocidos como Nelo Cosimi, Arauco Radal, Antonio Ver Ciani y Neda Francy, nombres que habrían de resonar en la década de 1930. *La borrachera del tango* contó con guión de Elías Alippi, figura también clave de la década siguiente. Parodi dirigió *El viaje de Marcelo* (1922), *La muchacha del arrabal* (1922), *Midinettes porteñas* (1925), *Criollo viejo* (1925), *Muñecos de cera* (1925), y *El remanso* (1926), apelando a estrellas del *star system* teatral porteño.

<sup>28</sup> En estos casos, se nota una mayor apertura a temas más cosmopolitas y menos asociados al imaginario popular, como la música estadounidense o el turf. *Moglia Barth*, comenzó su labor de realizador sobre el final de la etapa muda, dirigiendo *Puños*, *Charleston* y *besos* (1927), *Afrodita* (1928) y *Consejo de tango* (1932) en el que actúa una cantante vinculada al ambiente de la revista porteña, Amanda Ledesma. Irigoyen (1892-1967), quien logrará su mayor cantidad de filmes de largometraje de ficción en la etapa parlante, tiene en los años '20 numerosos filmes con temática campera, tanguera y/o melodramática. Ya en 1925 Irigoyen probaba con éxito la fórmula de unir obras de teatro adaptadas con la presencia no sólo de actores reconocidos sino también de cantantes, como sucede con el sainete *Tu cuna fue un conventillo*, de Alberto Vacarezza, que contó con el protagónico de María Esther Podestá y la participación de la cantante -ya famosa- Ada Falcón. Villarín realizó en Argentina *En un pingo pangaré* (1922), *El hijo del Riachuelo* (1923), *Manuelita Rosas* (1925), *María Poey de Canelo* (1927), *Un robo en la sombra* (1928) y *El poncho del olvido* (1929). Destaca esta última, basada en un exitoso tango grabado en 1924 en RCA Víctor y adaptado a obra teatral en 1926, llegando al cine con música de Enrique Maroni, compositor de la música del tango. Torres Ríos, quien tendrá una amplia y extensa trayectoria en el cine parlante, fue también letrista de tangos, fotógrafo y periodista. Tuvo también en su juventud una participación en el cine mudo. Como director con *El puñal del mazorquero* (1923), *Buenos Aires bohemio* (1924) y *Empleada se necesita* (1925). Y como guionista: *Palomas rubias* (1920), *La gaucha* (1921), *De nuestras pampas* (1923), *El guapo del arrabal* (1923), *El puñal del mazorquero* (1923), *Buenos Aires bohemio* (1924) y *Empleada se necesita* (1925).

<sup>29</sup> Por ejemplo, *Valle Negro* (1924), filmada en Córdoba, fue producida por una compañía de capital estadounidense, dirigida por un italiano (Alfredo Martinelli, en su única intervención en Argentina en la década), con fotografía de otro italiano (en este caso inmigrado, Emilio Peruzzi), protagonizada por Chita Foras, también italiana y esposa del cineasta de origen italiano Nelo Cosimi, junto a Mary Clay, quien continuó su carrera como guionista en Hollywood.



Valle incursionó en el melodrama con *Flor de durazno* (Francisco Defilippis Novoa, 1917) en el que participa Gardel, y *Milonguita* (José Bustamante y Ballivián, 1922), cuyo guion, de su autoría, se basaba a su vez en el personaje de una letra de tango de un compositor que tendrá un rol fundamental en las musicalizaciones de Lumiton: Enrique Delfino. También realizó *La Vuelta del Toro Salvaje* (Carlo Campogalliani, 1924), que aprovecha el sobrenombre del boxeador Angel Firpo, cuya fama había alcanzado su cenit en la pelea con Dempsey el año anterior en Estados Unidos, espectáculo de box que había sido, a su vez, un gran salto en el interés del público nacional por la radio, y *Mujer de medianoche* (Carlo Campogalliani, 1925). Lipizzi adaptó en 1916 la obra teatral de Alberto Weisbach *Resaca*, con mayor énfasis en la interpretación musical, actuando allí figuras que veremos en Lumiton, como Luis Arata, y una todavía infante Eva Franco. En 1917 dirige *Federación o Muerte* (Atilio Lipizzi, 1917), basada en el folletín homónimo de Gustavo Caraballo (quien también era autor teatral), con actuación de Ignacio Corsini. Cominetti, en sociedad con su hermano Sóstenes, dirigió *Pueblo chico* (1920), *Los hijos de naidés* (1921), *El Matrero* (1924), *Bajo la mirada de Dios* (1926) y *La borrachera del Tango* (1928), que obtuvieron buenos resultados en público y recaudación, convocando, por otra parte, a actores ya reconocidos como Nelo Cosimi, Arauco Radal, Antonio Ver Ciani y Neda Francy, nombres que habrían de resonar en la década de 1930. *La borrachera del tango* contó con guión de Elías Alippi, figura también clave de la década siguiente. Parodi dirigió *El viaje de Marcelo* (1922), *La muchacha del arrabal* (1922), *Midinettes porteñas* (1925), *Criollo viejo* (1925), *Muñecos de cera* (1925), y *El remanso* (1926), apelando a estrellas del *star system teatral* porteño.

Podemos observar cómo en este momento previo al surgimiento de Lumiton ya se estaba pre configurando un breve sistema de profesionales y prácticas que luego devendría en el sistema de estudios en la década siguiente y como este entramado estaba ya profundamente entrelazado con otros medios de comunicación.



## Capítulo 3: El estudio Lumiton en el contexto de los años '30 y '40 en Argentina

### 3.1. Los fundadores: Susini, Guerrico, Romero, Mugica



*“Éramos médicos estudiosos de los efectos eléctricos en medicina y también radioaficionados lo suficientemente bien informados como para estar a la vanguardia. Pero, básicamente, éramos personas imaginativas, amantes de la música y el teatro y por eso se nos ocurrió que este maravilloso invento podía llegar a ser el más extraordinario instrumento de difusión cultural”*  
(Enrique Susini, 1960)<sup>30</sup>

#### Enrique Telémaco Susini

El 27 de agosto de 1920 se realizaba en Buenos Aires, desde la terraza del Teatro Coliseo<sup>31</sup>, un hecho pionero: la primera emisión radiofónica argentina, una de las tres primeras del mundo junto

<sup>30</sup> Esta cita es una de las más reproducidas en libros, revistas, periódicos, podcasts y videos referidos al nacimiento de la radiodifusión argentina y su grupo fundador, aunque muy pocas veces se cita la fuente original. La misma corresponde a una de las 19 entrevistas extensas que el periodista Augusto Bonardo realizó en el año 1960 como parte de su ciclo *Gente*, que se emitió los viernes a las 23:30. El ciclo mostraba en pantalla sólo al entrevistador, en tanto los entrevistados ingresaban por audio. La entrevista a Susini fue tempranamente rescatada y reproducida digitalmente por el especialista Oscar Bosetti. Actualmente el material del ciclo se ha incorporado al Archivo Histórico de los Servicios de Radiodifusión Sonora y Televisiva del Estado Nacional.

<sup>31</sup> El Teatro Coliseo poseía un peso simbólico gigantesco. Inaugurado en 1804 con el nombre de Teatro Argentino (también Coliseo Argentino) fue protagonista de los inicios del teatro nacional, albergando la obra de Luis A. Morante “El 25 de mayo” estrenada el 24 de mayo de 1812, con la música de Blas Parera que se adaptaría al Himno Nacional, y abriendo una larga tradición en estreno de obras patrióticas. También fue el teatro en el que se estrenó la primera ópera completa, en 1825. Remodelado por completo y con cambios de nombre en tres ocasiones, en 1905 fue reinaugurado como Teatro Coliseo especializado en circo, a cargo de la compañía de Frank Brown, figura clave en el desarrollo del espectáculo de clown, del teatro y del circo criollo. A fines de la década de 1910 fue adquirido por los empresarios italianos Faustino da Rossa and Walter Mocchi con la finalidad de acondicionarlo como teatro de ópera de alta calidad, quedando Enrique Susini a cargo de la dirección artística y técnica. El momento era de gran expansión de los espectáculos urbanos en Buenos Aires, donde a la presencia constante de compañías europeas y la proliferación de salas se sumaba el crecimiento de la población y de las capas medias. El fenómeno abarcaba tanto los espectáculos de mayor prestigio en el campo artístico -óperas y obras de teatro mayores- como toda otra variedad de espectáculos: teatro de variedades, variedades musicales, zarzuelas, circo criollo, espectáculos de acrobacias y clowns, etc. El campo musical estaba mutando rápidamente. Mientras los espectáculos de variedades con canto, orquestas y danzas se extendían por el mundo, el tango ganaba prestigio internacional. Francisco Canaro imponía el modelo de sexteto típico iniciando su ascenso al estrellato y a una riqueza opulenta obtenida en las industrias del espectáculo que sumarían la discografía, la radio y el cine, generando éxitos en el sainete y en el musical. En 1917 Gardel inaugura el éxito masivo del tango-canción con su interpretación de “Mi noche triste”, incorporándose él mismo al género hasta volverse símbolo de él. Enrique Delfino, por su parte, presenta Milonguita en 1920, simplificando la estructura del tango a dos partes, aumentando su circulación. Él, Canaro, integrantes de



a la británica y la estadounidense. A diferencia de la prensa, cuya conversión en medio masivo resultó de un proceso de siglos, y del cine, que alcanzó nivel de masas dos décadas después de la presentación del cinematógrafo, la radio alcanzó masividad en el mundo en menos de una década (Barbier y Bertho-Lavenir, 1999; Matallana, 2006) y logró una pronta articulación tanto con el ambiente del teatro, que proveyó artistas y géneros, como con el de la producción discográfica, además de interrelaciones con el cine y la prensa periódica.

Los cuatro principales protagonistas de tal hecho pionero (Enrique Telémaco Susini, César José Guerrico, Luis Romero Carranza y Miguel Mugica) fueron a su vez, en 1931, los fundadores Lumiton, estudio cinematográfico pionero en el país. El grupo ocupó un rol protagónico, además de otros hitos mediáticos y artísticos en Argentina, pero estos dos contundentes datos muestran hasta qué punto, a lo largo de sus vidas, los “locos de la azotea”<sup>32</sup> actuaron como emprendedores y experimentadores técnicos y comerciales. Por el rol decisivo que tendrán en Lumiton y por las características de su recorrido vital, objeto de este trabajo, se desarrolla aquí el tramo de sus vidas anterior al inicio de la radio, mientras que en la sección siguiente se continuará con sus experiencias posteriores a 1920. Otros protagonistas de Lumiton (directores, técnicos de fotografía y montaje, actores, entre otros) en cambio, serán abordados directamente en un solo bloque en dicha sección.

Enrique Telémaco Pedro Nolasco Susini nació en la ciudad de Gualeguay el 31 de enero de 1891, en el seno de una familia de la alta burguesía de la provincia de Entre Ríos. Su padre fue el Dr. Telémaco Susini, médico, diplomático, propietario rural, primer otorrinolaringólogo del país, profesor Titular de Anatomía Patológica en la Universidad de Buenos Aires, primer becario de medicina argentino en Europa, donde trabajó con Louis Pasteur y Robert Koch. En la Universidad de Buenos Aires fue fundador del *Instituto de Bacteriología* y del *Instituto de Anatomía Patológica*, creador del Museo de Patología de la misma institución y académico participante del núcleo de autoridades consejos que regían la vida de la Universidad. Entre otros homenajes, el frontispicio del emblemático edificio de calle Uriburu 950 de la Universidad de Buenos Aires lleva cincelado su nombre.

Su madre, Enriqueta Laurencena, era hija de uno de los hacendados e industriales rurales más ricos y poderosos de la provincia de Entre Ríos, don Martín Laurencena, dueño de estancias y del Saladero Puerto Ruiz, socio del general Urquiza en diversos negocios, primer accionista del ferrocarril “Primer Entrerriano” que permitía el acceso ferroviario a Puerto Ruiz, con salida

---

su orquesta como Fresedo, y el propio Gardel, tendrán un rol clave en el desarrollo de la radio y el cine argentinos posteriormente. En este contexto, lógicamente, Susini no se limita a la temporada de ópera del Coliseo en la primavera y verano de 1920-21, sino que explora de inmediato otras posibilidades, tanto en la línea de la música “cultura”, emitiendo óperas desde el Teatro Colón en 1921, sino también la de las expresiones “populares”, transmitiendo las emisiones radiofónicas desde night clubs y clubs de la zona céntrica de Buenos Aires.

<sup>32</sup> El término “locos de la azotea” ha quedado presente en la memoria colectiva muchas décadas después de su acuñación, y es habitual hallarlo en notas periodísticas contemporáneas. El mismo no fue generado por transeúntes y vecinos del barrio, como suele relatarse, a partir de su extrañamiento, sino por periodistas integrantes del ambiente de la radioafición, reafirmando con ello su condición de pioneros, de expertos en tecnologías “extrañas” para el gran público que no comprende qué se está haciendo con esos equipos ni qué saberes sostienen esa novedosa tecnología.



ultramarina, y patriarca de una red familiar que incluyó tres gobernadores y un vicegobernador de su provincia, legisladores, intendentes, etc.

En ese entorno que Enrique Telémaco recibió una educación privilegiada que le permitió contar con niñera alemana y hablar fluidamente castellano, alemán, italiano, inglés, francés y ruso, así como concluir sus estudios secundarios a los 14 años, antes de embarcarse con sus padres hacia Viena en 1906, donde el Dr. Telémaco Susini ejerció el cargo de cónsul. Allí Enrique, quien asistía al Conservatorio de Buenos Aires desde los 7 años, continúa su formación en canto, armonía, composición y violín en el Conservatorio de Viena donde obtiene el título de profesor. También allí y en París realizó estudios de física y química, histología y embriología (Ojeda y Moyano, 2020). Regresó a Buenos Aires para estudiar medicina en la Universidad de Buenos Aires, de donde egresó en 1913, obteniendo en 1914 su título de Doctor, con honores, por un trabajo sobre la detección precoz del cáncer. Cabe destacar que en 1913 se aprobó la creación del Instituto del Cáncer en la UBA y solo dos consejeros, representantes de la Facultad de Medicina se opusieron: José Arce y Telémaco Susini, padre de Enrique.

No se han podido establecer las razones que originaron este rechazo. Es posible señalar, como conjetura, que formaba parte de las tensiones asociadas a la creación de instituciones científicas y sanitarias en el ámbito médico universitario de la segunda década del siglo XX y quienes las dirigirían: tanto Susini (anatomopatólogo) como Arce (cirujano) podían tener interés en un centro que tomase como eje esta enfermedad. (Buschini 2015)<sup>33</sup>



Caras y caretas (Buenos Aires). 18/11/1916, n.º 946, página 64 Hemeroteca digital Biblioteca Nacional de España

Fue admitido como socio del Yatch Club, del Jockey Club y del Automóvil Club Argentino, símbolo los tres, en ese momento, de ámbitos de sociabilidad de la élite local.

<sup>33</sup> Buschini, J. (2015). Conflictos institucionales en la UBA luego de la reforma universitaria de 1918: La doble inauguración del Instituto de Medicina Experimental y la autonomía de la Academia de la Facultad de Ciencias Médicas. Saber y tiempo, 1(1),142-167. [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.10945/pr.10945.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.10945/pr.10945.pdf)



Su lugar en el entramado social y político permitió hallarse, con apenas 19 años, en pleno contacto con las visitas internacionales que asistieron a las grandes celebraciones del Centenario de la Revolución de Mayo. Entre estas visitas se hallaba el pionero de la telegrafía sin hilos Guglielmo Marconi, ganador del Premio Nobel de Física el año anterior. Este contacto fue decisivo no sólo en el interés de Marconi por la comunicación telegráfica inalámbrica, sino también en futuros contactos empresariales. Marconi instaló entonces una estación radiotelegráfica en Bernal (Provincia de Buenos Aires) y desde entonces quedó conformado un grupo de entusiastas de esta tecnología, entre los que se encontraban, entre otros Susini, dos amigos estudiantes de medicina -Luis Romero Carranza y José Guerrico-, el sobrino de Susini Miguel Mugica, también estudiante de medicina, y otros integrantes de perfil similar. El grupo experimentó con las nuevas técnicas, investigó cuestiones acústicas de interés médico y realizó esfuerzos de divulgación periodística de estas novedades técnicas.

Igual que Susini, Romero Carranza y Guerrico provenían también de la alta burguesía y portaban apellidos de alto prestigio social. Guerrico, de hecho, pertenecía a una familia aristocrática desde ambas ramas, paterna y materna. Su padre había sido un importante mecenas de arte con un rol clave en la conformación museológica nacional. Tenían una importante casa rematadora, en cuyo techo se instaló la antena en 1921 cuando se quiso mejorar el alcance y calidad de la emisión. Esta rematadora financió la *Asociación Argentina de Broadcasters* y luego continuó ligada a los negocios del grupo, llegando incluso en 1960 a sostener un programa de televisión, "El gran remate", en canal 13. Guerrico se mantuvo en el negocio de la radio, la telegrafía, el cine y la televisión junto a Susini y de hecho estuvo activo más tiempo que Susini en los años '60 y '70. A ellos se sumó más tarde el más joven de los cuatro, Miguel Mugica.

Miguel Mugica Elizalde provenía también de una familia aristocrática, tanto por parte de su padre, dirigente conservador y Ministro de Agricultura de Roque Saenz Peña, como de madre. Ocupó un rol importante en la compañía telegráfica SARA Radiar, como gerente, mientras lo era al mismo tiempo de la compañía telefónica española y a su vez agregado diplomático argentino en España, donde lo sorprendió la guerra civil, actuando discretamente en ayuda de perseguidos por el bando republicano. Más adelante, durante el gobierno de Arturo Frondizi (1958-1962) fue secretario de comunicaciones, mientras que su hermano fue ministro de Relaciones Exteriores<sup>34</sup>. Dos de sus hermanos fueron ingenieros y tuvieron participación en numerosas sociedades anónimas, aunque al momento de nacimiento de la radio contaban apenas con veinte años. Varios familiares fueron importantes políticos del partido demócrata nacional.

---

<sup>34</sup> Padre y tío del sacerdote Carlos Mugica.



Contrariamente a lo que suele pensarse en relación al grupo de Susini, no se trataba de jóvenes sin experiencia. En una entrevista realizada en 1970 para Radio Municipal y recuperada por el sitio Web Telpin Educa, de la empresa Telpin<sup>35</sup>, el Dr. César José Guerrico recordaría estos inicios, marcando, entre otros detalles, una diferencia generacional entre Susini, quien ya era médico y se acercaba a los 30 años de edad en la fecha de la primera emisión radiofónica de 1920, y el resto del grupo, en promedio diez años más joven. Guerrico ubicó en 1916 su primer interés claro por la telegrafía sin hilos, comentando que su impulso inicial había sido en soledad y en parte autodidacta, buscando la “escasa o nula” bibliografía especializada. También relata:

Al poco tiempo de andar y con los pocos elementos que tenía entré en contacto –a través de un amigo- con Luís Romero y me encontré con una verdadera maravilla, él se había anticipado y tenía ya equipos de comunicaciones receptores y transmisores de telegrafía y algo de telefonía en la casa de él. Me llevó a conocerlo un amigo, se llamaba Rodolfo Maschwitz<sup>36</sup>, yo entraba a la Facultad de Medicina, él ya era estudiante de la Facultad, así que había mucho contacto y posibilidad que se desarrolló al poco tiempo, ya en base a los conocimientos que él tenía y que eran superiores a los míos.

Estaba también, y lo conocía a través del éter, a Ignacio Gómez un amigo que trabajó mucho en la especialidad y entre todos desarrollamos las comunicaciones telegráficas, y sobre todo la “atracción mayor telefónica”, que era un procedimiento muy antiguo, de origen italiano, se llamaba la “chispa de Majorana” y con la cual se podían comunicar palabras perfectamente inteligibles a pesar de que el ruido de fondo de la transmisión era de 50%, pero el 50% era la modulación.

Estuvimos trabajando sobre eso insistentemente y mientras tanto nos pusimos en contacto con Horacio Martínez Seeber, que era un aficionado de la época, con Miguel Mugica estudiante de medicina de aquel entonces y el Dr. Susini, también médico ya mucho mayor que nosotros, unos diez años más que nosotros y entre todos llevamos adelante esta técnica laboriosa, trabajosa y sobre todo con muy pocos medios más que los manuales y que la artesanía nuestra podía llevar adelante (Guerrico, Ca. 1970, p.2).

Guerrico recuerda la distancia generacional de diez años del grueso del grupo respecto de Susini, distancia clave en esa edad, hecho que explica en gran medida su rol de liderazgo en el proyecto de la radiodifusión frente a los demás participantes. Por otra parte, menciona siempre como “amigos” los nombres de referencia con los que compartía su interés. Refuerza la idea de grupo de amigos la situación autodidacta, ecléctica, dispuesta a aprovechar todo manual y/o experiencia artesana que se fuese haciendo. Sin embargo, se hace notar implícitamente, a través de los

<sup>35</sup> TELPIN EDUCA <https://telpineduca.telpin.com.ar:8443/lp/susini/T2.htm>. La empresa Telpin fue una compañía telefónica creada en la ciudad balnearia de Pinamar por Enrique Susini en la década de 1950. Allí tenía Susini una casa de veraneo. Susini cumplió un rol protagónico en el desarrollo inmobiliario de esa ciudad turística. La empresa adquirió y realizó la transcripción escrita -disponible en su Web (donde se confirma la fecha de adquisición: “Telpin adquirió, en el año 2001, un invalorable e histórico registro de sonido al Director del Museo de la Palabra, Lic. Jorge Dinoia”), tanto de la entrevista a Susini realizada en 1960 con motivo del 40 aniversario de la primera transmisión radiofónica, como de la entrevista a Guerrico realizada Circa el aniversario 50 de dicha transmisión por Radio Municipal de Buenos Aires.

<sup>36</sup> Rodolfo Alberto Maschwitz Carranza (1894-1941) también procedía de una familia de la alta burguesía, tanto por su padre, hombre de negocios de origen alemán, importante corredor de bolsa e hijo a su vez, del gerente del Banco de Londres en Buenos Aires, como por su madre, perteneciente a la familia Carranza Mármol, de origen patricio. Su familia directa incluía al ingeniero Carlos Maschwitz (tío), importante funcionario de los ferrocarriles, de obras hidráulicas, profesor de la Universidad de Buenos Aires y del Colegio Nacional de Buenos Aires, y Ministro de Obras Públicas en 1907, cuyo nombre identifica una localidad de la provincia de Buenos Aires a partir de un decreto presidencial del 4 de marzo de 1910.



nombres que evoca, que esta afinidad de amistad estaba también enmarcada en evidentes redes de parentesco y clase. Junto a las mencionadas figuras clave, todos ellos procedían de un ambiente social alto y con fuertes vínculos familiares en la política, los negocios y los correspondientes espacios de sociabilidad.

Maschwitz también provenía de la alta burguesía, y de una familia de ingenieros. Su abuelo, alemán de nacimiento, fue primer gerente del Banco de Londres y Río de la Plata y primer gerente del Banco Alemán Transatlántico. Su tío fue un reconocido ingeniero, empresario y funcionario durante el régimen conservador, llegando a ser ministro del gobierno de Figueroa Alcorta en 1907. Fue profesor titular de Física en el Colegio Nacional de Buenos Aires y profesor de Hidráulica en la Universidad de Buenos Aires.

Algunas prácticas de sociabilidad familiar incluían el contacto directo con profesores y directivos tanto de la Universidad de Buenos Aires como del Colegio Nacional, institución dependiente también de la UBA y en la que se formó el grupo. Allí las titularidades de cátedras decisivas en el interés del grupo estuvieron antes o durante su paso por las aulas a cargo de integrantes de algunas de las familias o de amigos cercanos de las mismas.

Guerrico alude a la importancia del Colegio Nacional para ellos:

Nosotros teníamos por delante una técnica y nuestra preocupación científica –que data del Colegio Nacional- para eso está hecho el Colegio Nacional, para establecer la inclinación que el estudiante tiene por diversas técnicas, las ciencias, las artes, la poesía y todos nosotros estábamos muy preocupados por la parte física del asunto (Guerrico, Ca. 1970, p.2).

Tanto el conocido apodo “locos de la azotea” como el de Ignacio Gómez Aguirre, ampliamente citados a partir de la publicación en 1915 de una nota periodística “forman una especie de fraternidad, intercambiando noticias, hablando unos con otros a través de grandes distancias e incluso transmitiendo pequeños conciertos de piano y violín a través de sus conexiones” se originan en el periodismo especializado, y éste estaba formado por los propios protagonistas del desarrollo de la radiotelegrafía, la radiotelefonía, la radioafición y la radiodifusión. Aunque debido a ello las expresiones son reafirmatorias del lugar desde el que desean ser conocidos, las mismas contienen datos: formaban “una especie de fraternidad” y experimentaban “transmitiendo pequeños conciertos”. El ambiente altamente profesional de quienes trabajaban para la marina -militar o mercante- y otros requerimientos del Estado y del sector privado en curso desde 1898 en adelante, era el mismo y estaba conformado por casi los mismos protagonistas que fueron integrando el ambiente de la radioafición, reservando específicamente, en línea con el proceso que se fue dando a nivel mundial, frecuencias predeterminadas para su utilización por la radioafición, y la formación de clubes que preservaron la actividad como amateur y de bien público, actuando no sólo por razones lúdicas o de construcción de amistad y fraternidad internacional y nacional, sino también



para estar disponibles en caso de emergencias u otros asuntos de interés público. El autor de la expresión “especie de fraternidad”, miembro del grupo de pioneros de la radiocomunicación, escribía regularmente en periódicos. La presencia de información sobre este grupo en los grandes diarios es bastante regular, y coherente con la circulación de ámbitos de sociabilidad, por ejemplo, considerando el vínculo de amistad entre el ingeniero Maschwitz y el ingeniero Emilio Mitre es comprensible la cercanía de algunos miembros del grupo al diario *La Nación*, fenómeno que veremos también producirse en relación con el diario *La Prensa*. Ese mismo año 1915 Susini, quien por sus inquietudes y su formación artística ya se ocupaba ampliamente de cuestiones de ópera y teatro, aparecía como miembro fundador de la *Asociación de la Crítica*.

La familia de Susini poseía lazos cordiales con la Unión Cívica Radical, como lo muestra el hecho de que Telémaco Susini -padre de Enrique- participa en la gestión universitaria de la UBA con posterioridad a las reformas estatutarias logradas en 1906 tras los movimientos estudiantiles y docentes de 1903-1904, y que es enviado como interventor por el gobierno nacional a la Universidad Nacional de Córdoba en 1918 (Vidal, 2005; Ortiz y Scotti, 2011).

El inicio del gobierno de Yrigoyen marcó algunas medidas estratégicas en torno al rol de las Fuerzas Armadas en los procesos de innovación tecnológica y de inversión por parte del Estado, en una estrategia que irá desde la modernización en armamento y telecomunicaciones hasta infraestructura de transporte y la búsqueda de autosuficiencia energética consagrada con la creación de Yacimientos Petrolíferos Fiscales en 1922 (Fernández y Rondina, 2004; Cataruzza, 2019; Rauch, 2022). Si bien esta etapa histórica de modernización de las fuerzas armadas comenzó en tiempos de Richieri y de la tensión con Chile hasta la concreción del tratado de 1904, es con Yrigoyen que este proceso de modernización se consolida. En ese marco, desde 1916 Susini es contratado por la Armada Argentina como personal civil, donde permanecerá hasta 1930 (aunque reduciendo su dedicación a partir de 1920 cuando abordó el proyecto del Teatro), realizando estudios sobre implementación de telegrafía, influencia de estímulos acústicos y eléctricos sobre el cuerpo humano y vacunas veterinarias. Esta vinculación entre Fuerzas Armadas y grupo pionero en radiotelecomunicación se mantendría en el tiempo y tendría continuidad con otras actividades. El 8 de diciembre de 1917 se formaba el Sindicato de Oficiales Navales de Radiocomunicaciones (aún hoy activo) y serían altos oficiales de la Armada figuras clave en la conformación del Radio Club Argentino (fundado en 1921) y de la Sociedad de Inventores (fundada en 1923), ambas con amplia participación del grupo nucleado en torno de Susini.

Según Ulanovsky (1995):

Al finalizar la guerra, en 1918 la Armada encomendó a Susini que estudiara, muy cerca de los frentes de batalla todavía humeantes, los efectos que los gases asfixiantes y paralizantes sobre las vías respiratorias. Allí, el otorrinolaringólogo que amaba la música encontró una posibilidad de unir su



proyecto de perfeccionamiento con lo que él y sus amigos soñaban desde hacía tiempo. En el ejército francés consiguió algunos equipos de radio casi abandonados, con transmisores de 5 kw de potencia y muy poco tiempo de uso, válvulas de rezago marca Pathé y lámparas marca Metal en buen estado. Con todo ese capital y nuevos datos sobre su especialidad médica, regresó a la Argentina. (Ulanovsky, 1995, p.18).

Así lo recuerda Guerrico en la entrevista mencionada anteriormente:

Voy directamente al grano: el Dr., Susini –que era médico de la Marina- hizo un viaje a Francia, fue a estudiar el efecto de los gases asfixiantes al fin de la guerra pasada (Primera Guerra Mundial) y trajo algunas válvulas de radio, que ya en Buenos Aires algunas había y que Horacio Martínez Seeber y Miguel Mugica ya habían puesto en marcha, pero de todas maneras las válvulas llegaron a Buenos Aires.

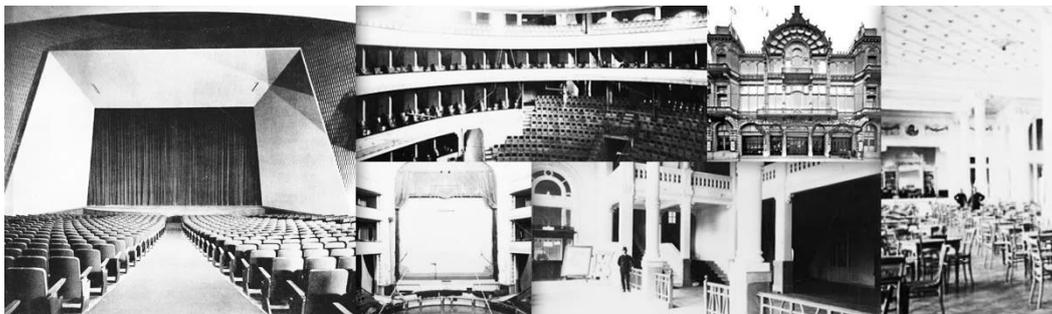
Conjuntamente con eso el Dr. Susini tenía a su cargo la dirección técnica de la construcción del Teatro Coliseo de Buenos Aires, en el cual se iba a establecer una temporada de ópera (Guerrico, Ca. 1970, p.2).

Sobre esta base, junto a Guerrico y Romero Carranza, más su sobrino de 18 años Miguel Mugica y otros allegados a la radioafición, utilizando como centro de experimentación y antena la terraza del teatro Coliseo realizaron la hoy famosa emisión de la Ópera Parsifal de Wagner, el 27 de agosto de 1920. Continúa Guerrico:

Es necesario establecer las coincidencias -que en este mundo crean cosas muy notables y muy particulares- el Dr. Susini propietario casi -diríamos así- del Teatro Coliseo y los empresarios eran Mocchi y Da Rosa llegaban a Buenos Aires con su gran compañía de ópera.

Cuando ellos llegaron, nosotros llegamos ya a la culminación de nuestros trabajos en materia de comunicaciones y Susini –que fue la idea de él- nos dijo: ¿por qué no instalar uno de los equipos que nosotros habíamos construido con gran trabajo y que tenían características muy particulares?

Dichos equipos (...) que habían llegado ya a una perfección muy notable: el viejo ruido de fondo había desaparecido y la calidad de la transmisión era notable (...) Las transmisiones que ya se habían logrado, después de mucho trabajo, con esas válvulas nuevas llegadas de Europa. Entonces Susini dijo: - ¿por qué no aprovechar esta temporada de teatro para hacer una transmisión por radio? (Guerrico, Ca. 1970, p.3).



**Teatro Coliseo en su historia. Fuente: página web oficial del teatro.**

Aunque debe considerarse que esta rememoración de Guerrico está sujeta tanto a las vicisitudes de la memoria individual, más aún sobre hechos de 40 años antes y de gran trascendencia, como al



carácter subjetivo de la simbolización de los hechos por alguien que fue protagonista directo, resulta evidente un dato fáctico en esos párrafos: Susini participaba del grupo de aficionados, esto es, de apasionados por una actividad sin una inmediata preocupación económica, pero la decisión de intentar la primera emisión de radiodifusión se halló vinculada a su actividad profesional en el teatro Coliseo, donde cumplía un rol de dirección técnica y de “casi propietario”, y respaldada por su experticia técnica que le permitía ser personal especializado en la Armada Argentina, institución de la que surgieron cuadros clave de las primeras asociaciones vinculadas al desarrollo posterior del negocio radiofónico. Esta condición profesionalizante en la iniciativa, se complementa con el hecho de que la actitud amateur de los inicios no fue planteada en oposición a la idea de negocio - totalmente natural en el entorno familiar y social de los protagonistas- sino en el hecho de que todavía no tomaban conciencia del negocio en ciernes:

Evidentemente Susini dice que sí pero nosotros decimos que no, en ese “que sí” imaginó la proyección que eso iba a tener en el mundo, nosotros –yo confieso –modestamente-, que nunca la imaginé y yo estaba obsesionado por el proceso físico en su esencia y por la perfección de esa transmisión pero, nunca imaginé que eso iba a constituir lo que después se estableció como un hito extraordinario y sorprendente, que marca una etapa en la vida contemporánea, este medio de comunicación que tuvo –después con el tiempo- una proyección realmente asombrosa (Guerrico, Ca. 1970, p.3).

### **3.2. De Radio Argentina a Lumiton**

Tal como hemos mencionado más arriba, el 27 de agosto de 1920 se realizó la hoy famosa e histórica primera transmisión argentina de radiodifusión. En su comienzo, Enrique Telémaco Susini llevó a cabo la locución oficial. Era, obviamente, su primera locución radiofónica, pero de ningún modo su primera locución en general, pues era parte de su labor presentar espectáculos de ópera y teatro en el Teatro Coliseo. Dice la grabación de la emisión:

Señoras y señores, la Sociedad Radio Argentina les presenta hoy el Festival Sacro de Ricardo Wagner, Parsifal, con la actuación del tenor Maestri, la soprano argentina Sara César, el barítono Rossi Morelli y los bajos Cirino y Poggi, todos bajo la dirección de Félix Weingartner, secundados por el coro y orquesta del Teatro Constanzi de Roma (Bosetti, 1994: 16).

Como puede observarse, si los núcleos de jóvenes radioaficionados se concentraban en sus inquietudes tecnológicas, hay en Susini una clara orientación a la ampliación del prestigio y los servicios de su teatro, el cual podía permitirse un volumen de inversión considerable, contando con compañías italianas de gran número de integrantes, en este caso no sólo los cantantes principales -con excepción de César- sino también el coro y orquesta. Es evidente que todavía no había un marco de condiciones para interrogarse sobre el volumen de negocio que pudiera constituir la radiodifusión como tal, pues la práctica no había sido explorada en ninguna parte del mundo y, por el contrario, en los otros dos países pioneros (Estados Unidos y Gran Bretaña), la preocupación del



Estado era preservar el espectro radioeléctrico y el control de la tecnología y capacidad de emisión en manos nacionales, por razones de seguridad nacional y de proteccionismo.

### **Primeros pasos de la radiodifusión argentina**

La cantidad de receptores en el país, en el momento de la emisión era de apenas un centenar y no todos se hallaban en el radio de alcance de la emisión. Distintas fuentes estiman entre cincuenta y cien los receptores en condiciones de sintonizarla, debiendo considerarse que no necesariamente todos los receptores estuvieron activos. Todavía al año siguiente, 1921, en un marco de brusco crecimiento, la cantidad de receptores de radio era de apenas mil.

Aun así, Susini y su grupo ya habían conformado una Sociedad. Es en esta década donde se configuran como grupo empresarial propiamente dicho y puede recuperarse en su periodización el crecimiento de su comprensión de la industria y las diferentes estrategias de negocio. En 1921 la intención de asegurar una programación continua se expresa en emisiones desde otros sitios, teatros, clubes, incluso un cabaret como veremos más adelante. Por otra parte, la pequeña cantidad de receptores no debe confundirse con la calidad de la red de contactos sociales que supone. Aquella primera emisión fue sintonizada por numerosos miembros de la élite económica local y especialmente por aquellos que estarían ligados al negocio en los años subsiguientes. Simbólicamente, entre ellos Ezequiel Paz, director del diario *La Prensa*, futuro anfitrión del acto de creación del Radio Club Argentino y segundo presidente del mismo en comisiones directivas compartidas con Susini y con Bellocq.

En este momento Susini, se inserta en diversas actividades empresariales de origen familiar, en la cátedra en la Universidad de Buenos Aires, en la dirección artística del teatro Coliseo, en la creación del Conservatorio Nacional de Música y en la profesión médica donde también convergen Romero Carranza y Guerrico. Respecto de esta última profesión Guerrico rememora:

El Dr. Susini era médico de garganta, nariz y oídos, especialista en cuerdas vocales, y yo he conocido en su consultorio a los más grandes cantantes de la época (acota el periodista: –hacía una medicina relacionada con los medios de comunicación). Sí, el Dr. Mugica era médico especialista, también. El Dr. Romero era radiólogo y conjuntamente conmigo, el Dr. Romero –ya en el año 30- Jefe del Servicio de Radioterapia Profunda del Instituto Nacional de Radiología (Guerrico, Ca. 1970, p.5).

Pero a pesar de que inicialmente la actividad radiofónica no era reconocida como una fuente directa de negocio -excepto por la idea de Susini de multiplicar la audiencia teatral- todo indica que el proceso de interés en este potencial empresarial fue temprano. Continúa Guerrico:

Bueno, cuando nosotros iniciamos esta actividad y vimos que había una posibilidad de ganar dinero - ¿por qué no decirlo?- [El periodista acota: -Alguien publicó que ganaron mucho dinero, también] Y también... En realidad en aquel entonces, estaban en desarrollo actividades en este sentido (Guerrico, Ca. 1970, p.5).



Inicialmente no era claro el horizonte de negocio posible. Emitir la temporada de ópera suponía compartir el resultado de valor agregado que se estaba generando al Teatro. Pero al terminar la temporada el grupo decidió continuar emitiendo en forma regular como Radio Argentina. Se presentaron canciones de repertorio lírico, muchas de ellas interpretadas en vivo por Susini, breves comentarios, y se agregaron incluso algunas canciones “ligeras”. Pronto surgieron otras emisoras que emularon al grupo de Susini y a la irrupción de la actividad en Estados Unidos. A fines de 1922 aparecieron Corporación Argentina de Radio Sud América, Radio Brusa y Radio Cultura (Bosetti, 1994; Ulanovsky, 1995). En ese marco, se inició gestiones ante el Estado para que se emitan licencias que consoliden el uso legal del espacio de cada emisora, se formó el Radio Club Argentino (Fundación Standard Electric Argentina, 1979), y comenzó la transmisión y experimentación de novedades en los contenidos (asunción presidencial, cobertura de un evento deportivo, música folklórica y tango).

En este contexto inicial enmarcado en los primeros dos años de radiodifusión, Guerrico recuerda también el vertiginoso cambio que se produjo entre la curiosidad eventual por la actividad de los radioaficionados, y la expectativa masiva por la radioescucha, en esos primeros años de la década de 1920. Al día siguiente de la primera transmisión en Buenos Aires, el responsable de la sección de crítica de teatro del diario *La Razón* (Buenos Aires), había escrito un comentario muy entusiasta sobre el evento. Dice Guerrico:

Don Miguel Mastrollane, quién escribió este artículo, director de la página teatral del diario *La Razón*, no supo tampoco que describía con estas breves líneas lo que constituyó, en su esencia, el broadcasting, o la radiodifusión, vale decir lo que llamamos, actualmente, los “medios de comunicación de las masas”, que constituye un hito –vuelvo a repetir- en la vida cotidiana. (...) Poco a poco, en el terreno de la radiodifusión, fuimos avanzando y los que sí se hicieron ricos fueron los importadores de elementos básicos y necesarios para hacer receptores, porque rápidamente en Buenos Aires se corrió la voz – a través de este artículo de *La Razón* y otras formas de información- de que con cierta habilidad y con un alambre tendido en la azotea y con un receptor que se hacía con un cristal de galena, unos condensadores y otros elementos complementarios, se podía oír lo que sucedía en un sitio cerrado de un teatro Coliseo de Buenos Aires. Es necesario que ustedes sepan, señores, lo que para Uds. es una cosa simple y sencilla oírnos a nosotros, por ejemplo ahora, en aquel entonces constituía todo un hecho fenomenal, porque oír lo que sucedía en un sitio, sin medio de contacto, sin alambres, sin contacto directo, esto constituía un hecho monstruoso –vuelvo a repetir- que la costumbre ha hecho de esto una cosa perfectamente natural que si yo oigo una transmisión de esta radio Municipal, en un automóvil, en un avión, en un barco, en cualquier parte, en aquel entonces constituía –vuelvo a repetir- un hecho monstruoso (Guerrico, Ca. 1970, p.5).

Entre las posibilidades de “ganar dinero” con la actividad (recuérdese que “ganar dinero” no es una mención proveniente de alguien que necesita obtener la subsistencia de las próximas semanas, sino de alguien muy rico que posee el entrenamiento en la búsqueda de ganancias), se mencionó la posibilidad de la escucha radiofónica en sala<sup>37</sup>, por idea de Susini, de cobrar algún tipo de cuota

<sup>37</sup> Aunque la escucha radiofónica en sala no prosperó, la radiodifusión argentina generalizó en las décadas siguientes la asistencia a salas en que se disfrutaba de la transmisión en vivo de música, espectáculos y sobre todo, de programas de variedades, en los que



asociativa, o, hacia 1923, cuando comienza a notarse con mayor claridad el mercado de masas que supone la radio<sup>38</sup>, de leer o cantar avisos publicitarios cobrados al anunciante. Esta posibilidad fue puesta en discusión muy tempranamente, como lo señalaron tanto Guerrico en la entrevista citada, como Susini en numerosas intervenciones públicas. Dentro de las distintas posibilidades, Susini decantó su punto de vista en el apoyo de los empresarios importadores y comerciantes de productos e insumos del sector, a través de la Asociación Argentina de Broadcasters, con quienes se fijó una clara y contundente alianza en torno a la radiofonía entre 1923 y 1927, cuando el grupo se retira para dedicarse al negocio internacional de telegrafía por onda corta.

En cuanto a la publicidad, tema más conflictivo por ser objeto de crítica -en relación con todos los medios en que circula- por parte del campo artístico (Ojeda y Moyano, 2020), el grupo tuvo inicialmente muchas dudas, especialmente Susini, quien temía que su inclusión quitara seriedad y buen gusto a lo que él pensaba como un servicio cultural clave para la sociedad.

La inclusión de publicidad, comenta Bosetti, se torna un tema de agenda inmediato en la radiodifusión a partir de diciembre de 1922:

El 6 de diciembre [de 1922] inaugura sus transmisiones desde el Hotel Plaza LOX Radio Cultura; sus titulares -los hermanos Federico y Enrique del Ponte y el ingeniero Alberto De Bari- habían obtenido un permiso de la municipalidad porteña que los habilitaba para intercalar "anuncios de propaganda comercial estrictamente morales ... que no podrán exceder el 30 por ciento del tiempo en que funcionen las instalaciones, salvo el caso de espectáculos teatrales, conciertos, etcétera en que sólo podrán destinarse a la publicidad los intervalos y los quince minutos siguientes a la función". De esta manera, Radio Cultura incorpora, por primera vez en el medio, los avisos publicitarios (Bosetti, 1994, p.22-23).

En el grupo fundador de Radio Argentina la cuestión publicitaria fue puesta inmediatamente en discusión como una de las posibilidades de negocio. Comenta Ulanovsky (1995, p.34):

Una noche en el Teatro Colón (...) [a Susini] se le acercó un miembro de la comisión de apoyo al Teatro Colón y le preguntó:

- Perdón, Susini, ¿esto también se está transmitiendo por la radio?
- Sí, claro -explicó Susini.

quienes asistían podían interactuar respondiendo preguntas o participando en concursos. Este tipo de salas sobrevivió, en radioemisoras de distintas provincias argentinas, hasta la década de 1980 (Terrero, 1999). Sin embargo, el grueso de la historia de las audiencias radiofónicas mostrará en las décadas subsiguientes una recepción hogareña familiar, individual y de pequeños grupos de pares, con la excepción de regímenes autoritarios de Europa en los años 30. Por ejemplo, cuando el nazismo generó escuchas públicas compulsivas, o cuando el régimen de Stalin estableció, hacia el mismo período, una extensa red de clubes de escucha (Lazarsfeld y Merton, 1977). La revolución del transistor habilitaría nuevos modos de audiencia en la década de 1960.

Esto es interesante. Es uno de los ejemplos de los que Williams llama escucha masiva. En general la escucha de la radio es individual (salvo en casos como el que explicita Williams, como en la Alemania nazi donde ponían receptores en las calles y obligaban a que la gente escuchara masivamente la radio). Con la tv en los inicios pasó algo parecido: el *theater television*, un proyecto de pasar televisión en salas. Es propio de cuando un medio no está estabilizado como tal.

<sup>38</sup> Hacia 1923 las noticias acerca de la industria radiofónica estadounidense muestran un crecimiento contundente del negocio y la conformación de la primera gran Network, la NBC. En Argentina la radio, aún sin capacidad de transmisión en vivo y en directo, logra constituirse en un fenómeno de masas a través de la lectura urgente de telegramas que van contando los eventos y resultados de la gran pelea entre el argentino Luis Ángel Firpo, "el toro de las Pampas" y el campeón mundial de pesos pesados en Boxeo, el estadounidense Jack Dempsey. En ese año se experimentan los primeros resultados alentadores en interés de un público masivo por la emisión de música popular grabada en discos y en vivo, y el impacto inmediato de la publicidad radiofónica. A Radio Argentina ya se habían sumado Corporación Argentina de Radio Sud América, Radio Brusa y Radio Cultura (Bosetti, 1994).



- Entonces, mi querido amigo, déjeme decirle que ustedes tienen una fortuna entre manos. Imagínese: en un momento podrían interrumpir la transmisión y decirle a la gente que Benjamino Gigli cuida su voz protegiéndose de los cambios de temperatura con las pastillas Equis. Y que se cuida el estómago usando en sus comidas el aceite Tal.

Susini tardó un poco en entender de qué le hablaba ese hombre, y cuando reaccionó, pudo decirle:

- No se equivoque, mi amigo. Usted está hablando con un grupo de gente con otros intereses que vender.

Asombrado, el hombre volvió a insistir:

- ¿Y qué es lo que quieren?
- Estamos empeñados en desarrollar una fuente de cultura, un medio de promoción de la nacionalidad, y queremos que crezca la cordialidad entre la gente, y la paz nos lleve a mejores caminos.

Mucho después, exactamente cuando la radio cumplía medio siglo de fundada, Susini se preguntaba en un artículo publicado en *La Nación*: "¿Tenía yo razón? Aún no lo se.

La anécdota ha sido, en realidad, construida desde el relato de Susini, y si bien puede ser totalmente cierta, resulta notoriamente arquetípica: el interlocutor no sólo le habla de la publicidad denostada en los círculos cultos en las dos décadas precedentes, sino de la más denostada posible: la de medicinas de patente (Ojeda, 2020). Y no le habla del contrato obtenido por Radio Cultura con el municipio, basado en la explícita restricción para cualquier tipo de espectáculo, en los que la publicidad sólo podría emitirse durante los intervalos y en los quince minutos posteriores a la finalización del concierto u obra teatral. Le habla de interrumpir intempestivamente el concierto con un aviso de notoria baja elaboración estética. Ante ello, Susini responde con una excelente síntesis del manifiesto cultural de la reacción nacionalista argentina en boga a comienzos de los años '20 (recuérdese que el presidente del Radio Club Argentino y director del diario *La Prensa* es también miembro fundador y alto dirigente de la Liga Patriótica).

Sin embargo, el rechazo al financiamiento por publicidad, como puede notarse en los movimientos empresariales del grupo entre 1920 y 1927, lejos está de coincidir con un rechazo al beneficio empresarial. Se trata, más bien, de una sanción cultural a este tipo de práctica, pues el financiamiento por las corporaciones empresariales de la Asociación Argentina de Broadcasters, o por el teatro en el que se obtiene notorias ganancias en cada temporada de ópera, no decrecen con la emisión radiofónica.

Continúa Ulanovsky:

Nuestras audiciones son gratuitas... todo esto supone gastos y sacrificios que podéis pagar de una manera nada costosa: tolerando con amabilidad nuestros avisos por radiotelefonía", decía la gente de Radio Cultura (...) Si se debía pasar publicidad paga o no fue un tema que dividió las aguas y las conciencias de los cuatro pioneros. A Luis Romero Carranza le gustaba la idea, pero a Enrique Susini no. "Piensa, Enrique: es un vendedor que entra a cada casa con su pregón" proponía Romero no sin cierta ingenuidad, con el decidido apoyo del allegado Ignacio Gómez. Pero Susini se mantuvo firme: "Si hasta ahora pensando en el interés público nos sostuvimos sin avisos, tenemos que seguir haciéndolo aun a costa de nuestro esfuerzo personal. (Ulanovsky, 1995, p.35).



Como puede observarse, no se está discutiendo si la radiodifusión podía ser una empresa -se trata de un grupo de empresarios- sino de si podía pasarse publicidad paga en la programación, que es el tema que inquietaba especialmente a Susini a partir de sus intereses en las bellas artes tradicionales, en especial la música orquestal y la ópera, tema que pondría en discusión incluso en los años '40 al tratar con el empresario radiofónico Yankelevich la posibilidad de programar música "culta" (Ulanovsky, 1995, p.27). De hecho, se ratifica en esta referencia la presencia entusiasta en favor del financiamiento por avisos de quien fuera autor en 1915 de la exégesis del grupo como aficionados y amateurs por excelencia, Ignacio Gómez. El debate afectaba también al núcleo fundador de la Asociación de Broadcasters -se impondría definitivamente desde 1924 la idea de pasar avisos- y a la posición pionera de los hermanos del Ponte (propietarios de Radio Cultura) y del ingeniero Antonio de Bary (según Ulanovsky, el interlocutor de Susini en la referida anécdota), se sumaría la casi totalidad de los empresarios y profesionales del sector.

Mientras tanto, el grupo mantenía una actividad febril. Luego de la emisión del 27 de agosto, las transmisiones continúan con regularidad, cubriendo la temporada de ópera y otros espectáculos. La antena principal de transmisión se trasladó a la azotea de la casa rematadora de la familia Guerrico, y se exploró la posibilidad -luego concretada- de emitir espectáculos de otros teatros, incluso desde el teatro Colón, donde Susini había sido contratado para cumplir tareas de dirección artística. En coordinación con el área de comunicaciones de la Marina (cuyo director, el capitán de fragata Luis M. Morandini<sup>39</sup>, era un activo interesado en las aplicaciones militares y civiles de la radiotelefonía), en 1921 se fundó el Radio Club Argentino, en 1923 la Sociedad de Inventores y la Asociación Argentina de Broadcasters.

Pero la invención nacional se hallaba en pañales frente al aluvión de productos industriales tecnificados que podían importarse desde Estados Unidos o Europa. Guerrico recuerda el momento:

Poco a poco, en el terreno de la radiodifusión, fuimos avanzando y los que sí se hicieron ricos fueron los importadores de elementos básicos y necesarios para hacer receptores, porque rápidamente en Buenos Aires se corrió la voz – a través de este artículo de La Razón y otras formas de información- de que con cierta habilidad y con un alambre tendido en la azotea y con un receptor que se hacía con un cristal de galena, unos condensadores y otros elementos complementarios, se podía oír lo que sucedía en un sitio cerrado de un teatro Coliseo de Buenos Aires (Guerrico, Ca. 1970, p.4).

El reclamo al Estado para que regule el otorgamiento de frecuencias de radio para radiodifusión es realizado desde diversos frentes. la Asociación, el Radio Club, los propios emisores, los

<sup>39</sup> Elba O. Castro (2022, p.3) refiere a la conformación de la primera comisión del Radio Club Argentino (RCA): Su primera Comisión Directiva estaba integrada de la siguiente forma: Presidente, Capitán de Fragata Luis F. Orlandini; Vicepresidente, Juan Quevedo; Secretario: Dr. Guillermo Rojo; Tesorero, Ing. Teodoro F. Bellocq; Vocales, César J. Guerrico, Dr. Enrique T. Susini y Dr. Francisco López Lecube. Las autoridades elegidas no eran desconocidas entre sí. El Capitán de Fragata Luis F. Orlandini se desempeñaba en el Ministerio de Marina como Jefe de Comunicaciones Navales, y en razón de su cargo, mantenía desde los inicios de la radioafición un fluido vínculo con sus primeros seguidores. Es así como se convierte en el principal interlocutor con las autoridades nacionales que, al comprobar el importante desarrollo de las radio experimentaciones en la Argentina, darán el respaldo necesario para su evolución. En agosto de 1922 tuvo lugar la primera asamblea ordinaria del R.C.A., oportunidad en que se efectuó la renovación de autoridades y la aprobación del proyecto de estatutos, quedando a cargo de la Presidencia el Dr. Ezequiel P. Paz y de la Vicepresidencia el Ing. Teodoro M. Bellocq (Castro, p.3).



importadores de productos y los propios contactos de los cuatro en el Estado. El esfuerzo dará frutos en 1923, obteniendo la radiodifusora su identificación como LOR Radio Argentina, nombre que tuvo variaciones por razones de composición empresarial, pero al que se debió volver cuando en 1925 la identificación de las siglas de Licencia se tornó obligatoria. Ese mismo 1923 año los importadores de insumos para radiodifusión comienzan a ingresar al negocio de la emisión en forma generalizada, (Yankelevich, Brusa, Prieto, entre otros), y pronto comienzan también a intervenir en la conformación empresarial de las emisoras, promover fusiones y compras, y fijar alianzas con expertos técnicos, aspecto en el que el grupo de Susini y Guerrico corrían con ventaja.

Susini, se hallaba ya mejor inserto laboral y económicamente como médico, director artístico teatral y profesor de foniatría<sup>40</sup> que el resto del grupo. Estaba, por lo tanto, menos ocupado en la búsqueda urgente de lucro a partir de la actividad radiodifusora, insistiendo en su potencial como vehículo de difusión cultural -potencial que valoró en numerosas entrevistas que se le hicieron, incluso muchos años más tarde- y considerándolo una extensión del negocio teatral y operístico musical, o como un servicio que pudiera ser sostenido por cuotas societarias. El resto de los integrantes del grupo, en cambio, se encontraban recién recibidos o en el tramo final de sus carreras universitarias, y ese grado de inserción lo lograrían en los años siguientes. Guerrico no tuvo inconveniente en lograr numerosas ofertas de dirección técnica en la industria radiofónica, y pudo ganar espacio también en el negocio del teatro; Romero Carranza obtuvo rápida inserción en funciones de su profesión y también se mantuvo vinculado al teatro, en tanto Mugica sería el elegido para radicarse en España para expandir el negocio radial.

Mientras tanto, el negocio radiofónico les rindió grandes beneficios económicos, incluido el valor de venta de la radio por \$ 100.000 al empresario Prieto, importador de partes, propietario de otra radio y figura clave en la Asociación Argentina de Broadcasters que financió a Radio Argentina sumándole capital en 1924, y sobre todo, en la etapa de la empresa de telegrafía por Onda corta radial, que sería vendida a la ITT por una suma mítica, dejando a su vez al grupo como miembro del directorio de la empresa en las décadas siguientes.

Sin embargo, cuando en diciembre de 1922 Radio Cultura obtuvo el permiso municipal para emitir publicidades pagas, esta diferencia de edad se hizo notar: mientras Susini fue reacio en los primeros meses a la posibilidad de incluir publicidades en la programación, el resto del grupo fue entusiasta, viendo en ello una posibilidad de mejorar el rendimiento económico de su empresa a corto plazo. La experiencia de publicidad paga en Estados Unidos, iniciada ese mismo año 1922, mostraba un potencial notable de expansión del negocio. Pero el debate en torno a esta cuestión concluyó en

---

<sup>40</sup> Susini se mantuvo a cargo del Teatro Coliseo durante varias temporadas en los años 1920s, y sirvió como director técnico del Teatro Colón en el mismo período. En 1924, junto a Alfonsina Storni y Carlos López Buchardo (quien quedaría a cargo de la dirección) funda el Conservatorio Nacional de Música y declamación sobre la base de la Academia del Teatro Colón. Allí Susini dictó la cátedra de Foniatría durante muchos años (conocería allí a su esposa, alumna de esa materia).



pocos meses ante la evidencia del despegue fabuloso de la radiodifusión como negocio integral, que iba mucho más allá de la extensión cultural de las temporadas de ópera, o incluso de variedades.

El periodismo, la transmisión deportiva, los programas de entretenimiento y música popular se agregaban al potencial de servicio público, y aunque aún no se preveía el grado de éxito del radioteatro, las narraciones teatralizadas por radio ya tenían un público interesado. En tal marco, Radio Argentina admitió los avisos y sumó así una fuente de ingresos clave. La otra fue el respaldo económico de la Asociación Argentina de Broadcasters y los empresarios del sector de importación y comercialización de equipos e insumos, que veían mejorar sus rendimientos a medida que crecía el alcance del broadcasting, al sumarse más receptores. En diciembre de 1922 se habían incorporado tres radioemisoras al espectro, y en 1923 esta proliferación continuó, acelerando la crisis que en el primer semestre de 1924 vivió el sector, y de la que se salió precisamente con una intervención de la Asociación que reforzó a Radio Argentina -que por ello cambió de razón social- y desde ella, adquirió Radio Sudamérica luego de su quiebra, administrándose ambas desde el equipo de Susini.

El negocio tanto de la radiodifusión como del cine mostraba, entonces, tanto en Estados Unidos como en Hispanoamérica un crecimiento espectacular. Las audiencias anuales cinematográficas pasaron a medirse en Argentina en millones, y la cantidad de radiorreceptores pasaría del centenar de 1920 a cientos de miles a mediados de los años '20, para llegar a los quinientos mil a fines de la década, en un país que entonces contaba con apenas doce millones de habitantes.

El auxilio de la Asociación Argentina de Broadcasting para respaldar la consolidación del sistema de emisión permitió redireccionar la escala del negocio. El grupo pudo entonces administrar más de una emisora al mismo tiempo, e intervenir en el devenir técnico y de dirección artística de otras, en la medida que la Asociación reorientó el desarrollo en los tres años siguientes, incitando a empresas mediáticas a incorporarse, impulso que tuvo éxito con la incorporación de la empresa La Nación S.A. (que funda Radio Mitre) y del diario *Crítica*, que emitirá programación noticiosa precisamente en contrato con el grupo de Susini. Radio Argentina había tomado en ese momento el nombre de la Asociación, que ahora poseía la participación mayoritaria de capital, y este respaldo permitió a Susini, que estaba a cargo en ese momento de la dirección artística de obras del Teatro Colón, organizar sin angustias financieras la transmisión de eventos precisamente desde este prestigioso teatro, pero también, replicando el éxito de la emisión de canciones de música “típica” (tango), folklórica o de jazz, se transmitió eventos desde el Club de Tango Abdullah, y se incorpora también los noticieros como parte regular de la emisión cotidiana.



La obligatoriedad de las licencias desde 1925 los lleva a retomar el nombre original, ahora LOR Radio Argentina, y en función del interés por el rol de la radio como emisora de noticias, se realiza un convenio con el diario *Crítica*, el primero de articulación entre radiodifusión y diarios (el segundo sería el lanzamiento de Radio Mitre por la empresa del diario *La Nación* en 1927), con el nombre de LOR Broadcasting de *Crítica*. De este modo *Crítica* expandía su alcance y prestigio sin poner en riesgo su tirada diaria, y la radio contaba con una fuente de noticias que no obligase a contratar los costosos servicios de una Agencia, todavía elevados para el volumen de negocio de la radiodifusión de entonces.

Pero el creciente y ventajoso -en términos de competencia- involucramiento de los comerciantes importadores de equipos e insumos para radiodifusión en la emisión propiamente dicha, y la entrada en el negocio radiofónico de *La Nación*, que contará desde 1925 con Radio Mitre<sup>41</sup>, llevó al grupo a rediseñar su propia estrategia de negocio. Como recuerda Guerrico:

Las comunicaciones a larga distancia se hacían a través de estaciones de onda larga, de enorme poder -una de ellas estaba instalada en Buenos Aires. Se instaló un consorcio internacional -nosotros no teníamos dinero para hacerla- en Monte Grande y se armó un equipo de 500kW para comunicar con Europa. Gracias a otra casualidad -porque este mundo se forma también en base a muchas casualidades- las ondas que decretó el Estado, los gobiernos respectivos, como inútiles se las dieron a los aficionados; y esas fueron las Ondas Cortas que poco después tomaron una celebridad muy notable, y utilizando esas Ondas Cortas los radioaficionados lograron comunicaciones con los antípodas, vale decir, cubrieron el globo terráqueo (Guerrico, Ca. 1970, p.5).

Considerada esta oportunidad -que se demostraría muy exitosa- y contando con contactos con la mega compañía estadounidense ITT dispuesta a invertir capital en gran volumen en el proyecto, el grupo aguardó el vencimiento del contrato con *Crítica* (1926) y en lugar de renovarlo vendió la radio a Teodoro Prieto, quien mantenía ambas emisoras (Prieto y la de Susini, que en 1925, por la obligatoriedad de mostración de siglas de licencia, debió retornar al nombre original de Radio Argentina) articuladas financieramente como una sola empresa, pero emitiendo en paralelo diferentes contenidos, y agregando Prieto, poco después, una tercera emisora. Además de los beneficios de la venta obtenidos por el grupo, Guerrico quedó como director técnico de Radio Prieto<sup>42</sup>.

Con el dinero de la venta de la radio, que tanto Guerrico como Susini recordaron en varias oportunidades que fue por valor de cien mil pesos de ese momento, más aportes de los socios y la incorporación de la mencionada inversión extranjera, dieron nacimiento a la empresa radiotelegráfica Sociedad Anónima Radio Argentina constituida el 31 de agosto de 1927, obteniendo

<sup>41</sup> En 1925, con el auspicio de la familia Mitre, fundadora del diario *La Nación*, comenzó a transmitir la nueva radio con la sigla LOZ Broadcasting *La Nación*, hoy Radio Mitre (Diario *La Nación*, 7 de agosto de 2005). Aunque fue inaugurada el 6 de noviembre de 1925, había empezado a emitir desde el 16 de agosto bajo la denominación LOZ Broadcasting. El 2 de febrero de 1928, el Estado concedió la señal oficialmente a S.A. *La Nación* que entonces presidía Emilio Mitre.

<sup>42</sup> Hasta que, en 1926, pasaría a Radio Splendid con el mismo cargo.



del gobierno español una concesión de un servicio internacional de radiotelegrafía entre España y Argentina, según Real Decreto-Ley del 30 de marzo de 1927.

La venta de la radio se debía, entonces, a una clara orientación de oportunidades de negocio del grupo. Paradójicamente, el celo estatal por la Seguridad Nacional en los primeros años de distribución del espectro radioeléctrico no halló utilidad para las ondas cortas, que fueron cedidas en su casi totalidad a las asociaciones de radioaficionados e individuos que solicitaban una banda para uso civil. Sobre la base de este espacio de oportunidad se montó la siguiente etapa del grupo.

### **La radiodifusión como nuevo tipo y oportunidad de negocio**

Puede notarse aquí cómo en el primer lustro de la radiodifusión se cruzaban intereses diversos, y éstos no siempre tomaban conciencia tempranamente del potencial que podía alcanzar la actividad en masividad, volumen de negocio o impacto socio-cultural. Tales cruces generaban paradojas: inquietudes artísticas y amateurismo tecnológico cruzados con búsquedas de negocios; interés por encontrar fuentes de ganancia adicional cruzados con una cultura de desprecio por el aviso publicitario presente tanto en los ambientes artísticos como periodísticos y de la crítica de espectáculos; preocupación estatal por controlar el espectro por razones de seguridad, y una veta de uso particular del espectro de onda corta que sería ampliamente usado por el Estado en tiempos de la Segunda Guerra Mundial.

Susini tenía en la realización artística una gran pasión personal y una parte significativa de su despliegue profesional. La radio aparecía así, inicialmente, como un vehículo de divulgación de la propuesta artística del Teatro Coliseo, y como una extensión de su carrera de productor y director artístico<sup>43</sup>. En el momento de venta de la radio para iniciar la nueva empresa sucede a la inversa: Susini y su grupo detectan un potencial que ni siquiera el Estado ha considerado, y se adelantan en un área de negocios que les brindará una significativa retribución económica desde la que podrán sostener el costoso proyecto de Lumiton. Este punto refuerza la hipótesis de que Los Locos de la azotea estaban lejos de ser entusiastas aficionados y contaban con un claro conocimiento del negocio tanto a nivel técnico como empresarial.

La Sociedad Anónima Radio Argentina ingresó rápidamente y con éxito en el mercado de las comunicaciones de onda corta entre Europa y Sudamérica. Esto se debió principalmente a su anclaje en España, donde se instala Mugica en forma permanente manteniendo excelentes vínculos con el gobierno español y sus políticas de espectro radioeléctrico, a una política agresiva de precios

---

<sup>43</sup> "Éramos médicos estudiosos de los efectos eléctricos en medicina y también radioaficionados lo suficientemente bien informados para estar a la vanguardia. Pero, básicamente, éramos personas imaginativas, amantes de la música y el teatro y por eso se nos ocurrió que este maravilloso invento podía llegar a ser el más maravilloso instrumento de difusión cultural. Ese día, el 27 de agosto de 1920, nosotros escuchábamos con doble emoción, en la ópera "Parsifal" de R. Wagner, el tema de la Cena que inicia el prelude y que simboliza la comunión de los espíritus elevándose a Dios y que esta vez, por extraordinaria magia, franqueaba las paredes del teatro y se expandía por todos los ámbitos" (Susini, 1960).



y una serie de estaciones de retransmisión en Paraguay y en Estados Unidos. Además, en Argentina y España continuaron utilizando el nombre comercial "Vía Radiar" incluso durante la etapa de desarrollo de Lumiton.

El éxito y la posición dominante en el espacio de relaciones en el mundo hispanoparlante les permitió una poderosa valorización de la empresa. La competencia por el dominio del mercado internacional era, sin embargo, creciente. La ITT, a pesar de ser parte inversora de la empresa, competía agresivamente con ella por los mercados europeos y sudamericanos, en condiciones muy superiores de capital, capacidad de sostener precios en el tiempo y apoyo del propio Estado en negociaciones y gestiones. Como resultado de ello comenzó a negociarse la venta de S.A. Radio Argentina (Vía Radiar) a la ITT, operación que se concretó en 1930 por 200 millones de dólares de ese momento, conservando a su vez Susini y su grupo posiciones en el directorio de la empresa. Esta activa vinculación empresarial con grandes actores del capital estadounidense, junto a los recursos obtenidos por la venta, habilitaron el proyecto de instalar en Argentina un estudio de cinematografía con la nueva tecnología -entonces en experimentación- de cine parlante.

El modo de inicio y desarrollo de un estudio cinematográfico -Lumiton- en Argentina fue diferente del inicio de Radio Argentina. La experiencia radiofónica fue iniciada en un contexto mundial de exploraciones iniciales de la técnica y sus posibilidades de negocio, con pasos iniciales subordinados a otros negocios y prácticas artísticas (el teatro de ópera, el espectáculo musical), y explorando luego otras opciones (alianza con empresarios del comercio de receptores, ampliación del arco de espectáculos, acuerdos con diarios, contratación de avisos publicitarios).

La experiencia de Lumiton, en cambio, ya mediada por los años de conformación de una Sociedad Anónima que operó internacionalmente a partir del aprovechamiento de la Onda Corta, se realiza con una sistematicidad muy superior. El grupo cuenta con un capital inicial voluminoso, viaja a Hollywood para tomar contacto con las tendencias del negocio, contacta a especialistas técnicos que apoyarán la etapa inicial y promueve un esquema imitativo -aunque sui generis- respecto del modelo de estudios estadounidense.

Contando con la experiencia de los estudios en el seguimiento de las tendencias en los gustos de los/las espectadores, así como con el aprendizaje de este tipo de conocimientos en el desarrollo de la propuesta radiofónica y de oferta artística teatral y musical en la década de 1920, el grupo tendrá, en la etapa de Lumiton, una especial sensibilidad para estar atentos a las transformaciones sociales, culturales y del gusto del nuevo público urbano de masas que se ha ido conformando en Argentina, sobre todo en el conglomerado urbano de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.



### 3.3. El cine en Argentina en las décadas de 1920 y 1930

Teniendo en cuenta los tres países pioneros en radiodifusión -Estados Unidos, Gran Bretaña, Argentina- es evidente que este último no contaba con el desarrollo capitalista industrial de los dos primeros, y la instalación de sus emisoras, el crecimiento de la oferta y uso de radiorreceptores y provisión de repuestos dependían en gran medida de la importación, en su mayor parte desde los Estados Unidos. Pero incluso considerando esta gran diferencia, en los primeros años las innovaciones argentinas se mantuvieron a la vanguardia del desarrollo radiofónico mundial, sobre todo en adopción y puesta en marcha de nuevos contenidos, y en cantidad de emisoras en relación con la población, aunque el total de receptores por habitante mostró desde el principio importantes diferencias.

<b>Argentina 1935</b>	<b>USA 1935</b>
<b>Población: por debajo de los 15.000.000 de habitantes</b>	<b>Población: 127.251.000 de habitantes (estimativo)</b>
<b>48 estaciones de radio, 23 en la capital</b>	<b>623 estaciones de radio</b>
<b>600.000 receptores</b>	<b>21.446.000 hogares con receptor de radio</b>
<b>Una emisora cada 291.667 habitantes</b>	<b>Una emisora como 204.255 habitantes</b>
<b>Un receptor cada 23 habitantes</b>	<b>Un receptor cada 5,9 habitantes (estimativo)</b>

Fuente: Ojeda y Moyano, 2021b: p. 29. Estimaciones a partir de datos estadísticos oficiales de los gobiernos de Argentina y Estados Unidos para esos años.

Como puede observarse en el cuadro precedente, a mediados de la década de 1930 la tasa de relación emisoras/cantidad de habitantes entre Argentina y Estados Unidos, si bien evidenciaba un desarrollo mayor en este último país, no presentaba diferencias extremas todavía, aunque la hiper concentración de emisoras en la ciudad de Buenos Aires sí mostraba resultados más extremos cuando se consideran sólo las provincias interiores de la Argentina. En cuanto a la tasa de relación receptores/cantidad de habitantes, en cambio, se nota una diferencia abismal: mientras en Estados Unidos ya existía un receptor cada 5,9 habitantes, en Argentina esta tasa se encontraba en 23. Es decir, Estados Unidos poseía en 1935 el cuádruple de densidad de emisoras disponibles en la población respecto de Argentina.

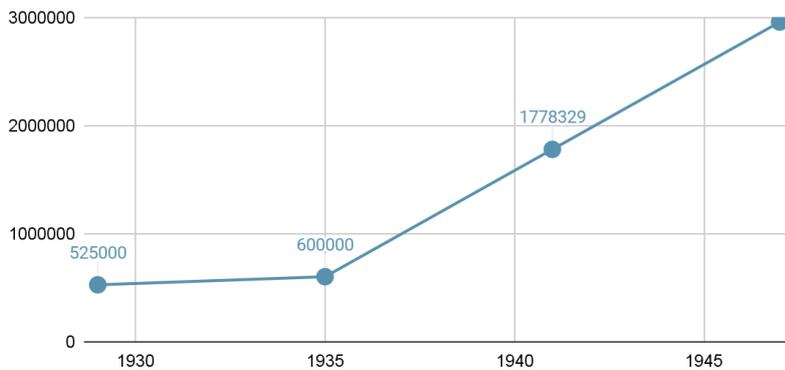
Si bien no hay documentación respecto de detalles de las observaciones sobre el terreno realizadas por el grupo de los cuatro fundadores de Lumiton en su viaje a Hollywood, es posible conjeturar que estaba muy a la vista el proceso expansivo que vivirían la radiodifusión y el cine en los '30 en países periféricos como Argentina, y el modo en que radiodifusión, cine, espectáculos de teatro y variedades y discografía convergerían en un gran sistema industrial y en un gran *star system* en el que las figuras circulaban entre los espacios y se potenciaban entre sí. En 1927 la primera Agencia



de Publicidad de Servicios Integrales, J. Walter Thompson, instalaba en Hollywood una oficina especializada en radio y cine. En 1929, la misma Agencia se instalaba en Buenos Aires, previendo que la tasa menor de radio receptores por habitantes crecería en breve contundentemente. Y en efecto, entre 1935 y 1942, la cantidad de receptores se multiplica por tres, y entre 1835 y 1947, por cuatro, abriendo el momento de máximo auge de la edad de oro de la radiodifusión argentina:

### **Receptores en Argentina**

**Cantidad de receptores por año**



**Fuente:** Elaboración propia con datos de Matallana, 2006; Ojeda y Moyano, 2021b

En cinematografía, en cambio, la diferencia entre países periféricos como Argentina y aquellos industrializados se extremó. Mientras Francia y Estados Unidos se pusieron a la vanguardia ya en el último lustro del siglo XIX (Sadoul, 1996; Gubern, 2016; Costa, 1992; Paoletta, 1967), y fueron protagonistas de sucesivas exploraciones técnicas, estéticas y de estrategia comercial, en Argentina las primeras proyecciones y filmaciones fueron parte de la difusión de la actividad protagonizada, principalmente, por franceses primero y por italianos poco después.

En el caso argentino, el belga Henri Lepage y su socio el austriaco Max Glücksmann, propietarios de una casa de fotografía, junto con el francés Eugenio (Eugène) Py, camarógrafo y empleado de la firma, realizaron las primeras vistas fílmicas a partir de 1897 (Rivera, 1997, p. 30; Di Núbila, p.15), cumpliendo en las dos décadas siguientes un rol fundamental en la configuración del cine nacional, utilizando todos tópicos que la cinematografía internacional fue demostrando exitosos: filmación de escenas y hechos de interés público o particular, propagandas, reconstrucciones históricas con actores, filmación de dramatizaciones teatrales con el agregado de escenas de exteriores basadas en géneros de éxito popular, como lo era el teatro, especialmente el teatro criollo, secuencias de comedia y melodramáticas, sobre todo, desde la experiencia francesa y desde la italiana, dado el origen predominante de los protagonistas de esta etapa, así como el dominio del mercado atlántico por compañías europeas (Sadoul, 1996; Gubern, 2016; Costa, 1992; Paoletta, 1967).



En la segunda mitad de la década de 1910 el cine estadounidense tomó el predominio del mercado internacional y mostró que podía conformar una industria internacional de gran volumen de negocio y gran capacidad constructiva de un lenguaje distinto del teatro o la danza. En tal contexto, aparecen en Argentina esfuerzos de emular sus innovaciones técnicas y de lenguaje, aunque sin la capacidad de conformación en industria característica del *studio system* estadounidense. Destacan entre ellos la cinematografía de Federico Valle, pero también otros esfuerzos pioneros, incluido entre ellos *El último malón* (Alcides Greca, 1917), primer filme de largometraje realizado en el interior del país.

Estas experiencias se caracterizaban por ser semi artesanales y artesanales, muy escasas en cantidad y en capacidad de distribución comercial. Por ello, en los tres lustros decisivos entre 1915 a 1930, mientras en Estados Unidos se conforma el sistema de estudios, estrellas y géneros de amplia respuesta popular en asistencia a las salas, en Argentina la producción nacional crecía, pero a un ritmo menor. Los productores locales se refugiaban en trabajos de propaganda, filmaciones a pedido, escenas documentales, viñetas breves y un cine que, a partir del éxito de *Nobleza Gaucha* (tras su reestreno con mejoras en 1916) exploraba el imaginario del teatro criollo, los temas camperos, los conflictos expresados en las letras del tango canción, los escenarios urbanos de la ciudad de Buenos Aires (Di Núbila, 1959; Gutman, 1999, p. 373).

De este modo, mientras la importación de equipos de filmación y proyección, así como de cintas filmadas y vírgenes, era un negocio significativo -como lo atestigua su constante presencia publicitaria en medios gráficos masivos-, la industria de la producción, distribución y proyección cinematográficas no era vista como un gran negocio inmediato, ni siquiera para emprendedores como el grupo de Susini que tenía contacto con el mundo del teatro y de los espectáculos musicales. Sin embargo, hacia comienzos de la década de 1920, si no había un protagonismo empresarial que despliegue la producción de cine argentino, sí había un amplio público consumidor dispuesto a disfrutar de filmes importados en las salas de proyección. La astuta estrategia de la industria estadounidense había hecho retroceder a sus competidores franceses en la disputa por el mercado internacional de cine, fenómeno que se profundizó con la Primera Guerra Mundial que afectó directamente a Francia en su territorio. Al terminar la guerra la industria estadounidense ya tenía un esquema industrializado de producción y distribución que aceleró su expansión internacional, impactando en Argentina de un modo tal que, a mediados de la década de 1920, el país se había convertido en uno de los importadores de filmes estadounidenses más importantes del mundo. Como hemos señalado en el Estado del Arte, siguiendo a Clara Kriger (2010, p. 264) Argentina se encuentra desde mediados de la década de 1920 entre los cuatro principales importadores de filmes hollywoodenses a nivel mundial, alcanzando el primer lugar en 1931, con un impacto cultural que no sólo muestra masas de público ávidas de consumo sino también tramas mediáticas complementarias -secciones especializadas de diarios y revistas, catálogos, revistas especializadas- y sus correspondientes campos de oficios y debates. A pesar del rico potencial de



la radiodifusión en Argentina, el del cine podía ser aún mayor: contaba en 1931 con un público de masas, pero con ínfima producción local, en el momento de inminente mutación tecnológica para dar paso al cine parlante. Podemos notar que en ese momento las condiciones estaban a favor del grupo de Susini que contaba ya con experiencia en el campo mediático y en el *star system*, experticia en las ciencias del sonido, recursos económicos y sentido de la oportunidad.

Esta aparición de un gran negocio de proyección cinematográfica coincidía, pues, con la primera década de despliegue de la radiodifusión en Argentina, es decir, con las exploraciones técnicas, artísticas y comerciales del grupo de los Locos de la Azotea. Cuando el grupo comenzaba a interesarse con mayor claridad por el potencial empresarial de la radio, negociando participaciones de capital, contrataciones publicitarias, convenios con diarios o la venta de la emisora para invertir en comunicaciones internacionales por onda corta, es precisamente el lustro que Clara Kriger señala como de amplio auge de la importación de filmes hollywoodenses al país. Si bien no ha quedado registro fehaciente de las fechas aproximadas en que el grupo comenzó a interesarse por la posibilidad de intervenir en la industria cinematográfica, sí es notoria la coincidencia en el tiempo entre el auge de consumo de filmes hollywoodenses en Argentina y las exploraciones técnico-empresariales con las que el grupo fue buscando oportunidades de mayor éxito en sus negocios, y es muy probable que hayan prestado atención al rubro varios años antes de su involucramiento efectivo. Más aún, esto se da cuando en el mundo el ámbito del teatro comenzaba a converger con el cine no sólo proveyendo guiones y actores/actrices sino también adaptando las salas para incluir proyección cinematográfica. Y también cuando a partir de 1927 comenzó a circular y llamar la atención del público la posibilidad de incorporar a la cinematografía la reproducción sincronizada de voz humana y sonido, el futuro “cine parlante”.

España (2000) plantea qué originalmente “Los locos de la azotea” tenían la intención de levantar estudios para alquilarlos y realizar largometrajes como los que estaba realizando Carlos Gardel en Joinville y poder materializar producciones habladas y cantadas en español, vendibles en el mundo hispanoparlante y ya no solamente en nuestro país. Es en ese momento que apareció la novedad técnica de los subtítulos y es allí que los dueños de Lumiton se propusieron pensar la posibilidad de la producción nacional de películas.

### **El marco de competencia y transformación en el tránsito al “cine parlante”**

En la segunda mitad de la década de 1920 había plena consciencia en los grupos empresariales vinculados al espectáculo, el periodismo, la radiodifusión y el cine respecto del campo de oportunidades y aumento de la competencia que se abre en el futuro inmediato. Esta competencia no sólo afectaba a los actores nacionales entre sí, sino también a los vínculos con las industrias internacionales de mayor expansión, como la estadounidense, lo que lleva a una mayor



agremiación, simultánea a los cambios en la competencia. En este período la Sociedad Cinematográfica Argentina de Exhibidores cambió su nombre a Asociación de Empresarios Cinematográficos y se reforzó la capacidad de respuesta gremial con el Sindicato Cinematográfico Argentino que en 1929 realiza acciones ante el Estado, de difusión, de negociación, etc. en el marco del aumento de precio de los filmes impuesto por las distribuidoras estadounidenses que hegemonizan el sector. Este conflicto abrió, paradójicamente, oportunidades para la producción local, sobre todo a partir de la depresión económica estadounidense.

El grupo liderado por Susini, protagonista de la primera radioemisora argentina, poseía amplia inserción en el negocio del espectáculo teatral y musical en vivo en la ciudad de Buenos Aires, así como relaciones empresariales nacionales e internacionales en el sector de su interés, y también amplias vinculaciones políticas<sup>44</sup>. Como menciona Guerrico en su retrospectiva, ellos notaban que en radiodifusión llevaban notable ventaja quienes se asientan simultáneamente en el negocio de la importación de equipos, radio receptores y repuestos, y que era fundamental tanto una red de contactos internacionales como una tendencia a la diversificación que permitiera a cada grupo empresarial una actuación en distintos dispositivos en simultáneo: radio, cine, prensa, discografía, teatro y otros espectáculos urbanos que, como el de revista y el de recitales de música, mostraban gran potencial.

En el caso del grupo de Susini, esta comprensión les permitió buscar alianzas con empresarios del periodismo (Botana, de *Crítica*, para hacer *Radio Crítica*, Prieto, de *Radio Prieto*, empresario importador), pero especialmente, por su experticia técnica, ellos lograron una gran expansión económica a través del negocio del envío de datos internacionales por onda corta, compitiendo con la telegrafía tradicional. El desarrollo de Vía Radiar fue contundente y les permitió una expansión internacional hacia Brasil, Paraguay, España y otros países, y entrar en negociaciones con la ITT para una eventual compra que, al concretarse, les permitió conservar los puestos de dirección en la empresa y a su vez recibir el capital suficiente para el proyecto de Lumiton, manteniendo además excelentes vínculos y corresponsalías en los países que tenían sucursales de la empresa, facilitando así el flujo de artistas e intérpretes, contratos de filmación (como fue el caso de *En la tierra del marán*), y de distribución. Complementariamente, mantuvieron amplios contactos con funcionarios del aparato estatal, con las cámaras empresariales del sector y con la dirección de patentes de invención.

No fueron los únicos en busca de estas diversificaciones, sino que numerosos actores empresariales se pusieron en marcha a medida que se observaba las nuevas posibilidades de

---

<sup>44</sup> Algunos autores, entre ellos España (2000) señalan que el nombrado César José Guerrico transportó en su automóvil al General José Evaristo Uriburu, el día de su asunción como presidente de los argentinos, tras el golpe de Estado del 6 de septiembre de 1930. Guerrico y Mugica contaban con parientes directos en el gobierno de Uriburu tanto a nivel nacional como del gobierno de la ciudad de Buenos Aires -en el área de obras públicas, entre otras- con posiciones ocupadas por parientes directos. Y los cuatro poseían vínculos habituales con miembros de la élite política, desde los comienzos mismos de su actividad profesional.



negocio que abría el cine parlante. Entre ellos se destacan la Sociedad de Exhibidores, Estudios Valle y La Sociedad Impresora de Discos Electrofónicos (SIDE) en los que se profundizará en las secciones siguientes. Esta profundización en cada uno de los actores permite observar un mapa no solo de los estudios que surgieron sino de cuáles son los recorridos de los técnicos, empresarios y profesionales que trabajaron y se entrecruzaron en este campo.

### **La Sociedad de Exhibidores**

La Asociación de Empresarios Cinematográficos (anteriormente Sociedad Cinematográfica Argentina de Exhibidores) realizó uno de los primeros intentos de cine parlante, en el año 1930, produciendo el filme *Defiende tu honor* (Nelo Cosimi, 1930), con dirección del italiano Nelo Cosimi y actuación del propio Cosimi, Chita Floras, Florén Delbene, Julio Andrada y Carmen Duval, elenco que combinaba actores experimentados en cine mudo con cantantes de prestigio. Sin embargo, las graves falencias técnicas de la grabación obligaron a la productora a comercializar el filme en versión muda.

### **Estudios Valle, Ferreyra, Morera y Gardel**

A pesar del enorme golpe que significó el incendio de sus estudios (Estudios Valle) en 1926, Federico Valle había continuado su labor y comenzado a experimentar con el cine de sincronización con cantantes en vivo y, sobre todo, con reproducciones discográficas. El prestigioso noticiero semanal cinematográfico *Film Revista Valle*, del que llegaron a realizarse 657 ediciones, siempre con producción a cargo de este estudio, fue renombrado *Actualidades Sonoras Valle* a partir de julio de 1930, al iniciarse estas nuevas experiencias de sonorización.

Pero, además, novedosamente, entre fines de octubre y comienzos de noviembre Estudios Valle produjo quince filmes de corta duración cuyo protagonista principal fue el ya famoso Carlos Gardel, acompañado por sus tres guitarristas (Aguilar, Berbieri y Riverol). Estos trabajos fílmicos, aunque sólo diez estuvieron en condiciones de calidad para su exhibición, obtuvieron un gigantesco éxito en público, crítica y recaudación, y conformaron un factor decisivo en el crecimiento del prestigio internacional de Gardel en el último tramo de su vida, así como un ejemplo pionero y emulable de utilización de argumentos breves para dar paso a canciones con letras alusivas, que el cine mundial adoptaría en la década siguiente. Las obras de Gardel fueron dirigidas por Eduardo Morera, participando en la producción Francisco Canaro, Enrique Santos Discépolo, Arturo de Nava y Celedonio Flores. Inicialmente se buscó integrarlas a los noticieros como material complementario, pero finalmente se optó, para su estreno en mayo de 1931, por "Variedad musical".

Pero el año anterior Valle había propuesto al prestigioso director argentino de cine mudo José Agustín Ferreyra, sonorizar un filme dirigido por este último, originalmente como filme mudo: *El*



*cantar del gaucho* (José Ferreyra, 1930). Se trataba de una sonorización sincronizada (por disco simultáneo a la proyección), sin registro de diálogos, pero con acompañamiento musical y canciones, entre ellas un tango. Poco después realizó *El cantar de mi ciudad* (José Ferreyra, 1930), ya pensada desde la etapa de guion para acompañamiento sonoro-musical. Parte de este último filme se sonorizó con el nuevo sistema Vitaphone (discos sincronizados mecánicamente con la proyección), nuevamente con sonido de ambientación y ahora con dos canciones. *La muchacha del Tango* interpretada por María Turgenova (cantante de prestigio y artista de cine mudo) y *La canción del amor* por el dúo Turgenova–Farah. Según Manrupe (2001: 88) la película se presentó como “la primera producción argentina sonora cantada y hablada”. Debido a las dificultades de sonorización de *La canción del gaucho*, *La Canción del amor* se estrenó un mes antes, en octubre de 1930.

Estudios Valle conformó un espacio de aprendizaje, experimentación y realización para muchas figuras importantes del cine de los años 30, lo mismo que actores, cantantes, músicos, etc. Entre estas figuras destaca la del director de los mencionados cortos musicales de Gardel, Eduardo Morera (1906-1997). Morera provenía del teatro como actor en la compañía Muiño-Alippi, que también se vinculó a la cinematografía nacional, tanto en la etapa muda como en la sonora (esta compañía fue la encargada de interpretar en su versión teatral *Los Tres Berretines*, que luego sería el primer film del estudio Lumiton). Entre 1924 y 1928 Morera había actuado como extra en *Mientras Buenos Aires* (1924), con dirección de José Agustín Ferreyra, *Bajo la mirada de Dios* (1926) y *La borrachera del tango* (1928), en estas dos últimas con dirección de Edmo Cominetti.

Interesado especialmente por el desarrollo que estaba mostrando la cinematografía sonorizada en el cambio de década, Morera contactó a Natalio Botana para proponerle que invierta en la actividad, conociendo el hecho de que el empresario del periodismo impreso -dueño del exitoso diario *Crítica*- había incursionado en la radiodifusión, con la experiencia de radio *Crítica*, en la que, entre otras programaciones, se emitían noticias generadas por los periodistas del diario. Partiendo de esta experiencia y del aporte técnico de la productora de Valle, Morera experimentó con un sistema sonoro grabado en cinta, antecesor inmediato del Movietone, grabando cortos musicales con interpretaciones de cantantes y orquestas ya prestigiosos en el ambiente de la radiodifusión, la discografía y el circuito de teatros, que se distribuyeron entre las salas exhibidoras para ser proyectados como complemento de los filmes principales, ya fuese como apertura o en los intermedios. Entre otros, entre 1930 y 1931 filmó a Francisco Canaro, Azucena Maizani, Ada Falcón, etc. con quienes, como veremos, compartió otras actividades posteriormente. A partir de marzo de 1932 logró la emisión regular en cines de un noticiero cinematográfico de diez minutos, *Crítica Sonora*, a partir de marzo de 1932, incluyendo al cierre de cada episodio una interpretación musical.

Como Botana se interesaba exclusivamente por la producción del noticiero y otros materiales breves, para la producción y realización de largometrajes Morera buscó contactar a otro empresario



radiofónico, Jaime Yankelevich, propietario de Radio Belgrano y su Red, en 1934. Yankelevich sumó a Francisco Canaro, quien era además empresario teatral, y a Juan Cossio, socio de Yankelevich en diversos negocios. El grupo conformó una sociedad empresarial que se registró como Compañía Argentina de Films Río de la Plata (conocida popularmente como Estudios Río de la Plata), y funcionó entre 1934 y 1937. El grupo poseía, a partir de los distintos recorridos, amplia experiencia radiofónica, cinematográfica, teatral y del negocio de la música de tango en su etapa de mayor auge hasta el momento, y optó como la productora de Valle por ubicar sus oficinas y estudio en la zona céntrica (Uruguay 158, en tanto la de Valle funcionó en México al 800), aunque a diferencia de los Estudios Valle, el de Río de la Plata contó con una insonorización más precaria.

Los actores del primer filme fueron todos de Radio Belgrano y aceptaron trabajar sin pago en el primer filme, que se referiría, precisamente, a las estrellas de la radio (de hecho, se estrenó con el título *Ídolos de la radio* (Eduardo Morera, 1934), argumento que utilizó el empresario -la publicidad que generaría a sus carreras- para convencerlos de participar. Gran parte de estos actores se mantendrían presentes en la cinematografía de la década de 1930: Ada Falcon, Olinda Bozán, Ignacio Corsini, Tito Lusiardo, Antonio Podestá, Dora Davis, Don Dean, Mario Fortuna, Eduardo de Labar, Tita Merello, Olga Mom, Blanca del Prado, Olga Casares Pearson, Ángel Walk, Federico Mansilla y Ernesto Famá. El estudio se manejó con criterios empresariales a tono con la época la difusión, logrando interés a través de la información sobre el rodaje que emitía Radio Belgrano y reproducían las revistas y secciones de espectáculos en la prensa. Al cierre del rodaje la radio realizó una transmisión especial desde los estudios de Río de la Plata con actuaciones en vivo de los intérpretes.

### **La Sociedad Impresora de Discos Electrofónicos (SIDE)**

Edmo Cominetti, fotógrafo y cineasta de la etapa muda, estrenó en julio de 1931 *El amanecer de una raza* (Edmo Cominetti, 1931), largometraje de tono nacionalista a cuyo estreno asistieron José Félix Uriburu y su hijo, destinatarios de la dedicatoria del film. Cominetti realizó el filme mudo, pero luego se le agregó sonido de ambientación, voz humana y canciones, publicitándose como “sonora y cantada”, promoviendo que contaba con bailes y cantos, “chistes de actualidad” y diálogos. En octubre del mismo año, Cominetti, junto a Arturo S. Mom, guionista proveniente de la literatura y la crítica, estrenaron *La vía de oro* (Edmo Cominetti, 1931), también con sonido sincronizado.

En agosto se estrenó otro film, *Muñequitas porteñas*<sup>45</sup> (José Ferreyra, 1931), con dirección de José Agustín Ferreyra, que retomaba las imágenes urbanas y la música de tango, con trabajo de laboratorio desde la cinematográfica de Valle, a diferencia de las dos anteriores, que contaron con Aries. Pero en los tres casos la sonorización corrió a cargo de una empresa que se hallaba a la

<sup>45</sup> Filme restaurado en 2017 por Santiago Loza y Ariel Gurevich y fue presentado por el Museo del Cine.



vanguardia en industria discográfica, SIDE (Sociedad Impresora de Discos Electrofónicos), que tendría un rol clave en el cine de los años '30. En *Muñequitas porteñas* se trabajó con un sistema patentado por la empresa análogo al utilizado en Estados Unidos, el Vitaphone, que sincronizaba discos con la proyección, como fuera el caso de *The Jazz Singer* (Alan Crosland, 1927), film que, por su éxito, da inicio simbólicamente a la transición al cine parlante en Estados Unidos.

Esta empresa, creada en 1929 por Alfredo Pablo Murúa y Genaro Sciavarra, hizo valer su experticia en el campo del sonido para la industria discográfica y luego en cinematografía, llegando en la segunda mitad de la década de 1930 a convertirse en estudio cinematográfico integral. La sonorización de los mencionados filmes corrió a cargo del propio Murúa, quien también dirigiría la de los primeros filmes sonorizados en cinta con el nuevo sistema Movietone realizados por Argentina Sono Film, con dirección de Luis Moglia Barth: *¡Tango!*<sup>46</sup> y *Dancing* (Luis Moglia Barth, 1933), en 1933.

### Otros protagonistas

Un hecho fortuito de ingreso de recursos permitió al dibujante de historietas Alberto Lantieri realizar dos secuelas de su filme de dibujos animados *Las aventuras de Pancho Talero* (Arturo Lantieri, 1929), con producción propia, en 1930 y 1931, realizando una sonorización posterior a la conclusión de la filmación, montaje y compaginación de la última de ellas, Pancho Talero en Hollywood, con sistema de sincronización discográfica y sin diálogos sonorizados. Otro dibujante, pionero de la cinematografía de dibujos y muñecos animados, Quirino Cristiani, incorporó también el sonido sincronizado con *Peludópolis* (Quirino Cristiani, 1931), filme de muñecos animados estrenado en septiembre de 1931, que resultó un fracaso comercial para su productor (el mismo Cristiani).

Debe destacarse, por otro lado, la importancia decisiva de *Las luces de Buenos Aires* (Adelqui Migliar, 1931), filme que, a pesar de ser extranjero (fue producido en Francia, por Les Studios Paramount, y dirigida por un cineasta chileno, Adelqui Migliar, con el seudónimo de Millar), cuenta una historia rioplatense protagonizada por Carlos Gardel, quien canta el a partir de entonces famosísimo tango-canción Tomo y obligo, que multiplicó su fama internacional. El filme, estrenado en Buenos Aires en septiembre de 1931, fue el primer largometraje con Gardel como protagonista, y tuvo enorme éxito de público. En este largometraje tiene además un rol importante Manuel Romero, a quien Di Núbila (1968) describe como “uno de los arquitectos de la personalidad cinematográfica de Gardel” en esta producción. Este vínculo entre Romero y Gardel será

---

<sup>46</sup> El nombre del filme es *¡Tango!*, utilizando la grafía en castellano con el signo de admiración de inicio y fin. Así aparece en los títulos al inicio de la proyección. Sin embargo, se ha extendido la grafía anglosajona *¡Tango!*, especialmente porque así aparecía en los afiches, donde esta grafía estaba autorizada por las características de muchos equipos de imprenta, y por el apego a la moda de utilizar anglicismos, que solía afectar incluso a los nombres comerciales de los estudios.



fundamental para el intento posterior de sumar al astro del tango a la pantalla de Lumiton, frustrado por su muerte mientras se dirigía a Buenos Aires para iniciar los rodajes con esta productora.

### **1933. El cine hablado llega a Buenos Aires**

Durante 1932 se produjeron muy pocos filmes. Esto se debió en parte a la depresión económica en curso, pero fundamentalmente al triunfo de la tecnología Movietone en el cine estadounidense. Mientras llegaban los éxitos del cine hablado mundial a la Argentina, los cineastas del país se apuraban a adoptarlo, lo mismo que los exhibidores que administraban salas. Ya estaban en marcha los proyectos de estudios muy actualizados técnicamente y en criterios de disposición de interiores para filmación, que darían lugar a los grandes éxitos de Lumiton y de Argentina Sono Film al año siguiente, así como a la adaptación técnica de SIDE.

El sistema Movietone prescinde de la necesidad de sincronizar discos cualquiera sea su técnica, y opta por asegurar la decodificación analógica de sonido codificado en la misma cinta de proyección de imágenes, asegurando la eliminación del riesgo de desacople entre sonido e imagen, problema gravísimo en los sistemas anteriores. Mientras la cantidad de filmes producida con este nuevo sistema en Estados Unidos es gigantesca, en Argentina el lanzamiento del nuevo sistema se demora. De hecho, uno de los pocos filmes nacionales, *En el infierno del Chaco* (Roque Funes, 1932), es mudo.

El año siguiente, en cambio, muestra la irrupción del nuevo sistema y la presentación en sociedad de los nuevos estudios. La generalización de las salas ya adaptadas permite la comercialización exitosa de las novedades que estos estudios comienzan a presentar. Clara Kriger señala que a partir de este momento se pudo poner en marcha un proyecto sostenido de producción.

...La irrupción del cine sonoro favoreció el crecimiento ininterrumpido de la industria local, dado que la diferencia idiomática se convirtió en un problema para Hollywood y en un punto de partida para las cinematografías periféricas, que además podían ofrecerle al público las caras de las estrellas consagradas en la radiofonía. (Kriger, 2009: 27).

El 27 de abril se estrenaba *¡Tango!*, de los estudios Argentina Sono Film, con dirección de Luis Moglia Barth y guion del propio Moglia Barth junto a Carlos de la Púa. Por ser la primera película argentina con sistema Movietone en estrenarse, aprovechó en su propaganda para promoverla como “¡Una película hablada como hablamos nosotros!”, slogan que no sólo remite a la presencia del habla rioplatense, sino a la novedosa dificultad que se presentaba al cine hablado estadounidense para distribuir filmes en inglés en el mercado hispanoparlante, que obligaba a considerar doblajes o subtítulos. El argumento del filme no prioriza una historia única de ficción, sino que hilaba escenas de música, canto y baile, protagonistas principales del mismo. Participan una veintena de actores y cantantes. Entre los primeros se encuentran Tita Merello, Libertad Lamarque,



Alberto Gómez, Pepe Arias, Luis Sandrini, Juan Sarcione, etc. quienes provienen del teatro, el sainete y el teatro de revista, y en el caso de los tres primeros de la interpretación de tangos tanto en el marco del teatro como de la industria discográfica. A ellos se suman figuras muy reconocidas del tango como Juan D'Arienzo, Juan de Dios Filiberto, Osvaldo Fresedo, Pedro Maffia, Edgardo Donato, Meneca Tailhade y Alicia Vignoli.

El 19 de mayo se estrena *Los Tres Berretines*, de los estudios Lumiton. El filme es presentado como dirigido por Susini en algunos afiches, pero en los créditos todo el trabajo de producción y realización es presentado como "Equipo técnico de Lumiton". El elenco muestra un perfil semejante al que el cine precedente ha presentado, así como el ambiente del teatro: actores, cantantes, orquestas. El argumento elegido muestra las prioridades en la estrategia de Lumiton: se ha construido un gran estudio fuera de la Capital Federal, siguiendo el ejemplo estadounidense de buscar espacios con terrenos a menor costo y menor urbanización, a fin de construir en amplitud no sólo el espacio para filmar, sino también el ambiente de trabajo para el equipo técnico y los actores, que pueden, algunos años más tarde, incluso vivir en el lugar mientras se filma en la denominada Casa de las estrellas. Sin embargo, el estudio no prioriza equipamiento ni espacios para exteriores, construcción de ciudades de utilería o sistemas de grúas y rieles para tomas de mayor acción. Tales condiciones convergen con la amplia experiencia de los miembros del grupo en aspectos artísticos y empresariales del teatro y el espectáculo musical. El caso de *Los Tres berretines* resulta paradigmático y de especial interés en este trabajo, por lo que lo desarrollaremos en extenso más adelante, en una sección específica. Ambas películas, *¡Tango!* y *Los Tres berretines*, lograron gran éxito comercial. Las dos tuvieron críticas disímiles en la prensa especializada, pero fueron un catalizaron la fama de todos los protagonistas -actores, cantantes, directores de orquestas - que participaron, y que se consolidarían como figuras principales del *star system* argentino que incluía cine, radio, discografía, prensa y espectáculos en vivo.

Pero a pesar de este inicio tan auspicioso, en el siguiente año se manifestaron problemas para la producción nacional. En el caso de estos grandes estudios, portadores de un gran éxito de inicio, esto se manifestó en la selección temática y calidad del guion y del tratamiento cinematográfico del mismo, no así en relación con la calidad técnica o de dominio del ritmo dramático teatral. Otros actores que intentan ingresar al mercado presentan, además, dificultades de orden técnico<sup>47</sup>.

---

<sup>47</sup> Son los casos de *Los caballeros de cemento*, de Ricardo Hickens, estrenada en junio de 1933, y de *El Linyera*, de Enrique Larreta, estrenada en septiembre. Hickens, de larga trayectoria como director teatral, había realizado este filme con producción de la estadounidense Magnus, compañía distribuida en Argentina por Universal (Kriger, 2018: 185), en el año 1930, pero recién estrenada en este año, probablemente por ausencia de salas reconvertidas técnicamente, y que si bien logró resultado de taquilla, el mismo fue menor al esperado, en tanto las críticas enfatizaron en sus limitaciones al no superar la filmación de una situación teatral. Larreta, escritor y dramaturgo que podía por su situación económica familiar permitirse una producción por su cuenta, buscó adaptar una de sus obras, con resultado pobre según la crítica y el resultado del público. Aunque apelaron a un elenco de actores reconocidos, no lograron dar continuidad a una producción cinematográfica industrial propia.



Argentina Sono Film intentó repetir su primer gran éxito con *Dancing*, estrenada en noviembre. La obra, adaptación de un sainete teatral ambientado en un cabaret, contaba con una mayor proporción del filme narrando una historia de ficción, pero no dejaba de ser, como su predecesora, una película centrada en la sucesión de canciones. No obtuvo gran recaudación e implicó pérdidas en magnitud suficiente para producir el alejamiento de los socios capitalistas, lo que causó problemas para la conclusión del tercer filme, *Riachuelo* (Luis Moglia Barth, 1934), que sería nuevamente un éxito comercial y de crítica.

Lumiton, por su parte, mientras preparaba *Ayer y Hoy*, que habría de estrenarse al año siguiente, asignó al jefe de fotografía de *Los Tres Berretines*, John Alton, la dirección de un filme de comedia: *El hijo de papá* (John Alton, 1934), estrenado en octubre, y cuyo resultado fue tan malo que incluso antes del estreno se la presentó bajo el sello "Alton Film". En mayo de 1934 se estrenó *Ayer y Hoy* (Enrique Telémaco Susini, 1934), con dirección de Susini, al cumplirse un año de *Los Tres Berretines*. El filme no tuvo buena crítica (Manrupe, 2001: 44) ni respuesta de público, resultando un fracaso comercial que, sin embargo, según Di Núbila, permitió al núcleo directivo de la empresa diagnosticar correctamente las falencias y suplirlas a partir de la decisión de contratar a Manuel Romero como director. Del mismo modo, con *Riachuelo*, tercer filme de Argentina Sono Film, este estudio recupera estabilidad económica: con un costo de ochenta mil pesos, rinde su primer millón antes de concluir el primer año de exhibición. Algo similar sucederá en Lumiton al año siguiente<sup>48</sup>.

De este modo, los contratiempos de los dos estudios organizados más sistemáticamente y con una lógica empresarial e industrial, habilitaron no sólo algunas reorientaciones en su estrategia, sino la supervivencia de una competencia activa que los acompaña a lo largo de la década. José Agustín Ferreyra, con su propia productora, logra éxito estrenando *Calles de Buenos Aires* (José Ferreyra, 1934) en marzo, y *Mañana es domingo* (José Ferreyra, 1934) en noviembre; Morera, desde Estudios Río de la Plata, estrena en octubre *Ídolos de la radio*, filme ambientado en una estación de radio que combina un argumento con comedia, amores e intriga, y una serie de interpretaciones por artistas del *star system* nacional. Estas modificaciones en las estrategias y la consolidación de productores y realizadores ya adaptados plenamente a la lógica del cine parlante, convergieron a mediados de la década con una notoria recuperación económica producto del retroceso de la Gran Depresión y de los primeros resultados del modelo de sustitución de importaciones. Con ello, se abre la etapa de mayor auge cinematográfico nacional hasta entonces, y en ella, Lumiton tendrá un rol significativo.

---

<sup>48</sup> Romero, con *Noches de Buenos Aires*, retoma un título que se ha mostrado exitoso en referencia tanto a la ciudad como a la nocturnidad, y un argumento también probado (ambientación en un teatro, amores, intrigas, crimen y muchas interpretaciones musicales por figuras del *star system* nacional) para el que cuenta con amplia experiencia, pues no sólo es un importante autor teatral y de tango, sino uno de los fundadores del teatro de revista en el país. Entre *Ayer y Hoy* y *Noches de Buenos Aires*, el Estudio distribuyó el documental de propaganda a favor del Paraguay en la guerra del Chaco, *En la tierra del Guarán*. El mismo tuvo resultados moderadamente aceptables en cantidad de público, pero el filme ya venía amortizado por el apoyo del gobierno paraguayo, por lo que puede notarse un salto de resultados entre *Ayer y Hoy* y *Noches de Buenos Aires*.



En este contexto, pueden notarse muchas semejanzas entre las producciones cinematográficas de la etapa sonora del cine argentino: preocupación por la calidad técnica de la reproducción, poco desarrollo de habilidades específicas de narración cinematográfica (por el contrario, mucha experiencia en lenguaje teatral), dificultad para producir más de un filme a la vez, etc. en los aspectos técnicos. En cuanto a los contenidos, hay una notable preferencia, exacerbada por el proceso de ensayo y error en relación con los públicos, por la inclusión de canciones, con especial énfasis en el tango. Se hace notar la importancia del *star system* de la radio, del cine, del espectáculo en vivo, del fútbol como espectáculo de masas. Se describe la ciudad, con sus características específicas: movimiento y luces nocturnos, oferta de espectáculos, tipos humanos heterogéneos, peligros, sus espacios de consumo de masas, sus transportes característicos, etc. El ritmo de las narraciones se nota atravesado por los temas del teatro y el sainete: historias costumbristas, comedias, melodramas de temática gauchesca o tanguera, así como también por el ritmo del teatro de variedades y de revista.

La inclusión de la representación del tango fue fundamental en el proceso de consolidación del cine argentino como industria cultural de masas, al ligarlo a su éxito la radio, la discografía o el teatro. Este punto se retomará de forma específica en apartados posteriores de este trabajo. Entre 1933 y 1945 la iniciativa privada tuvo un fuerte empuje. En la página siguiente se resume en dos tablas la expansión de estudios que intentaron -con suerte diversa- ocupar un sitio en el nuevo mercado del cine parlante. Doce empresas produjeron largometrajes de manera regular y sostenida, mientras trece empresas lograron mantenerse en la actividad entre dos y cuatro años, en tanto que más de cuarenta y cinco surgieron y desaparecieron vertiginosamente. Esta última condición de duración breve atestigua en parte el paso efímero por el cine de algunos protagonistas de la industria o de la literatura, pero también los vaivenes de la competencia y los requerimientos legales cuando no se obtenía un acuerdo favorable con una productora consagrada. Si se observa, en relación con esto último, la circulación de empresarios, actores y personal técnico, puede confirmarse que a las doce “grandes” puede agregarse la circulación de otra docena de núcleos que fueron cambiando de razón social y de espacios fílmicos. A su vez, existió una articulación entre las productoras y las distribuidoras, por un lado, y las productoras y las empresas radiofónicas y de teatro, por otro, que establecían alianzas y acuerdos entre ellas.

Estudios de cine entre 1933 y 1945	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	Hasta
Cinematográfica Valle (también Magnus Film en 1932) había probado tecnologías de transición. Pero en 1934 utiliza ya el sistema Movietone.	*													
Argentina Sono Film														1990
Lumiton														1952
José Ferreyra														
Productoras de un solo filme en 1933: Larreta Film y Alton Film (con Magnus)														
Compañía Argentina de Films Río de la Plata														1937
Libertad Film (en 1936 Donadio dirige <i>Poncho Blanco</i> )														
Sociedad Industrial Fotográfica Argentina Ltda. (SIFAL) de Luis Saslavsky														
PAF - Productora Argentina de Films. Tinayre dirige aquí <i>Bajo la Santa Federación</i> .														
Productoras de un solo filme en 1934: ECA y Productora Cinematográfica Cabildo (creada ad hoc por LUMITON para un filme de De la Púa).														
N.I.R.A. Film. En 1936 produce el primer filme en la ciudad de Rosario.														
Rayton Cinematográfica Argentina. Productora que hace un filme no estrenado del empresario Machinandiarena en 1936, con fotografía de John Alton.														
Productoras de un solo filme en 1935: Tempo Film, Independencia Film, Sudamérica Film (ligada a la radio de igual nombre), Prieto Film (empresario radiofónico).														
Productoras de un solo filme en 1936: Vaccari y Alonso Film (producen Santos Vega y Juan Moreira), Industria Cinematográfica Argentina, Amanecer Film, Lumiere, Asociación Industrial Argentina, Porteña Film (será absorbida por														







**Productoras que duraron más de un año**

Productoras que duraron más de un año	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	Hasta
Cinematográfica Valle			■												
Argentina Sono Film		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1990
Lumiton		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1952
José Ferreyra		■	■	■											
Libertad Film			■	■	■										
SIFAL			■	■	■										
PAF			■	■	■	■	■								
Nira Film				■	■	■	■	■							
Rayton Cinematográfica Argentina				■	■	■	■	■							
Cinematográfica Julio Joly					■	■	■	■	■						
Pampa Film					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1946
San Miguel					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1954
Establecimientos Filmadores Argentinos					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1955
Emelco					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1951
Corporación Cinematográfica Argentina					■	■	■	■	■	■					
Cinematográfica Terra					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1949?
Baires Film						■	■	■	■	■	■	■	■	■	1997?
Cóndor Film							■	■	■						
Patria Films								■	■	■					
General Cine										■	■	■			
FIA										■	■	■			
Artistas Argentinos Asociados											■	■	■	■	1958
Iberá Films											■	■	■		

Fuente: elaboración propia en base a documentación bibliográfica, presentación de filmes por las productoras y fichas técnicas publicadas en revistas especializadas de época.



Muchas de estas empresas merecerían una ampliación historiográfica que excede a los objetivos de esta tesina, pero vale recordar que algunas fueron continuación de otras, y que algunas de duración menor fueron alternativas de financiamiento o de resolución contractual para filmaciones que no podían hacerse desde un estudio en particular. Esto nos muestra que la cantidad de estudios con efectivo desarrollo en el período no fue tan alta como podría sugerirlo el primer listado, pero a su vez, resulta claro que fue un momento en el que muchos interesados en el negocio intentaron ingresar en él.

Los estudios surgen en Argentina en gran cantidad y en un período corto de tiempo. Argentina Sono Film y Lumiton fueron los primeros, estrenando en 1933, con apenas 22 días de diferencia entre ellas, sus primeras películas sonoras con el nuevo sistema de sonorización sincronizada que habría de imponerse en el mercado mundial en los años subsiguientes. Empresas que produjeron un solo film, como Magnus, o que provienen de la etapa anterior, como Ferreyra, tienen en 1932 experiencias sonorizadas con tecnología de transición que no logra asentarse. Un punto importante a tener en cuenta es que, si bien existieron muchas empresas abocadas a realizar películas nacionales, Lumiton fue la única que contó con estudios físicos y galerías de filmación durante el primer lustro de su existencia. Argentina Sono Film será la siguiente: construye en 1937, Pampa Films en 1938 y Estudios San Miguel en 1940.

Sobre la construcción de Argentina Sono Film Di Núbila plantea:

En 1937 nació el estudio donde habría de filmarse la mayor cantidad de películas argentinas. Cierta día en que pasó en automóvil por San Isidro, Atilio Mentasti vio que se estaba construyendo el hipódromo, dedujo que los terrenos circundantes se valorizarían, asoció esa idea con la necesidad de contar con un estudio moderno y redondeó el proyecto de levantarlo allí, lo que resultó un negocio proporcionalmente tan bueno como el que hizo De Mille veinticinco años antes al comprar naranjales en un paraje llamado Hollywood. (Di Núbila 1959 p.96)

Un año más tarde llegaría la edificación de Pampa Films:

Los de Lumiton y Argentina Sono Film fueron los únicos estudios modernos que tuvo nuestro país hasta que en 1939 inauguró los suyos Pampa Film: Dos galerías con amplias dependencias y terrenos en Martínez, provistas de sonido nacional (un equipo construido por Szman, técnico de RCA) y material luminotécnico mixto; al igual que prácticamente todos los estudios que contaban con elementos de iluminación nacionales, los reflectores fueron fabricados por Carranza y las lámparas de arco por Enrique Mancini. (Di Núbila 1959 p.107)

A finales de 1939 ya pueden contabilizarse 29 galerías de filmación sonora de las cuales, plantea Di Núbila (1959) 12 eran modernas y se encontraban bien equipadas. Se suman a las ya mencionadas:

Machinandiarena, en Bella Vista, con una, y Baires, en Don Torcuato, con una, tres estudios que luego se ampliaron, lo mismo que Sono y Lumiton. Y también se agregó Efa, que instalaron Julio Joly y Adolfo Z. Wilson en la calle Lima, con dos galerías en un terreno reducido pero con



cámaras, reflectores y otros equipos extranjeros de calidad. Las restantes -hasta completar las veintinueve mencionadas en la estadística de Herald- eran antiguas o improvisadas o deficientemente equipadas, y fueron desapareciendo; las que estaban en mejores condiciones eran dos de la Side y una de Río de la Plata, que todavía existe en la calle Uruguay, como existe la de la ex Fasam, pero modernizada por Guaranteed. Las modernas plantas de Sono, Lumiton, Pampa, Baires, Machinandiarena y Efa, y el perfeccionamiento de los Laboratorios Alex, detallado en el capítulo anterior, se combinaron para mejorar considerablemente la factura técnica de nuestros films. (Di Núbila 1959 p.109)

Como consecuencia de la creación de estos estudios, la producción de películas nacionales registró un notable crecimiento. Autores como Kriger (2018) y Mahieu (1974) recuperan el rápido crecimiento de la cantidad de filmes: en 1931 se estrenaron 4 películas, 6 entre 1933 y 1934, 41 en 1939 y 56 estrenos en 1942.

El surgimiento de la industria trajo aparejado el de muchas instituciones y asociaciones que nuclean a los diferentes sectores que trabajan en la misma y cuya aparición permite mapear temporalmente el proceso de profesionalización. La regulación estatal también acompaña este proceso. Pero en el momento en que nace Lumiton, todas estas cosas estaban por verse, aún no reglamentadas, sobre terreno relativamente virgen a nivel regulatorio como veremos en el apartado 4.5.

Este tipo de estudios buscaron desde un comienzo imitar el sistema de Hollywood, con grandes escenografías y galerías de filmación. Barnes, Borello y Pérez Llahí (2014, p.24) indican: “Es más, muchos estudios, como los Estudios San Miguel o los Estudios Baires se hicieron a partir de planos de algunos estudios de Hollywood”. Un dato que aportan desde el museo es que Lumiton también fue el primer estudio en poder generar material completamente puertas adentro, elemento que cristaliza la relevancia que esta empresa tuvo en la conformación de la industria cinematográfica en nuestro país.

### **3.4 El rol del estado y la construcción de lo nacional en el cine**

En *Cine Argentino, Industria y Clasicismo*, Claudio España (2000) hace notar la relación de dependencia mutua entre el cine y el Estado en Argentina<sup>49</sup>: el cine no puede existir sin el apoyo del estado y por el otro lado el Estado se nutre de la publicidad que consigue a través de la pantalla grande. Esta relación tiene su génesis, según España, en la época que analizamos aquí, el surgimiento del cine sonoro en Argentina, momento de potenciación industrial de la realización cinematográfica.

---

<sup>49</sup> Podemos realizar la salvedad de que esta situación se ha modificado de múltiples formas en los últimos 20 años y sobre todo en un panorama que se ha complejizado con el surgimiento de plataformas de streaming y otras formas de consumir la cinematografía en nuestro país y en el mundo, tema que excede al desarrollo de este trabajo.



Durante la década de 1930 existieron en Argentina diferentes intentos de intervenir sobre los contenidos de los filmes. Este fenómeno de la intervención estatal haciendo uso, orientando las funciones y a su vez interviniendo sobre los contenidos, no fue excluyente de Argentina ni de la cinematografía, abarcando notoriamente la radiodifusión (Fraga, 2006; Luchetti y Ramírez Llorens, 2004) y la industria discográfica, pero también las industrias gráficas y los espectáculos en vivo (Rivera, 1998). Pero notoriamente la radiodifusión y el cine conformaban una preocupación especial que se incrementó al ritmo del crecimiento de estas industrias, que en Argentina vivieron un auge explosivo en esta década, sobre todo de su segunda mitad. La discusión sobre cómo debe ser representado el país tanto para sus propios ciudadanos como para las exhibiciones en el exterior se hizo presente en las élites políticas y culturales, así como entre los núcleos intelectuales interesados en el cine y en el nacionalismo. Autores como España (2000), Maranghello (2002), Kriger (2010), Luchetti y Ramírez Llorens (2004), Ramírez Lorens (2017), entre otros, describen el proceso de conformación de organismos y propuestas que, desde el Estado, buscan desarrollar esta política intervencionista. Como indican Luchetti y Ramírez Llorens:

En distintos discursos políticos comenzó a notarse el interés creciente en la posibilidad de influenciar lo que empezaba a percibirse como el vehículo por excelencia para la difusión de las ideas: imágenes en movimiento que transmiten sensaciones, pautas identitarias, “realidades” a las masas del pueblo, concurrentes habituales a las largas jornadas de ocio dominadas por la luz del proyector. Es la época de crecimiento de los grandes centros de realización cinematográfica y de las no menos importantes agencias estatales destinadas a controlarlas de manera más o menos sutil. Este es el “espíritu de la época”, ideas, debates, que comienzan a circular en la clase política local en la década del '30. Este es un tiempo donde se escribe, se proyecta y se legisla en materia de cinematografía, creando un cuerpo de debates y proyectos. (Luchetti y Ramírez Llorens 2004 p. 4)

Estos intentos de intervención y en algunos casos censura<sup>50</sup> no parecían tener una incidencia directa, al menos en un comienzo, sobre las posibilidades de exposición de las películas, pero sí fueron un tópico de discusión a lo largo de toda la década y derivaron en la creación de diferentes organismos, regulaciones y sistemas de premios que materializan estos debates. Pero se trata de un proceso que, aunque acelerado y profundizado en los años '30, se había incubado ya en la década anterior. Las discusiones públicas y reglamentaciones de censura y promoción a los diferentes productos culturales, pero particularmente al cine que se dan durante esta década resultan de especial relevancia ya que marcan el contexto en el cual este se configura como industria y Lumiton comienza su producción y se establece como estudio.

El Estado poseía antecedentes en fomento cinematográfico -como antes lo había sido del grabado y la fotografía de prensa- a través del Ministerio de Agricultura, que contaba con un

---

<sup>50</sup> Exceden a este trabajo los diferentes tipos de censura a los que se vio sometido el cine argentino durante el resto del siglo XX, pero que fueron particularmente significativos durante las numerosas dictaduras que atravesó el país hasta 1983.



plantel de dibujantes y fotógrafos desde comienzos de siglo (Ojeda, 2016), y desde 1926 conforma un Laboratorio Foto Cinematográfico del Estado (Luchetti y Ramírez Llorens, 2004, p. 21). Encontramos un antecedente relevante se da hacia finales de esa década: en 1929 Leopoldo Bard, diputado radical, presentó un proyecto de ley buscaba crear comisiones de censura municipales integradas por “padres de familia” y que no fue sancionado pero que, plantean Luchetti y Ramírez Llorens (2004 p.8) “será la pieza fundamental de los que presentarán los legisladores conservadores luego del golpe de estado del 30” para la configuración de futuras reglamentaciones.

Es en la segunda mitad de los '20 que comenzó a destacarse quien una década más tarde sería el director técnico del Instituto Cinematográfico Argentino creado por el Estado nacional: el periodista y crítico cinematográfico de extracción católica Carlos Alberto Pessano. Este se presentaba bajo el seudónimo de Chalbert y comenzó en 1927 a escribir una columna de cine en el diario confesional *El Pueblo*, desde donde denunciaba películas por “inmorales” y celebrando instancias de censura. Esta beligerancia cultural promovida desde medios y organizaciones católicas se correspondía con el auge conservador producido en el país a partir del golpe de 1930, aunque había, como sucedía desde el siglo XIX, una corriente laica, incluso anticlerical en la élite social argentina y en su élite política. Pero, además, coincidía con un fenómeno mundial: el momento de máximo desarrollo del fascismo (sin contar las conquistas por la vía de la invasión) en Europa, la polarización en España que derivaría en la guerra civil y el triunfo franquista, la imposición del código Hays sobre la cinematografía en Estados Unidos, y una estrategia mundial de la Iglesia Católica para lograr el contrato moral de la producción cinematográfica en todos los países.

Pessano actuaba en el periodismo en plena sintonía con esta línea de pensamiento y acción. No sólo desde *El Pueblo*: era fundador y director de una revista especializada en cine, *Cinegraf* (1932-1937) cuyos editoriales redactó en su totalidad. También escribió artículos sobre cine en la revista católica *Criterio*. Las críticas de Pessano chocaron en numerosas oportunidades con los argumentos y guiones de cine que una vez producidos y exhibidos fueron los más exitosos en cantidad de público a lo largo de los años '30, y en particular, si bien este tipo de contenido cinematográfico fue predominante en todas las productoras importantes en la década, con el imaginario característico de los filmes que retomaban y ampliaban las historias exitosas de las letras de tango. Y como contrapartida, se elogiaba la posibilidad de otro cine basado en conductas ejemplares, moralmente inspiradoras e imitables.

Fue a partir del golpe de Estado de septiembre de 1930 y a lo largo de toda la década de 1930 -y gran parte de la de 1940- que el interés por una mayor intervención estatal sobre los contenidos del cine creció, a la par del interés paralelo por el control de los contenidos



radiofónicos, y en menor medida, discográficos, de espectáculos públicos e impresos. A partir de 1933, sin necesidad de leyes del Congreso, el Poder Ejecutivo inicia un período de casi dos décadas de intento de control de los contenidos radiofónicos, por medio de instrumentos administrativos del sistema nacional de correos y telégrafos, con énfasis en el control del lenguaje, y, sobre todo, la prohibición de lo que se consideraba degradación del uso del idioma castellano, especialmente la presencia del lunfardo (Fraga, 2006).

El doctor Roberto J. Noble, quien provenía del Partido Socialista Independiente, pero se acercaba paulatinamente al conservadurismo presentó en la Cámara de Diputados de la Nación -a la par que el senador Matías Sánchez Sorondo lo haría en la Cámara de Senadores- el proyecto de Ley que se convirtió tras su debate en la Ley 11.723/33 (Régimen Legal de la Propiedad Intelectual), sancionada el 26 de septiembre de 1933 que abarcaba obras no solo cinematográficas sino de otras artes y ciencias. Lo fundamentó señalando, entre otras cosas:

...Una parte razonable de las rentas arbitradas por la ley [...] será destinada a la creación y fomento de la industria cinematográfica. Constituimos en la Argentina uno de los más vastos mercados del mundo para la industria del cine y carecemos, sin embargo, de los elementos propios destinados a satisfacer esta predilección de nuestro público. Mediante la creación del Instituto Cinematográfico Argentino no sólo conjugaremos esta anomalía, haciendo surgir una industria y un arte propios, provocando la afluencia de capitales y nuevas posibilidades de empleo [...] sino que nos hallaremos en condiciones de utilizar el arte cinematográfico como recurso de propaganda en el exterior y como factor decisivo en el proceso de la educación popular. (Texto de la Ley 11.723, citado por: Bavasso, 2005, p. 10)

Esa misma Ley asignaba al Estado la creación de un Instituto Cinematográfico. Pero al no existir una reglamentación para ese organismo en el cuerpo de la Ley, su organización comenzó a tomar forma al año siguiente, y la creación del instituto se demoró hasta 1936. El dirigente político conservador Matías Sánchez Sorondo, Ministro del Interior del gobierno de facto surgido del golpe de septiembre de 1930 y posteriormente senador nacional durante el resto de la década -llegaría a ser presidente del Senado- era también presidente de la Comisión Nacional de Cultura. En ese doble rol el presidente Agustín P. Justo encargó a Sánchez Sorondo la puesta en marcha del proyecto de Instituto, que sería sancionado por Decreto del Poder Ejecutivo Nacional, y que se ocuparía del control estatal de toda la actividad cinematográfica.

La normativa estatal impulsada por Sánchez Sorondo y en sintonía con las ideas que preconizaba Pessano fue finalmente aprobada por decreto del Poder Ejecutivo Nacional 98.998/37 (1937), creando, financiando y reglamentando el Instituto, y habilitándolo no sólo a aprobar o no aprobar la producción y/o circulación de material fílmico, sino también el secuestro de copias de filmes (Ramírez Llorens, 2017, p. 830).



La primera medida importante -y de trascendencia pública- del Instituto en ciernes fue la aplicación del decreto 98.998/37 para intentar la prohibición de una comedia de Lumiton dirigida por Manuel Romero: *Tres Anclados en París*. Las críticas hacia el filme recaían en lo que consideraban una representación errónea de los modos y costumbres argentinos y lograron modificar el título original: *Tres argentinos en París*.

Dice sobre este caso Di Núbila:

Algunos de los dudosos recursos de ciertos personajes molestaron en las esferas oficiales; con el pretexto de que el film lesionaba el prestigio argentino se le prohibió su estreno; pero Romero y César Guerrico reaccionaron vigorosamente y defendieron a pie firme los fueros de la libertad de expresión en el cine, negándose a practicar ningún corte. Luego de cierto compromiso para salvar el prestigio de las autoridades - El título original de *Tres argentinos en París* se cambió por *Tres anclados en París* - la película se estrenó en medio de la expectativa popular que había creado el incidente, y con la satisfacción del cine argentino por haber salido indemne de su primer combate serio con la censura. (Di Núbila 1959 p.100)

La censura, por lo tanto, sólo afectó al título, en consonancia con una política de control del uso del idioma castellano en los medios de comunicación que desde 1933 abarcaba también la radiodifusión y las industrias editoriales (Fraga, 2006; Conde, 2011; Vardaro, 2014), pero no logró avanzar sobre contenidos de este filme ni de ningún otro de Lumiton.

Esta política de censura no por razones inmediatamente políticas sino culturales, cuyo exponente más recordado es la prohibición del lunfardo en la radiodifusión y en la grabación discográfica (Fraga, 2006) se expresó en el cine simultáneamente por medio de medidas de disuasión (censura, críticas públicas, retiro de apoyos), como por medio de medidas de fomento a aquellas producciones que sí satisfacían las expectativas sobre lo que el rol del cine nacional debía cumplir, sobre todo tras la comprobación de que un acto de censura podía, como en el caso de *Tres Anclados en París*, producir un efecto contrario, provocar más curiosidad por el contenido censurable.

Sánchez Sorondo presentó finalmente en el Senado el proyecto que creaba formalmente el Instituto. Lo hizo ya en el gobierno de Roberto Ortiz, quien desde el 20 de febrero de 1938 sucedía a Justo. Tenía ahora la experiencia del filme de Lumiton y la de su viaje por Europa, por lo que el modelo italiano aparece con mayor claridad que en los planteos de años precedentes. El proyecto absorbía los precedentes y centralizaba las funciones de control estatal sobre el cine: calificaba películas a fin de establecer limitaciones de público (por edad, la más conocida), lugares de exhibición o imágenes de su propaganda. También se habilitaba al instituto para la asignación de incentivos a la industria y a proyectos fílmicos en particular, mantenía la aprobación previa obligatoria cuando se tratase temas de historia, defensa o instituciones de la Nación, establecía criterios y recursos para la producción de filmes oficiales



de propaganda, de presentación del país en el exterior, de interés científico, educativo o cultural, etc. (Luchetti y Ramírez Llorens, 2004, p. 20).

Según Luchetti y Ramírez Llorens, este proyecto, junto con el intento de censura al filme de Lumiton, puso a “todos los sectores de la industria en su contra” (p. 20), lo que retrasó nuevamente la reglamentación de las funciones del Instituto. El proyecto fue repudiado y combatido por todos los gremios del campo cinematográfico y por la mayor parte del periodismo, a excepción de la prensa oficialista y católica:

El *Heraldo del Cinematografista*, defensor a ultranza de las empresas privadas que representaba, aseguraba que el legislador se manejaba con datos errados sobre la actividad local y que si su propósito era ayudar a la industria debería limitarse a la exención de derechos aduaneros, becas, premios, concesión de terrenos para galerías, etc. Proclamaba que sin control y sin protección el cine argentino era fuerte ya que su progreso había nacido de la iniciativa privada (...) Antonio Ángel Díaz fustigaba desde *Cine Argentino*: “No podrá darse una vuelta de manivela sin que sobre la mano que la ejecuta esté el ojo avizor de la censura. Los productores decían que se estaba por cometer “un atentado flagrante contra disposiciones expresas de la Constitución, que ampara la libertad de comercio y producción de ideas” y el diario *La Prensa* señalaba el curioso caso de un proyecto destinado a crear un régimen de protección que provoca unánime rechazo de parte de los presuntos protegidos”. (Kriger, 2010, p. 268)

Aunque el Instituto Cinematográfico Argentino (ICA) habría de quedar en manos del sector conservador católico, desde agosto de 1936, cuando Justo firma el decreto que lo crea, y junio de 1943, cuando el sistema de informaciones se reorganiza y Pessano y Sánchez Sorondo se retiran, las resistencias desde las cámaras empresariales, desde espacios gubernativos (senadores, diputados, concejales del radicalismo y el socialismo) y desde el periodismo, equilibraron la balanza:

Conservadores católicos como Sánchez Sorondo y Pessano condicionaban el desarrollo de medidas de protección y fomento a la existencia de un rígido control estatal de contenidos, resistido por los productores, lo que a la larga provocaría un empate: ni se desarrollarían demasiados controles, como tampoco políticas de apoyo. (Ramírez Llorenz 2017 p.825)

En agosto de 1941, finalmente y tras años de demora, la reglamentación del funcionamiento del ICA fue aprobada, pero sin los aspectos más criticados del proyecto de Sánchez Sorondo, ligados a la censura y aprobación previa, y, en cambio se extendieron funciones de producción fílmica, investigación técnica, enseñanza, archivo, promoción de la actividad cinematográfica nacional. Pero a su vez, se iban desplegando acciones de intervención estatal desde la perspectiva del fomento no combinado con control y censura. En 1939, dice Di Núbila, se producen acciones estatales de fomento que conforman un primer gran reconocimiento gubernamental del cine como medio de difusión valioso, no sólo como un peligro a controlar:

Primer reconocimiento gubernamental de la importancia del cine como medio de difusión del arte, la cultura, el pensamiento y el modo de vivir argentinos. Las películas contribuían, en el



ámbito doméstico, a fomentar la fraternidad nacional porque permitían a los argentinos conocerse mejor a sí mismos, y allende las fronteras, a despertar interés y simpatía por la Argentina. Fue en esta época de gran difusión continental de nuestro cine cuando más música y más libros argentinos se vendieron en América Latina, y era indudable que, de mantenerse esa situación, las películas ayudarían en el futuro a exportar otros productos que pudieran surgir del ingenio o la industria argentina. (Di Núbila 1959 p. 141)

Este primer apoyo se manifestó a través de premios municipales que otorgaban dinero en efectivo. Fueron reconocidas las dos mejores películas del año y se otorgó una exención impositiva a los cines que las estrenaron. Las películas galardonadas fueron, en primer puesto *Así es la vida* de estudios Lumiton. Los 20 mil pesos se repartieron de la siguiente manera:

Siete mil quinientos fueron para Lumiton, tres mil para Mugica, tres mil para Malfatti y De las Banderas, mil quinientos para el fotógrafo José María Beltrán, mil quinientos para el músico Enrique Delfino, mil quinientos para el sonidista Juan M. Sánchez, mil para Muiño y otros mil para Sabina Olmos. (Di Núbila, 1959, p. 141)

El segundo premio fue obtenido por *Prisioneros de la tierra*, de Pampa Film, que recibió siete mil quinientos pesos y fueron repartidos de manera similar entre los realizadores. Es interesante mencionar en este contexto que también fue otorgado un premio de dos mil quinientos pesos a Mandinga en la sierra por mostrar "las bellezas del suelo argentino y las costumbres tradicionalmente nacionales". (Di Núbila, 1959, p.141)

Las normativas a lo largo de la década, en síntesis, muestran en sus dos puntos de vista predominantes, la coincidencia en la promoción de una función educativa, moral y de elevación cultural del público espectador, que era masivo no sólo en términos concretos, con millones de espectadores por año, sino también en términos de las expectativas del propio Estado: el cine como vehículo de propaganda de masas utilizado "correctamente" por la autoridad nacional. Luego, el sector nacionalista católico del conservadurismo requería control e incluso puniciones y censura, con el fin de asegurar que no circulen aquellos contenidos que pudieran ir en contra de lo que el Estado Nacional y la moral católica preconizaban, no sólo ante el público nacional, sino a la hora de la circulación internacional de filmes argentinos. En Buenos Aires, el Concejo Deliberante, que como hemos visto, no avalaba las normativas más represivas que promovía el gobierno nacional, había expresado la primera versión de esas expectativas culturales. Se había creado el Teatro Popular, la Orquesta Municipal de Arte Folklórico, premios anuales a la literatura y el arte, etc. El gobierno nacional, además de la creación del ICA y normativas de control, también promovió no sólo una imagen ejemplar del Estado y sus instituciones, las regiones, el potencial económico del país, su historia y geografía, etc. sino también un imaginario que coincidía con el trabajo de la generación nacionalista de escritores y dramaturgos, algunos de los cuales, como fue el caso de Enrique Larreta, incursionaron tempranamente en el cine sonoro. A lo largo de la década el Estado nacional:

...orientó hacia el ámbito rural los cánones culturales nacional. La figura del gaucho se beatificó y en 1928 se sancionó el 10 de noviembre como el Día de la Tradición en homenaje a José



Hernández, autor de *Martín Fierro*, reforzando, de esta manera, el universo de la pampa y de los valores nacionales. (Gil Mariño, 2015, p. 49)

De este modo, puede notarse una creciente intervención estatal sobre los medios de comunicación y producción cultural, y en particular, sobre la circulación de filmes. Si a partir del golpe de 1930 se habilita el abrupto crecimiento de los vínculos institucionales entre Iglesia Católica y Estado que se legitimaron mutuamente (Mallimaci y Donatello, 2013), y a través de esos vínculos creció la influencia del conservadurismo nacionalista católico, se notó a su vez tanto la presencia en las instituciones legislativas del Estado (nacional y local en el caso de Buenos Aires) de sectores afines al modelo de la democracia liberal y a las políticas keynesianas, como también la circulación y gestión de los intereses de las empresas involucradas en el negocio cinematográfico que buscaron el apoyo del Estado frente a la muy asimétrica competencia con la industria estadounidense y a las limitaciones del muy reciente auge del mercado interno (Getino, 2005; Ramírez Llorens, 2017)<sup>51</sup>.

Las dificultades que halló el nacionalismo católico expresado por Sánchez Sorondo y Pessano para imponer a mediados de los años '30 una normativa y un Instituto a su medida muestran hasta qué punto esta creciente intervención estatal no tenía definido un actor capaz de actuar llevando a cabo la totalidad de su programa y doctrina respecto del rol del cine. Por el contrario, no sólo se mantuvieron contradicciones en relativo equilibrio de fuerzas, sino que, además, los mecanismos, a pesar de las condiciones de democracia restringida vividas tras la tímida apertura que llevó a Justo y a Ortiz al gobierno, nunca fueron vicarios ni directos. Es decir, no se llegó a manifestar bajo la forma de censura, prohibiciones, incautaciones, clausuras, etc. ni bajo la puesta en acción inmediata de los considerandos de una norma, incluso cuando fuese un decreto presidencial.

Pero estas discusiones y proyectos de cinematografía se encontrarán en los años '40 con dos factores que condicionaron y transformaron su intervención: la crisis de provisión de celuloide y la reorganización de las políticas de información del Estado en la Subsecretaría de Informaciones y Prensa<sup>52</sup>. Y aunque la irrupción del peronismo desde 1946 reformula el tipo de contenidos que el Estado establece como prioritarios para promover, para los estudios de cine en general, y para Lumiton en particular, se presentarán nuevas dificultades para articular con el Estado una estrategia empresarial exitosa.

---

<sup>51</sup> (...) empresarios locales que de manera marginal pero sostenida habían desarrollado desde tiempos tempranos una producción cinematográfica artesanal y consolidado empresas distribuidoras y exhibidoras; un clero y laicado católicos lanzados a la ofensiva por hacer de lo religioso una experiencia integral que abarcase tanto el ámbito privado como el público y grupos políticos nacionalistas que entendían el potencial del cine en términos de su capacidad de fortalecer el orden interno, y como herramienta para la disputa en el terreno de las relaciones internacionales. (Ramírez Llorens 2017 p. 825 - 826)

<sup>52</sup> Luego del golpe del 43, Sánchez Sorondo y Pessano renuncian a sus sillones en el Instituto, y se anunciaba la creación de la Subsecretaría de Informaciones y Prensa. (Luchetti y Ramírez Llorens 2004 p.22)

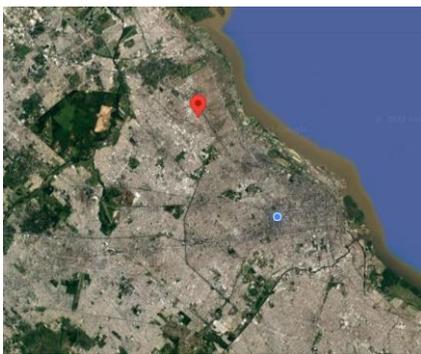


## 4. El proyecto de Lumiton

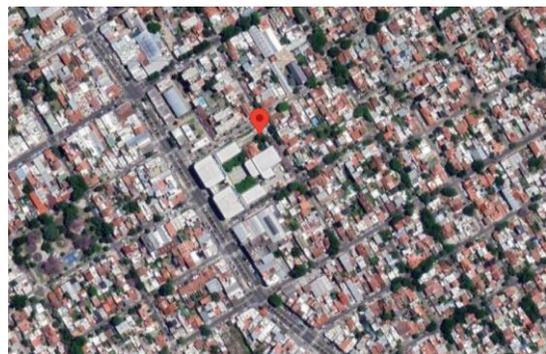
Lumiton nace en 1931, momento muy cercano a la crisis financiera de 1930 y se despliega en las dos décadas siguientes hasta su quiebra en 1952, como parte de un período de consolidación de la cultura de masas en Argentina, acompañado por grandes cambios en el terreno económico, político, tecnológico y mediático. Como se ha mencionado en capítulos anteriores, durante su existencia se produjo la configuración del modelo de sustitución de importaciones, el auge del consumo popular, el auge del nacionalismo cultural tanto en espacios estatales como de la sociedad civil, la irrupción de nuevas tecnologías, especialmente la sonorización sincrónica (sistema Movietone) que revolucionó la cinematografía, pero también la mejora en la calidad de sistemas de grabación musical, micrófonos y parlantes, que optimizó la inclusión del espectáculo musical junto a los diálogos en los filmes. Todo ello en un contexto de gran expansión mundial del negocio cinematográfico, sobre todo del estadounidense, denominado “Edad dorada de Hollywood”. Fortalecidos por los éxitos económicos y profesionales logrados en el campo de la radiodifusión nacional e internacional, los “locos de la Azotea” viajan a Hollywood para conocer sobre el terreno la lógica de los estudios, toman nota de las tendencias técnicas en el desarrollo del nuevo cine “parlante”, y se preparan para instalar un gran estudio cinematográfico con tecnologías actualizadas para competir por el mercado argentino e incluso internacional en la era del cine sonoro.

### 4.1. La instalación en Munro y la construcción de la identidad del estudio

El proyecto de declaración de interés del Museo Lumiton ante el Senado de la Nación en el año 2003 expresa: “Munro fue el pueblo elegido para ser la cuna del cine sonoro”. El 31 de octubre de 1931 se realizó la compra de la quinta La Algovia, construida en 1919, donde se instalaron los estudios.



En la imagen: ubicación geográfica de los estudios en la zona norte del Gran Buenos Aires



En la imagen: ubicación actual de los antiguos estudios (actual Museo Lumiton) en el espacio urbano de Munro



Con una inversión inicial de \$300.000 comenzó la construcción emplazada en dos manzanas, delimitadas por las actuales calles Marconi, Sargento Cabral, Ugarte y Av. Bartolomé Mitre, en el partido de Vicente López. El diseño arquitectónico se ideó junto a Ricardo J. Conord quien después se encargará de la escenografía durante toda la existencia del estudio. Diferentes autores mencionan que el diseño de los planos estaba inspirado en la Metro Goldwin Meyer, observada en detalle durante el viaje de Susini, Romero Carranza y Guerrico que, a su retorno, habían traído reflectores y una cámara para el equipamiento inicial. Ocho meses después de iniciado el proyecto ya se habían levantado una galería y diferentes instalaciones técnicas, incluido el laboratorio. En 1932 llegan al país los técnicos en fotografía y montaje John Alton y Ladislao Kish para incorporarse al equipo. En 1933 se estrena *Los tres berretines*, su primera producción de largometraje con tecnología Movietone. A lo largo de la década se continuarán realizando expansiones que completan la infraestructura de Lumiton. En 1935 el grupo construye el teatro y el microcine. En 1936, con las ganancias obtenidas del éxito de *La Muchachada de a bordo* (Manuel Romero, 1936), que para Lumiton representó más de un millón de pesos (la inversión inicial habían sido treinta mil pesos) se realizó una expansión significativa de los estudios, llegando a tener cuatro galerías talleres, un laboratorio ampliado y gran variedad de escenografías. Es en este año que Ricardo Conord se incorpora como escenógrafo.

Di Núbila realiza un comentario exegético sobre el clima de trabajo que existía en Lumiton en sus primeros años que muestra, entre líneas, la falta de control en las condiciones de labor y derechos de los trabajadores. Esto estallaría en forma de grave crisis para la empresa hacia fines de los años '40, cuando el conflicto y la resistencia de los trabajadores respecto de sus patrones alcanza su máxima expresión y deriva en el retiro de Guerrico como accionista de la compañía (en 1949). Di Núbila lo describe el siguiente modo:

El personal incluía a muchos adolescentes entusiastas, que luego fueron profesionales destacados [...] Todos formaban una comunidad absoluta y cerrada, para la que no existían el cansancio ni el horario. Filmaban día y noche, sábados y domingos. Tenían la pasión del cine. Llegaron a hacer una película, *La rubia del camino*, que se estrenó a los veintiocho días de iniciado su rodaje. La gente de Lumiton daba a su trabajo un sentido de culto. (Di Núbila 1959 p.76-77)

La descripción de Di Núbila, corroborada por su propia experiencia y referencias de protagonistas que participaron en el estudio en su primera etapa, deja ver, junto al énfasis en el entusiasmo, el “sentido de culto” de la actividad, las condiciones precarias y extenuantes de labor, y la falta de control en las condiciones y regulaciones del trabajo, problema que habría de producir alejamientos de trabajadores, cuadros técnicos e incluso actores o actrices en la década de 1930, pero sobre todo, una creciente conflictividad laboral cuando el gobierno



peronista activó una mayor presencia del Estado en la regulación del cumplimiento de la legislación laboral en proceso de transformación.

### **Transformaciones en la zona de instalación del estudio como extensión de los ámbitos de circulación de negocios, oficios y profesiones**

La instalación de una determinada industria en una geografía específica, ya sea un país o un territorio más reducido como un municipio (en el caso del estudio abordado aquí es Munro, Provincia de Buenos Aires) genera cambios por un lado a nivel económico como de impacto cultural y por el otro de configuración urbanística en el espacio en que se circunscribe. Tanto por la creación de nuevos puestos de trabajo, como la modificación de paisaje y todos los movimientos asociados. Pueden encontrarse innumerables ejemplos de este proceso en nuestro país, entre los que se inscribe la llegada de trabajadores del ferrocarril de procedencia inglesa. Esto aún se puede ver en espacios cercanos a las terminales o talleres del ferrocarril, lugares denominados “barrio inglés” como en Remedios de Escalada y Banfield, Provincia de Buenos Aires, Caballito y Constitución (CABA), la zona industrial de Rosario (Provincia de Santa Fe) y Córdoba, entre otros (Ferneti 2016). En 1932,

cerca de 800 hectáreas dentro de la ciudad de Buenos Aires (el 4% de su superficie) eran propiedad de siete empresas ferroviarias. Las estaciones, talleres, galpones, playas de maniobras y terrenos para futuras ampliaciones sumaban 500 hectáreas. El resto correspondía a 111 km de rieles. (Vázquez, 2021, p.1).

La historia de muchos clubes de fútbol está asociada a este fenómeno, entre los que se encuentran Talleres de Córdoba y Ferrocarril Oeste (entre otros) que aún conservan en su nombre su origen ferroviario.

La instalación de los diferentes estudios cinematográficos en nuestro país no fue ajena a este proceso. Juan Carlos Garate, en su tesis “La industria cinematográfica argentina” planteaba:

Las empresas cinematográficas están ubicadas, geográficamente, en los alrededores de la ciudad de Buenos Aires. Sus estudios tienen, en todos los casos, buenos medios de acceso, tratándose de que su instalación se halle aislada de ruidos que perturben las filmaciones, que, se disponga de abundante energía eléctrica y del suficiente espacio para la realización de escenas en exteriores que no requieran motivos especiales de paisaje. (Garate, 1944, p. 44)

Los estudios del conurbano bonaerense eran sustancialmente más grandes en tamaño y cantidad de empleados que los estudios ubicados, por ejemplo, en capital federal:

El censo económico de 1946 muestra que, mientras 16 estudios localizados en la Capital Federal ocupaban a un total de 656 personas, sólo 5 ubicados en el Gran Buenos Aires y uno en Mendoza ocupaban a un total de 902 empleados y obreros. Se trataba de Argentina Sono Film y de Pampa Film, en Martínez; de Baires Film, en Pacheco; de Estudios San Miguel, en Bella Vista; de Lumen Estudio Cinematográfico, en San Isidro; de Luminton SA, en Munro; y de Film



Andes, en Mendoza (Anuario Cinematográfico de Cine, 1943). (Barnes, Borello y Pérez Llahí, 2014, p.25)

La creación del estudio modificó sustancialmente el paisaje de Munro, que, antes de su construcción, se componía fundamentalmente por granjas de verduras y hortalizas (el propio predio del estudio era una de ellas). En concordancia con la aparición de otros estudios en el cinturón conurbano de la Capital Federal, significó no sólo la transformación de los hábitos, residencias y modos de trabajo de actores y actrices, directivos y personal técnico, obreros y prestadores ocasionales de servicios que se fueron desplegando con la nueva industria del cine sonoro nacional. Aunque excede los objetivos del presente trabajo, vale conjeturar también que el paisaje cotidiano de las zonas circundantes a los estudios, más aún si se trata, como Lumiton, de un estudio de gran volumen y duración en el tiempo (activo desde 1932 hasta 1952), seguramente cambió más allá de los oficios vinculados directamente al quehacer cinematográfico: negocios locales de provisión de alimentos, herramientas, materiales de ferretería, decoración, etc. y sus correspondientes empleos, radicaciones en la zona, los consumos de estos nuevos habitantes, etc. (Getino, 1995; España, 2000; Andrés de Mirabelli, 1995; Senado de la Nación, 2004).

### **Museo Lumiton**

A diferencia de los Estudios San Miguel, que fueron completamente demolidos<sup>53</sup>, el edificio original de los estudios Lumiton se mantiene hoy día en pie y fue transformado en museo. Fue inaugurado en 2005, con administración del Municipio de Vicente López, donde se puede ver un fragmento de lo que fue, gracias a la supervivencia de partes de la edificación y de una importante puesta en valor que incluyó la reconstrucción de espacios y el rescate, resguardo y/o reparación de objetos.

El 15 de septiembre de 2004 se realizó una declaración de interés por parte del Senado de la Nación del proyecto Museo de Cine Lumiton bajo la nomenclatura de resolución S.-1.608/03 que había sido presentada el año anterior por la senadora Diana Conti. Dependiente de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Vicente López, Provincia de Buenos Aires, en 2005 el espacio abre sus puertas al público. En la declaración de interés se detalla que parte de la infraestructura se mantenía:

Aún quedan en pie una galería de filmación y un chalet utilizado como camarín por las primeras figuras del cine argentino de aquella época de oro. Allí se filmaron más de cien películas que recorrieron América y Europa dando a conocer nuestro país y nuestras costumbres, el gaucho,

<sup>53</sup> "Casi medio siglo después de la última película rodada en los Estudios San Miguel y un poco más de la conocida "época dorada" del cine argentino, memoria e historia confluyen en la reconstrucción de uno de los estudios más importantes de Argentina y Latinoamérica del siglo XX. La demolición de los Estudios es parte de la irreparable pérdida del patrimonio cinematográfico nacional, que incluye gran parte de las primeras películas sonoras. Hoy, tan solo "la piedra fundamental" y una "serie de plátanos" en las veredas de la localidad de Bella Vista son unos de los pocos vestigios que dan cuenta de la huella que tuvieron los estudios en el pasado" (Espinola, Mattia, Navarro y Ponce, 2019, p.585)



el campo, el tango, el fútbol. (Diario de Sesiones, Senado de la Nación, 24ª reunión – 19ª sesión ordinaria, 15 de septiembre de 2004).

Realizar un estudio sobre la inauguración del Museo Lumiton y la recuperación de parte de sus establecimientos y elementos técnicos, o el trabajo de preservación de material que ha hecho su equipo, excedería los límites de este trabajo. Sin embargo, es interesante notar cómo este espacio se ha reconvertido en un lugar que funciona para los vecinos de la zona y que forma parte de la identidad barrial de Munro. En este sentido, desde el Museo y la Municipalidad de Vicente López se ha hecho un esfuerzo por reconstruir un relato que, como ya se ha mencionado con anterioridad, no está sistematizado bibliográficamente, pero representa un aporte significativo en carácter historiográfico.



**Puerta de ingreso al museo. Fuente Museo Lumiton**

El edificio donde está ubicado el museo, en el cual se realizan visitas guiadas de forma periódica, se encuentra emplazado en el edificio donde funcionó la Casa de las estrellas y allí pueden verse diferentes objetos, cámaras y otros dispositivos utilizados durante el período de funcionamiento de los estudios. Actualmente se realizan diversas actividades comunitarias como ciclos de cine, talleres de formación y otros programas culturales en forma gratuita. En la descripción de su misión (en el sitio web de la institución) se declara que “El museo se dedica a preservar y difundir la historia de los estudios Lumiton y del cine argentino.”

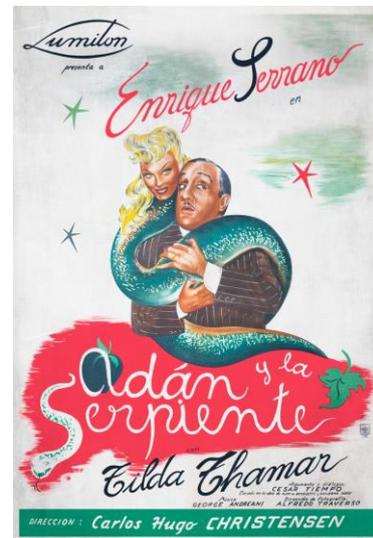
El proyecto de declaración de interés concluye:

Allí se filmaron más de cien películas que recorrieron América y Europa dando a conocer nuestro país y nuestras costumbres, el gaucho, el campo, el tango, el fútbol, entre ellas *Los tres berretines*, *La muchachada de a bordo*, *Los martes orquídeas*, *Los muchachos de antes no usaban gomina*, etcétera. Es importante conservar todo lo que da identidad a un pueblo, a una Nación, en especial los lugares físicos que facilitan la convocatoria de la gente, en particular de los vecinos por razones que hacen a sus afectos, así se mantendrán unidos para dar solidez a su tierra, a su patria. (Diario de Sesiones del Senado de la Nación, 24ª reunión – 19ª sesión ordinaria 15 de septiembre de 2004).



## El hombre del gong

Desde sus inicios Lumiton desarrolló un logotipo que se mantiene estable -con algunas variantes- a lo largo de toda su historia, y que se conformó en un valor agregado que los exhibidores en salas tomarán con avidez para sus afiches. El “Lumiton presenta” era una carta reiterada tanto en afiches de propaganda en la ciudad, en la cartelería de entrada al cine, como en publicidades gráficas en diarios, revistas, folletos, volantes, etc.



En 1935 se incorpora la imagen emblema de la productora: *El hombre de gong*, un sello o isotipo animado donde podemos observar a un hombre atlético, con un estilo probablemente inspirado en el personaje de Ángelo Siciliano (*Charles Atlas*) muy famoso en aquella época.



El elegido para interpretar a *el hombre del gong* fue Michel Borowsky, primer bailarín del Teatro Colón en ese momento, quien golpea sobre un enorme gong fabricado en yeso, al que luego se le agregó sonido en post-producción. Este corto se utilizará al inicio de muchos de los filmes de Lumiton, generando una identidad fácilmente reconocible (Museo Lumiton, 2021).

El golpe del gong permite completar una identidad institucional con componentes visuales estáticos, en movimiento y sonoros. Se asocia al exotismo oriental y a su vez al arte clásico,



ambos en boga en el ambiente cosmopolita de las clases altas cultas de los años '30, y a la inminencia de un disfrute espectacular. Pueden trazarse analogías entre el tratamiento de este isotipo audiovisual y la identidad de la Metro Goldwin Mayer y su león rugiente. El tratamiento fotográfico honra la alta calidad del uso del blanco y negro cinematográfico de Lumiton, inaugurado por Alton y continuado por quienes se foguearon a su lado en los primeros trabajos y hasta *Los Tres Berretines*, y permite juegos de simbolismo adicionales que metaforizan el universo del cine: en algunas versiones de esta presentación, al comienzo de la toma el hombre y su sombra son idénticos en tamaño, estética y espacio ocupado en el encuadre. El gong, por un instante, parece sostenido por la sombra, y esa sombra cobra vida al golpe del gong.

## 4.2. El éxito paradigmático de *Los tres berretines*. Cine, fútbol, tango y la orientación a los nuevos públicos urbanos

*“Las imágenes están en el mundo de los acontecimientos en una relación que es a la vez de reacción y de formación. No solo repiten la historia pasivamente sino que son capaces, como cualquier otro acto u orden de actuar, de acuñarla: como acto de imagen, crea hechos, mientras instauro imágenes en el mundo”.*

Bredenkamp (2014, p.3)

### Del teatro al cine

Como hemos mencionado, el 16 de septiembre de 1932 se estrenaba en el Teatro Buenos Aires *Los Tres Berretines* una comedia dramática asainetada escrita por Arnaldo Malfatti y Nicolás De las Llanderas<sup>54</sup>, protagonizada por la compañía Muiño-Alippi<sup>55</sup>. Entre los actores que la interpretaron se encontraba Luis Sandrini (1905 - 1980), quien luego desarrollaría una estelar carrera en el cine nacional, y a quien referenciaremos en la sección “*Intérpretes*”.

Esta producción resultó un éxito. Podemos ver a continuación en la edición del 17 de diciembre de 1932 de la revista *Caras y caretas*, donde se destaca tanto el texto de Malfatti y De las Llanderas como la actuación de Alippi y Muiño en un contexto de un año difícil para el teatro

<sup>54</sup> Arnaldo Malfatti (Buenos Aires, 1893 - 1968) fue un importante autor teatral, con decenas de obras estrenadas y publicadas, la mayor parte de ellas en la línea de las comedias costumbristas asainetadas. En 1933 adapta como guión cinematográfico *Los tres berretines*, en colaboración con de las Llanderas, coautor de la obra original. En 1934 escribe el guión de *Ídolos de la radio*, filmada en Estudios Río de la Plata, y a comienzos de los años '40 *Así te quiero* y *Carmen*, para Andes Film y Argentina Sono Film. En 1939 Lumiton utiliza adapta al cine su obra *Así es la vida*, y en los años '40 y '50 otros estudios hicieron lo propio con una decena de filmes, varios de ellos mexicanos. Malfatti tuvo además un rol clave en la Casa del Teatro y en Argentores, en defensa de los derechos gremiales de la profesión actuarial. Nicolás de las Llanderas (1888 - 1938), fue otro importante autor teatral argentino (nacido en España), que compartió grandes éxitos con Malfatti en los años '30 y '40, tanto en teatro como en adaptaciones cinematográficas.

<sup>55</sup> Enrique Muiño (1881 - 1956) era, como De las Llanderas, originario de La Coruña, España, pero desarrolló toda su carrera en Argentina desde comienzos del siglo XX, en el sistema teatral que se desarrollaba en la ciudad. Formó una dupla creativa con Elías Alippi, con quien formó una compañía estable, alcanzando fama en el país y España. Su participación en *Los Tres Berretines* multiplicó su prestigio, continuado a lo largo de la década de 1930 con filmes a partir de obras de teatro consagradas. En 1941, junto a Alippi, Magaña, Demare, Petrone y el productor funda la productora de cine Artistas Argentinos Asociados, pero él falleció al año siguiente.

argentino. En este mismo material podemos ver a Susini siendo ponderado como escenificador de *Madame Lynch*:

CARAS Y CARETAS

AUTORES

ARNALDO MALFATTI, autor de "Los tres berretines". RICARDO ROJAS, autor de "La casa colonial". ENRIQUE LAHERETA, autor de "El Inyera". ALEJANDRO E. BERRUTI, autor de "Dancing". NICOLAS DE LAS LLANURAS, "Los tres berretines".

MANUEL ROMERO, autor de "21 1/2". A. VACCAREZA, autor de "La china Dominga". F. CANARO, músico de "La muchachada del centro". IVO FELAY, autor de "La muchachada del centro". R. P. BLUMBERG, "La mulata del Restaurador".

ENRIQUE GARCIA VELLOSO, autor de "Madama Lynch". AGUSTIN REMON, autor de "Madama Lynch".

C. LOPEZ BUCCHERAO, músico "Madama Lynch". E. SUSINI, escenificador de "Madama Lynch".

NELLY QUEL, protagonista de "Madama Lynch". ENRIQUE DE ROJAS, protagonista de "El Inyera". EVA FRANCO, protagonista de "La casa colonial". E. MUIÑO, protagonista de "Los tres berretines". K. O'CONNOR, protagonista de "La mulata del Restaurador".

ELIAS ALIPPI, protagonista de "Los tres berretines". TITA MREELLO, en "La muchachada del centro". LEOPOLDO SIMANI, protagonista de "21 1/2". ADA CORNARO, protagonista de "La china Dominga". LUIS ARATA, protagonista de "21 1/2".

© Biblioteca Nacional de España

**EXITOS TEATRALES de 1932**

MAI año para nuestro teatro. El público, reacio como nunca, consagró contadas obras. Damos en esta página los autores y los intérpretes de las piezas que tuvieron la rara virtud de congregar auditorios numerosos y renovados.

**INTERPRETES**

Caras y caretas (Buenos Aires) 17 de diciembre de 1932, N° 1785, página 125



La película se estrenó el 19 de mayo de 1933 en el Cine Astor, donde hoy se emplaza el teatro Astros, en Avenida Corrientes 746, en la parte del microcentro porteño que integraba el gran circuito de cines y teatros del centro porteño, apenas veintidós días después del estreno de *¡Tango!* de Argentina Sono Film, el otro gran estudio recientemente creado. El filme, según Di Núbila, "técnicamente llamó la atención porque su sonido se entendía y su fotografía era nítida" (Di Núbila, 1959. p.53). Estas dos producciones inauguraron el mercado sonoro en nuestro país.

Afiche de la película. Fuente: Museo Lumiton, Argentina



La adaptación al guion cinematográfico que le dio un mayor protagonismo al personaje de Luis Sandrini, quién canta tangos, luego de la popularidad que este alcanzó durante la producción original en teatro (España, 2000).

En cuanto a la dirección del film, existen algunas fuentes que acreditan esta función al equipo Lumiton -como se ve en los créditos inaugurales del filme que sostiene “Versión cinematográfica, fotografía, sonido y laboratorio: Lumiton”)- mientras que la ficha técnica del Museo Lumiton ubica únicamente a Susini en este rol. En este sentido plantea Di Núbila:



En la realización de la película no hubo esa estricta división de funciones que es tradicional en el cine. Dirigió Susini, con la colaboración de Mugica, pero con decisivo aporte de conocimientos por parte de Alton, Kish y alguna gente de la Kodak. (Di Núbila, 1959 p.54)

Francisco Mugica se desempeñó como asistente de dirección. También contó con John Alton en la dirección de fotografía, Ricardo J. Conord en Escenografía, Raúl Orzábal Quintana en sonido, Lazlo Kish y Francisco Mugica en Montaje y compaginación. La distribución, producción y trabajo de laboratorio también estuvo bajo la órbita del equipo Lumiton. Enrique Delfino y la Orquesta de Duke Ellington interpretaron la música e Isidro Maiztegui estuvo a cargo de la dirección musical. En este punto es destacable la participación de Aníbal Troilo, quién para la fecha contaba con tan solo 18 años, interpretando el tango *Araca la Cana*.



Conjunto Nacional Foccile-Marafiotti en una escena del film *Los tres berretines*, 1933. Vicente Tagliacozzo tocando el violín, Aníbal Troilo el bandoneón y José María Rizutti el piano. Al costado, Luis Sandrini. Fuente: Museo Lumiton, Inventario 4353

En términos económicos, el rendimiento de la película fue sustancial. La inversión realizada fue de dieciocho mil pesos y recaudó más de un millón, logro que replicaría éxitos posteriores



Niño arriba, Luis Arata en el medio y Persona no identificada abajo, colgados de un poste de luz, en una escena del filme *Los tres berretines*, 1933. Fuente: Museo Lumiton, inventario 4352

El argumento de la película nos presenta a una familia de clase media porteña de los años '30. El padre y cabeza del hogar, interpretado por Luis Arata es un inmigrante, al igual que un enorme porcentaje de la población porteña en esta época, que posee una ferretería. El conflicto se inicia cuando sus cuatro hijos empiezan a desarrollar sus intereses personales y profesionales lejos de esta realidad: uno de ellos es arquitecto e intenta triunfar en su profesión al mismo tiempo que persigue una relación con una joven de nivel socioeconómico acomodado. Sus otros dos hijos varones se interesan por el fútbol y el tango. Su mujer y su hija, por su parte, son aficionadas al cine. Estas actividades colisionan con el imaginario de Miguel (Arata) que representa una generación de trabajo arduo y no se encuentra cómodo ni comprende el interés por estos fenómenos.

Es interesante destacar que los tres *berretines* o *caprichos porteños* que describe el filme (fútbol, tango y cine) que retratan al público porteño de ese momento, hubiesen sido muy difíciles de identificar como tales tan sólo 15 años antes, pero se configuran y afianzan enormemente desde la segunda mitad de la década de 1910 y sobre todo durante los años '20. Plantea Archetti (1995):

En la década del '20 Buenos Aires es la ciudad del tango y del fútbol. No hay ninguna otra ciudad argentina que pueda mostrar esa creatividad cultural. Los procesos de identidad popular pasan no sólo por la política, en el momento en que la democracia masculina comienza a consolidarse (las mujeres no obtendrán el derecho al voto hasta 1947) y los hombres participan activamente en la construcción de los partidos políticos y el movimiento sindical. La elección de la orquesta y los cantantes de tango favoritos y la identificación del equipo de fútbol favorito serán también actividades muy importantes. Prácticamente, cada barrio tiene su club de fútbol. (...) Cada club tiene su estadio, una peculiaridad que la Argentina comparte con el fútbol británico, y su sede social y deportiva. Las sedes sociales, en muchos casos con bibliotecas importantes y salas de teatro, van a articular gran parte de la actividad cultural y recreativa de los barrios: bailes populares, fiestas sociales (casamientos, bautizos, días nacionales de las diferentes comunidades étnicas), festivales de teatro y bailes de carnaval, muy en boga en esa década. El tango y el fútbol pasan a ser pasatiempos importantes a la vez que permiten el ingreso activo de Buenos Aires en el proceso creciente de globalización del tiempo libre. (...) El fútbol y el tango constituyen los mundos populares de Buenos Aires de una manera ineludible: en el fútbol se



mezclan los placeres estéticos y los afectos tradicionales de barrios mientras que en el tango los sentimientos y la sensualidad predominan. (Archetti 1995 p. 2)

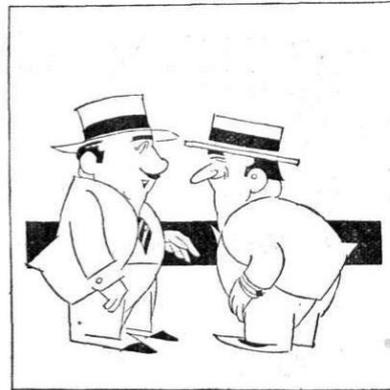
Podemos ver en esta cita el rol de construcción comunitaria que tuvieron estas actividades en los años descritos. No son sólo consumos, *hobbies* y profesiones, sino que funcionan como configuraciones identitarias populares urbanas de Buenos Aires. Que los dos estudios que inauguraron la era del cine parlante en Argentina hayan elegido el tango como elemento clave de su narración y propuesta estética confirma que a comienzos de la década de 1930 cualquier orientación al público popular urbano en busca del éxito de masas de una obra de teatro o un filme halla en este elemento un factor imprescindible. En *Los Tres Berretines* al tango se suma el fútbol como actividad y espectáculo de masas. Y a ambos, el cine, elemento presente en los consumos masivos también desplegados en la década y media anterior. En el caso del cine, al adaptar la obra de teatro a un filme, su tratamiento adquiere carácter autorreferencial: se inaugura el cine sonoro hablando de cine y su importancia en el imaginario social popular como parte de un argumento de ficción. Aunque un dato curioso es que en la película nunca se muestra la sala de cine y no se puede saber si la representación que hacen del mismo es parlante o no. Tal tratamiento es astuto, pues el cine parlante es un elemento por venir; no está anclado en la memoria colectiva como parte de su experiencia previa.

El éxito comercial de *Los Tres Berretines* fue contundente, pero muestra cómo todavía en 1933 en el campo cultural y de la crítica cultural especializada persisten los prejuicios contra las actividades y espectáculos de diversión popular, el entretenimiento de supuestamente baja calidad estética o el uso del arte para actividades publicitarias y de promoción. *Caras y Caretas*, por ejemplo, es fulminante, refiriéndose a que *Los Tres Berretines* “halaga el mal gusto de cierto público” en forma análoga a lo que sucede en “nuestro mal teatro”, extendiendo su crítica a *¡Tango!* y *Los caballeros de Cemento* (Ricardo Hicken, 1933), en contraposición a la incursión cinematográfica de un escritor consagrado como Larreta. La revista no menciona el filme en su sección de estrenos (lo hará sólo en críticas posteriores) y no informa en ningún momento que Susini fue su director, a quien, podemos suponer, cuidaban en su rol de reconocido director de teatro y ópera en el que la misma revista informaba y comentaba en forma elogiosa durante las dos décadas anteriores.

En el Concejo Deliberante de Buenos Aires, uno de sus miembros, el señor González Porcel, ha presentado un proyecto de ordenanza estableciendo premios de estímulo a la producción cinematográfica local. Los argumentos expuestos son todos muy atinados. Necesitamos un cine argentino; hay que infundir ánimo a los artistas; conviene hacer obra patriótica y poner una barrera a mucho de lo que procede del extranjero; hay que dar trabajo a los obreros argentinos... Unos cuantos premios valiosos (en dinero efectivo), no lo dudamos, tendrán la virtud de incitar a muchos cinematografistas a un trabajo que, de todas maneras, ha de resultarles benéfico. Pero, conviene andar con cuidado y no confundir unos trabajos con otros. No es posible comparar un film de tan mala índole artística como *Los tres berretines* (en el que, como en nuestro mal teatro, se halaga el mal gusto de cierto público), ni una obra como *Los caballeros de cemento*, ni el desastroso *Tango*, con el *Linyera*, de Enrique Larreta, trabajo realizado con verdadero decoro artístico y con elementos técnicos que estaban, precisa-

## CARTELERA

Y el "speaker" habló y dijo:  
— Acaban de escuchar el primer acto de la comedia dramática "Marianela", de los hermanos Quintero...  
Eso es. Inmediatamente después el conjunto teatral "representó" por orden de méritos: "La dama de las camelias", de Henry Ford, "Ternura", de David Lloyd George, y "Los tres berretines", de Henry Bernstein...  
Deben de ser efectos del calor...



Caras y caretas (Buenos Aires). 18/11/1933, n.º 1.833, p. 36. Caras y caretas (Buenos Aires). 20/1/1934, n.º 1.842, p. 104. Mugica

Así, *Los Tres Berretines* conforma un inicio brillante para el estudio desde el punto de vista de su rendimiento económico y de la cantidad de público convocada, pero problemático en términos de reconocimiento por el campo artístico y por la prensa especializada orientada a la defensa de la circulación de las bellas artes tradicionales como contrapuestas a las industriales que entretienen a las masas. Esto repercute en la estrategia del estudio: el siguiente proyecto filmico es un intento de Susini de realizar una cinematografía con temas históricos validados en la literatura nacional, dejando de lado los tres elementos característicos de la representación filmica del imaginario popular presentados en *Los Tres Berretines*, y el resultado contrasta: comentarios respetuosos de la crítica, fracaso comercial. Esta tensión permanece en los años siguientes: ingresa el cine de Manuel Romero, quien retoma canónicamente la línea de *Los Tres Berretines*, y vuelven los éxitos de taquilla, mientras Susini se aleja de la gestión diaria de los proyectos, para consagrarse nuevamente en el campo de la ópera y la dirección artística de teatro tanto en Buenos Aires como en Italia, donde además dirige cine, pero retorna ocasionalmente a la dirección en Lumiton para realizar proyectos que, a riesgo de pérdida en posibilidades de taquilla, apunta al reconocimiento del campo artístico<sup>56</sup>, cosa que logra contundentemente en 1938 con *La Chismosa* (Manuel Romero, 1938) y en 1941 con *Embrujo* (Manuel Romero, 1941), pero sin retomar ya su participación directa en la gestión de

<sup>56</sup> Las "jerarquías inversas" que analiza Bourdieu (1995, 2020) en sus estudios de la génesis histórica de los campos artístico e intelectual (una económica, otra cultural que se valoriza en forma inversa a la anterior) se mantuvieron como una tensión constante en el grupo, porque en todo momento mantuvieron expectativas como empresarios y -muy especialmente Susini- como artistas. Lumiton, por ello, no optó radicalmente por ninguna de las dos opciones, pero tampoco logró un equilibrio en el que ambas prácticas coexistieran sin dificultades.



los filmes que identifican a Lumiton, ya sea en la etapa de mayor esplendor de Romero (1934-40) como aquella en la que el estudio se abre a nuevos géneros y temáticas con las direcciones y guiones de Christensen, Lugones, Mottura y García Buhr.

### **4.3. Las temáticas de los filmes: reiteración de fórmulas, competencia y exploración de nuevos tópicos**

El historiador de la música -especializado en tango- Néstor Pinsón recupera una anécdota de los años '30, cuando Manuel Romero se hallaba en la cúspide de su éxito y dirigía la casi totalidad de los filmes de Lumiton:

Una noche estaban reunidos varios amigos después de una cena. Romero contaba el argumento de su próxima película que era igual a todas las anteriores, y cuando llegó el momento de relatar que la heroína es seducida y luego desdeñada por el malo, uno de los concurrentes dijo sin pensarlo: "Sí, y después canta un tango". Romero se ofendió y le contestó en voz alta: "Sí, cantará un tango, porque yo lo siento así y así lo siente el pueblo para quien escribo y dirijo" (Pinsón, 2022, p.1).

El tango, sobre todo el tango canción, está presente en el cine desde la segunda mitad de la década de 1910, y muy especialmente, está presente en el nacimiento del cine parlante: los dos primeros filmes, ambos de gran éxito, basados en el nuevo sistema Movietone no dejan lugar a dudas: *¡Tango!*, de Argentina Sono Film, marcó explícitamente en su título el rol clave del género musical, letrístico y cultural en el desarrollo del film. *Los Tres Berretines*, de Lumiton, lo marca implícitamente, en tanto uno de los "berretines" clave del argumento es el tango, o la "música típica", como se lo nombra en la versión teatral. La transición entre la etapa muda y la parlante, con soluciones técnicas efímeras, logró sin embargo impacto nacional e internacional con la grabación de breves viñetas en las que Gardel representa una escena y canta un tango canción. Como indica Gil Mariño:

Siguiendo la tesis por la que el cine funciona como asimilador de la modernización al mismo tiempo que como espacio de refugio, consideramos que la apropiación del tango ofrece otra mirada sobre este proceso que desplaza el conflicto de un eje espacial, campo-ciudad, a uno temporal, donde la tensión entre lo tradicional y lo moderno toma diferentes matices y lleva al conflicto entre ricos y pobres a otros términos. (Gil Mariño, 2012 p.4).

Según la autora, tanto en la etapa muda como en los albores de la transición al sonoro, la apelación a elementos de la cultura popular, y especialmente el tango,

...fue una de las primeras estrategias para conquistar el mercado local y regional, tanto para los estudios nacionales como para Hollywood. La industria norteamericana también se había percatado de esta situación y a través de la figura de Carlos Gardel comenzó a desarrollar una producción para el mercado hispanoamericano. (Gil Mariño, 2015, p. 39)



La autora señala, retomando a su vez los trabajos de Carolina González Velázquez (2012) que los empresarios de teatro desarrollaron diversas estrategias y fórmulas para la conquista del público frente a otros entretenimientos. Existía una importante organización de la actividad teatral por la que se confeccionaba una programación por secciones con diferentes funciones por día para diversificar la oferta y aumentar la venta de entradas. Asimismo tenía lugar un amplio dispositivo de comunicación y publicidad que iba desde los avisos de prensa, el fino trabajo de relaciones con la crítica especializada, el pago de espacios para notas de tipo institucional, es decir, avisos con forma de artículo periodístico que se pagaban según tarifario complementario al de los avisos (Ojeda y Moyano, 2020), volantes, carteles a la entrada y dentro de los teatros, así como en la vía pública, volantes, carrozas, y la organización de espectadores contratados *ad hoc* para reír o aplaudir cuando una escena lo permitiera, lo que potenciaba a su vez los comentarios en la prensa. Gil Mariño (2015) da cuenta de cómo en esta compleja trama, el análisis de las obras de teatro del período muestra que el tango comenzó a ocupar un lugar de relevancia en estas estrategias de publicidad en sus espectáculos (Gil Mariño, 2015, p. 43). Los tangos cantados eran especialmente anunciados, respaldados por llantos, risas, gritos de apoyo, hurras o aplausos, y así eran a su vez comentados por la prensa. El tango, dice la autora, funcionaba ya desde la década de 1920 como elemento de publicidad para los diferentes espectáculos, especialmente los teatrales, funcionando como parte de la estrategia de promoción y venta previa al auge del cine en los años '30. A su vez, dice la autora (p. 46), los programas radiofónicos de mayor audiencia y por ende con mayor cantidad y volumen de anunciantes y auspiciantes eran los radioteatros y los programas de fútbol y de tango.

Los intereses musicales de Susini incluían sin duda al tango, género que interpretó con gran calidad, pero lo trascendían largamente. Por un lado, él era un experto en ópera y también cantante de cámara. Por otro, sus inquietudes por los géneros ligeros aplicables al teatro y al espectáculo urbano de variedades incluían al Jazz y a las orquestas típicas de otros países que innovaban en torno a ritmos tropicales, brasileños, etc., elemento que también se vio reflejado en sus aportes a la obra fílmica de Lumiton. El campo artístico propio de las elites mantuvo una relación tirante con esta disposición de Susini a navegar ambos mundos. Elogiaba abundantemente su labor operística y de dirección teatral, y guardaba notorio silencio frente a filmes como *Los tres berretines*. Pero como se ha mencionado, esta doble identidad de Susini tuvo, en tanto obra cinematográfica, una respuesta muy contrastante en recaudación de taquilla: mientras *Los Tres Berretines* fue un contundente éxito comercial, *Ayer y Hoy*, el siguiente film, fue un fracaso.

Como resultado de ello, el universo del melodrama de trama simple propio de géneros teatrales orientados a un público masivo y poco exigente en términos de la tradición “culto”, junto a la



posibilidad de disfrute del tango cantado en el nuevo cine parlante, pasaron a ser el elemento central de la estrategia de Lumiton en los años subsiguientes, con amplio predominio de los filmes dirigidos por Romero.

Entre 1935 y 1943, los filmes de Manuel Romero conformaron la inmensa mayor parte de la producción del estudio. Sus temáticas eran tanto más repetidas cuanto más éxito en público tenía un filme precedente, cosa que el mismo Romero reconocía sin inconvenientes. Se veían en ellas los conflictos recurrentes en las letras de los tangos de gran éxito en ventas de discos y partituras, en las obras de teatro para públicos amplios, en el teatro de variedades, y también en el folletín, cuya lógica narrativa impregnaba simultáneamente este nuevo cine y el nuevo radioteatro que entra en su etapa de mayor auge en forma simultánea a los filmes de Romero (desde 1935 en adelante, Cfr. Bosetti, 1994; Rivera, 1998; Ford, Rivera y Romano, 1987).

Di Núbila (1959) hace notar que Manuel Peña Rodríguez (1906-1970), crítico cinematográfico de referencia ineludible en aquel período, denunciaba los elementos "de cursilería, folletín, inclusive chabacanería, mal gusto y aspereza" que podía encontrarse en los filmes de Romero, marcando la sinonimia entre folletín y mal gusto, pero a su vez reconocía que:

...debajo de estos elementos circulaba una vocación irreprimible por la exaltación de las gentes humildes, desventuradas o desviadas, un quijotismo tímido y anárquico en su floración, en compañía de un sentimentalismo bronco y dentro de escenarios definidores. (Di Núbila, 1959)

Aunque en la década de 1930 en Argentina el debate cultural, y en especial el debate en torno a las relaciones entre el gusto popular, los bienes culturales y artísticos, el rol potencialmente educativo de éstos y el programa que podría asignársele se hallaban claramente presentes y circulaban, entre otros ámbitos, en revistas culturales que existían en gran cantidad y variedad (Tarcus, 2020), lejos se estaba todavía de la reinención de estos debates en las décadas de 1950 y 1960, con la revalorización gramsciana, la irrupción de los estudios culturales, las nuevas tendencias en sociología del conocimiento, educación y comunicación, etc. (Rivera, 1986). Pero se hallaba ya presente esta tensión entre un material que no validaban como útil para el pueblo ni los elitistas ni tampoco los reivindicadores de la emancipación social. Y junto a ello, el reconocimiento de que algo fuera del control de las elites sucedía en el disfrute de sus contenidos por las masas. Como lo expresa Di Núbila desde la experiencia del ambiente de los oficios cinematográficos y su crítica:

Hasta fines de 1934 el cine argentino no había interesado a la burguesía y menos a las clases altas, que apenas ocasionalmente le echaban un vistazo por encima del hombro y las más de las veces para dedicar una alusión burlona a sus "ordinariedades". Se les pagó con la misma moneda; nuestro cine las ignoró olímpicamente y no vio a la burguesía y la aristocracia sino como esos ambientes horribles donde nacen los niños bien que dejan encintas a las heroínas; lo más que les concedió fue reconocerlos arrepentidos veinte años después. Los cineastas de la



primera hora fueron de extracción popular y prefirieron moverse en lo suyo. El proletariado los festejó y fue indulgente con sus transgresiones estéticas. El fracaso del noble experimento de Larreta con *El linyera* y el de Lumiton con *Ayer y hoy* los dejó dueños absolutos del campo, por el momento. Sin embargo, no dejaron de comprender que se imponía una evolución y Moglia Barth apuntó en esa dirección con *Riachuelo* [producida por Argentina Sono Film] (Di Núbila 1959 p.61)

Y a su vez, dice Di Núbila, figuras talentosas como Romero no logran trascender desde esa capacidad de “provocar reacciones” en el público hacia una capacidad de interpeladas con vistas a una lectura social y moral crítica de su situación:

Tomando en cuenta lo que hizo en el mejor período de su carrera - los cuatro años que corrieron entre *La muchachada de a bordo* y *La vida es un tango*- debemos decir que Romero conocía los secretos del oficio narrativo y los resortes que provocan la reacción del público. Pero una tendencia a ir a lo seguro dañó frecuentemente a sus películas: prefirió los conflictos simples y los medios directos, todo aquello que tradicionalmente había demostrado ser capaz de provocar risa, llanto, furor, compasión y toda otra reacción espontánea del público. (Di Núbila, 1959, p.74)

Gran parte de estas capacidades habían sido desarrolladas en la exitosa trayectoria de Romero en el teatro y, especialmente, en su rol pionero en el desarrollo, prestigio y éxito económico del teatro de revista porteño. De este aporte dice Di Núbila (1959):

Combinó una astucia innata con su experiencia de revistero. Conocía los resortes de la amenidad y siempre se preocupó de incorporar esa multitud de detalles que sustentan la animación de un film, colorean su carácter y lo benefician como entretenimiento. No debe olvidarse que existe cierto parentesco de ritmo entre la revista y el cine. Y ritmo, o por lo menos velocidad, nunca faltó en las películas de Romero. (Di Núbila, 1959 p.76).

Y a su vez, relaciona esta formación con su amplio conocimiento del sistema fílmico estadounidense:

Fue evidente, por otra parte, que Romero estudió minuciosamente las películas norteamericanas. Sus métodos de selección argumental, caracterización, sencillez, agilidad y empleo de matices reconocen parentesco con los de Hollywood, que a la sazón atravesaba uno de los períodos más fecundos de su historia. En *La muchachada de a bordo* enfiló sus cámaras hacia los marineros argentinos, esos muchachos que tenían algo de romántico, aventurero y hasta exótico para la imaginación popular. Problemas de la camaradería y el deber sirvieron de fondo y pretexto para infinidad de episodios cómicos con Luis Sandrini, eficazmente secundado por Tito Lusiardo y Benita Puertolas. José Gola cubrió el puesto de galán y Santiago Arrieta el de oficial (...) Romero sirvió generosamente situaciones y diálogos para el lucimiento del reparto; su comedia, con influencias de *El precio de la gloria*, fue ágil, fresca, de gran comicidad y contagiosa simpatía; como la filmó en Puerto Belgrano y a bordo de la flota en maniobras, también tuvo valor documental. No le faltaron algunos lunares típicos de su autor-director, pero su acumulación de aciertos ganó indulgencia para sus defectos; el público la festejó con entusiasmo y durante mucho tiempo evocó sus chistes y la alegría que le produjo verla (Di Núbila, 1959 p.76).

Este contexto de búsqueda de “los resortes que provocan la reacción del público” y garantizaban el éxito comercial y sus coincidencia y contradicciones con lo que desde el campo cultural y político se enunciaba como función potencialmente educativa, de elevación moral, del



cine, otros medios de comunicación y obras de arte, es el marco que posiciona al cine como uno de los dispositivos discursivos privilegiados para la transmisión de mensajes acerca del imaginario nacional. A diferencia de los periódicos de masas que desde fines del siglo XIX realizaban esta función con éxito contundente (Borderia, Laguna y Martínez, 2015) o incluso de la radiodifusión, que superaba las limitaciones del alfabetismo funcional y llevaba a los hogares sus mensajes en forma constante, el cine construía una experiencia audiovisual en la que convergían todas las tradiciones narrativas del melodrama y las representaciones del espectáculo visual tradicional, del teatro, del teatro de variedades en todas sus versiones, de la música cantada, etc. En su etapa parlante, esta capacidad se extiende y desarrolla más aún.

Todos los medios de masas construidos industrialmente en Argentina tendieron a conformar un espacio de campo de oficios, con sus asimetrías sociales y económicas, y a su vez, un mundo de espectadores que no pueden jugar según reglas fuera de su alcance. Revistas como *Caras y Caretas*, *PBT*, *El Hogar*, etc. alcanzaban un público de masas en la década de 1900 y conformaban una constante interpelación a públicos de amplia base social respecto del imaginario de nación, progreso, buen comportamiento, éxito, etc. Pero los protagonistas de las secciones sociales que disfrutaban de verse retratados cotidianamente eran invariablemente de las elites. Y también lo era gran parte de los productos publicitados constantemente, con unidades de indumentarias cuyo precio excedía el salario medio calificado, o servicios fúnebres que requerían quince de esos salarios (Ojeda, Moyano y Sujatovich, 2016). En la radio también se producía este tipo de escisión. Las revistas nacionales, imitando a las de origen anglosajón, invitaban a sus lectores a realizar pequeños y arcaicos receptores a galena para disfrutar la escucha y sobre todo el dominio de la novedosa tecnología. Pero una radio de venta en comercios fue durante décadas un producto de acceso prohibitivo sin enorme esfuerzo familiar en los sectores populares. Incluso durante el auge de 1935-1947, cuando se cuadruplicó la existencia de receptores en los hogares argentinos, la adquisición de una radio en familias asalariadas constituía una decisión producto de paciente ahorro, o de planes en cuotas. Y como se ha dicho en capítulos precedentes, la radio contaba con un grupo activo de protagonistas ligados a las élites económicas, sociales y culturales, y un discurso que incluye en su representación a sectores populares, pero cuyo dominio es claro.

De allí que el cine no fue una ruptura copernicana con la producción de imaginarios precedente, sino por el contrario, aprovechó tres décadas de acumulación en la prensa de masas y radiodifusión, pero la expande aprovechando sus características como dispositivo y, sobre todo, al igual que la radio, la transformación de las reglas de juego de producción, circulación y consumo abiertas por el inicio del modelo de sustitución de importaciones. De allí que los imaginarios del cine sonoro nacional y del radioteatro nacional se desplegaran en paralelo en períodos de tiempo idénticos.



El folletín y la novela por entregas acompañaban al público lector argentino desde mediados del siglo XIX, pero desde la década de 1880 cuentan con una producción predominantemente nacional y un público masificado que se conmovía con las historias. Ya en 1920 alcanzaba su cenit, por lo que resultaba lógico que la radio y el cine tomaran de las tradiciones y memorias narrativas de aquellos medios gran parte de su material. El punto de interfaz entre la tradición narrativa popular lectora y los nuevos medios (radio y cine) era el teatro en sus versiones clásicas, popular, de variedades, criolla, etc. que logra éxito generalizado interactuando con las historias folletinescas, como lo atestigua el caso de Juan Moreira, de Eduardo Gutiérrez, que inició una saga de producciones folletinescas, pero a su vez, abrió la puesta en cartel de la obra teatral de la compañía de Jerónimo Podestá, que habría de sostenerse en cartel durante seis décadas ininterrumpidas, pasando desde allí a la radio y al cine (Rivera, 1998). En el caso de Lumiton, la relación con el teatro era especialmente directa, pues sus fundadores poseían amplia experiencia en dirección empresarial y artística de salas, y a su vez Romero, al incorporarse como director estrella, aportaría la suya en teatro revisteril, espacios donde la narrativa folletinesca, de humor caricaturesco o de melodramas brevísimos cantados a ritmo de tango encontraban su punto de adaptación a la acción audiovisual. *Los Tres Berretines* (1933), primer gran triunfo del estudio, no sólo traslada el guion ya probado exitosamente en el *Teatro Colonial* en 1932, sino también su producción (a cargo de Susini) y su estrella principal (Luis Sandrini).

### **La cuestión idiomática**

La cuestión idiomática fue un punto importante para el auge de la industria del cine parlante local. Kriger (2010) sintetiza:

La irrupción del sonoro favoreció el crecimiento ininterrumpido de la industria cinematográfica local y de muchas otras plazas, ya que la diferencia idiomática pasó a ser un problema para la usina hollywoodense. El público se mostró fascinado por la imagen de las estrellas consagradas en las radios de cada país en detrimento de las divas y galanes norteamericanos. (Kriger, 2010, p 264)

Tras el reflujo de la primera ola de la Gran Depresión y el inicio de los primeros pasos de lo que conformaría el modelo de sustitución de importaciones, así como otras industrias reemplazaron manufacturas extranjeras por productos de producción nacional, el cine atravesó el mismo proceso con respecto a los contenidos para alimentar al mercado interno. La irrupción del sonoro permitió sumar a esta oferta la presencia de las voces del *star system* local que se escuchaba a través de la radiodifusión, la discografía y el espectáculo teatral, con los modismos locales, incluso en un contexto de presión represiva estatal contra formas “incorrectas” del idioma castellano que intentaba aplastar el lunfardo, las expresiones picarescas de connotación sexual provenientes del folklore y el uso habitual del voseo rioplatense. El cine sonoro pudo



recuperar en imágenes, conflictos y diálogos las tramas culturales que se cruzaban en la gran ciudad: una generación de inmigrantes y descendientes de inmigrantes europeos, pero también, y en forma predominante en los años '30, proveniente de países limítrofes, de otras provincias y del interior provincial hacia sus capitales. El consumo cinematográfico de producción nacional por este creciente mercado urbano se expresó en Buenos Aires más contundentemente en los cines de barrio que en los del centro de la ciudad, ubicado en estrecha cercanía con el circuito teatral hegemónico. Según datos de Karush (2007) en 1939 la diferencia de proyecciones argentinas entre cines de barrio y del centro de la ciudad difería en más de un 20%, siendo 53% en los primeros y solo 30% en los segundos.

### **“Apoyo popular permanente”**

Uno de los grandes hallazgos de los fundadores de Lumiton fue poder plasmar temáticas que hicieran que el público urbano se sintiera interpelado y representado, reflejando sus intereses, sus problemas y realidad cotidianos, sin alejarse de los patrones narrativos adquiridos en experiencias mediáticas previas ni en las propuestas que llegaron al mundo urbano, con masividad, desde las industrias hegemónicas mundiales, especialmente la discográfica y la cinematográfica muda, logrando así la masa crítica de sustentabilidad en cantidad de público que permitiese sostener los grandes costos de la producción industrial no alcanzada, según Di Núbila (1959, p. 40-41) por el cine mudo nacional.

Los cortometrajes de los tangos cantados por Carlos Gardel, filmados en 1930 bajo la dirección de Eduardo Morera, se constituyen como uno de los primeros experimentos de filmes sonoros en el país. Esta empresa que reúne a las figuras más emblemáticas de dicha música como Carlos Gardel, Francisco Canaro y Enrique Santos Discépolo, entre otros, reforzaban el posicionamiento del tango en la pantalla grande para la construcción de la argentinidad. Aquí, lo “criollo” se vincula al tango y al propio Gardel. En este sentido, se articulan varios elementos al mismo tiempo: lo popular, lo criollo, lo nacional y el arrabal como producto de la modernización urbana. (Gil Mariño, 2012, p 13)

Como indica Cecilia Gil Mariño en *El mercado del deseo* (2015) los años treinta trajeron aparejados en nuestro país un afianzamiento del cine como uno de los entretenimientos más populares por excelencia. Diferentes factores contribuyen a este fenómeno, entre los cuales se encuentran el bajo costo de las entradas con relación a otros consumos culturales de la época.

En particular, en la ciudad de Buenos Aires se registra para ese período la aparición de las villas miserias y una nueva diferenciación entre las áreas más ricas y las más pobres de la ciudad. Al mismo tiempo, la inversión estatal en infraestructura como parte de las políticas intervencionistas, dieron lugar a remodelaciones y construcciones que reforzaban el carácter moderno de la capital porteña. Este crecimiento reforzaría la construcción simbólica del “barrio” y relocalizaría las antinomias ligadas a lo rural y lo urbano de las que se valía el campo cultural e intelectual local a la hora de pensar la pregunta por lo nacional. (Gil Mariño, 2012, p.2)



La noción de mercado aparece entonces reformulada en el tamiz de estas transformaciones. Los estudios, sobre todo los primeros dos grandes y exitosos -Lumiton y Argentina Sono Film- tenían como toda actividad orientada el éxito lucrativo mediado por el mercado, sus ojos atentos a las reacciones y preferencias del público. Y a su vez se respaldaron -en una acción mutua- con otras actividades y dispositivos, habilitando vasos comunicantes permanentes en el *star system* de cada uno de ellos con el resto, la circulación de historias exitosas adaptables a uno u otro, la creación de subgéneros autorreferenciales en los que las temáticas desarrolladas en un dispositivo de hablaban del otro (Las películas hablaban de la radio, por ejemplo), y la búsqueda de convergencia con las estrategias publicitarias crecientemente profesionalizadas (Ojeda y Moyano, 2021). De allí que, como indica Gil Mariño (2015):

En esta década las industrias culturales no solo crecieron en escala, sino que, además, una de las novedades del período fue la consolidación de un proceso de convergencia industrial y del impulso de estrategias comerciales que favorecieron el desarrollo de un círculo virtuoso de consumo. El surgimiento de distintas emisoras radiales, diversificación de los programas y emisiones, el desarrollo de un mercado editorial masivo, el crecimiento de la industria discográfica y la aparición de numerosas publicaciones destinadas al entretenimiento y a esas mismas industrias, implican un cambio en el modo de producción y de consumo de los medios. El impacto de la tecnología sobre los ambientes comunicativos transformó las prácticas de consumo del entretenimiento al mismo tiempo que llevó a los empresarios de estas industrias a delinear un espectador-oyente. Lector ideal consumidor de todos estos productos. En este sentido, la convergencia industrial no solo se trató de los intercambios o puntos de contacto entre una y otra industria cultural, sino que también designó un modelo de producción específico, percibido por parte de los empresarios del cine como el más rentable para aquellos años, entre las diferentes alternativas disponibles. (Gil Mariño 2015, p. 34-35)

Pero la búsqueda de historias, escenas y personajes convergentes con las construcciones identitarias de las nuevas capas populares urbanas debían cruzarse con quienes conformaban ya un público estable de teatro de variedades, teatro, espectáculo de música y cine mudo. Porque, como se indica en la sección precedente, desde fines de la década de 1910 se conforma en Buenos Aires una creciente industria del espectáculo que se asienta en los circuitos teatrales, pero que encuentra en el interés por el cine mudo -especialmente el de origen estadounidense- una fuente clave de desarrollo (recordemos que Argentina está entre los cuatro principales importadores mundiales de cine estadounidense en la segunda mitad de la década de 1920). Las historias de Romero y de Mugica debieron hibridar constantemente estas fuentes diversas de la memoria narrativa urbana: las que provenían de la industrialización mediática temprana -especialmente a través del folletín y otros subgéneros de la prensa-, y las que provenían de la experiencia de los públicos de teatro, música y cine precedentes, donde se diferencian pero también se hibridan características de la producción extranjera y local<sup>57</sup>, y la experiencia de los nuevos públicos conformados en la nueva convergencia entre producción

<sup>57</sup> Cecilia Gil Mariño en *El Mercado del deseo* (2015) destaca en estos años un aumento de los cine teatros, "modelo de entretenimiento popular donde coexisten diferentes lenguajes" (Gil Mariño, 2015, p.34)



y consumo en los años '30, con otros medios -como la radio- transformándose en paralelo. De allí que las temáticas de los filmes que predominaron en la oferta de Lumiton fueron reconocidos en su capacidad de convocar el interés de un público de masas, pero a su vez criticados tanto desde la cultura de élite por su insuficiente búsqueda de una elevación moral de las clases bajas, como desde grupos de intelectualidad crítica que esperaban una interpelación revolucionaria o al menos de cuestionamiento social, como se proponía, por ejemplo, el núcleo de artistas del Grupo Boedo (Rivera, 1998).

A ello se agregaba la conformación de un espacio de oficios y estrategias de supervivencia en las nuevas prácticas ligadas a la cultura y los espectáculos urbanos. Rivera (1986, 1998) rastrea un largo y complejo proceso de profesionalización de las prácticas ligadas a la creación literaria y artística atravesada por las lógicas de la industria y del capital. Periodistas, narradores, letristas de tango, autores teatrales, participaban de este proceso entremezclándose a su vez entre sí y éstos con fenómenos análogos en el campo visual (Ojeda, 2019). Los letristas, dice Rivera, enhebraban sus prácticas con orquestas, teatros, cantantes, circuitos de bailes, obras teatrales que utilizan estas letras y músicas como parte de las tramas, impresores de partituras, productores de giras, grabadoras de discos, editoriales de canciones, revistas, cancioneros, y poco después, la radiodifusión y el cine.

Las innovaciones producidas desde fines de la década de 1930 en los contenidos temáticos, de género y el tratamiento fílmico con las direcciones de Christensen y otros directores que desplazan el protagonismo casi exclusivo de Romero, no supusieron transformaciones ni rupturas radicales: si bien se atrevieron a atravesar algunas fronteras de lo permitido (un desnudo, algunas referencias a amores no permitidos, conductas propias de los bordes del hampa, etc.), los filmes conservan tanto en la formación y estilo de sus directores como en su tratamiento la estética del tango canción, de las comedias costumbristas, del humor irónico y mordaz a partir de arquetipos expresados en actores especializados en cada uno de ellos, en conflictos de familia que se resuelven desde el final feliz o desde la moraleja.

Lumiton produjo 95 películas desde su apertura hasta su intervención por medio de la justicia<sup>58</sup> en el año 1952. El listado de esta producción ha sido sistematizado por el *Ubacyt* “*Aproximaciones a una historia de los públicos de cine en Buenos Aires (1933-1955)*”, dirigido por Clara Kriger, por el Diccionario de Films Argentinos de María Alejandra Portela y Raúl

---

<sup>58</sup> A comienzos de 1952 la situación económica de la empresa era delicada y se acumulaban reclamos de acreedores. Aunque Lumiton intentó continuar su actividad para lograr ingresos con nuevos estrenos (el 5 de mayo se inició el rodaje de *Un guapo del 900* con dirección de Lucas Demare), la estrategia se tornó insostenible y declaró la quiebra. La Justicia ordenó la inmediata intervención a fin de preservar los derechos de las partes.



Manrupe, y también por el Museo *Lumiton*, que a su vez ha realizado un amplio trabajo de restauración de los posters de las obras.

#### **4.4. Los integrantes de Lumiton**

Como se ha señalado en la sección anterior, el cuerpo de integrantes de Lumiton incluye a sus propietarios, sus directores, guionistas, personal técnico y actores. Estas distintas funciones presentan, a su vez, diferentes recorridos y características como grupo profesional y/o de afinidad.

##### **4.4.1. Los propietarios**

Los cuatro propietarios iniciales, Susini, Guerrico, Carranza, Mugica, pertenecían, a familias de la élite económica, social y política del país. A su gran capacidad de maniobra como capitalistas empresarios, debe agregarse su amplia red de vinculaciones internacionales construida desde la y su experticia técnica en el campo de la voz humana, el canto y la ópera en el caso de Susini, la ingeniería de sonido en el de Guerrico, y en general, el amplio manejo del proceso de la radiotelefonía y la radiodifusión, así como del teatro y la ópera, tanto a nivel de su conducción artística como empresarial.

El proceso de expansión del consumo cinematográfico y el proceso de reconversión del mudo al parlante desde la segunda mitad de los años '20 encontró a los cuatro socios en una etapa de expansión de sus resultados empresariales, que les permitió vender su participación en la radio de onda media para dedicarse al negocio internacional del tráfico de datos por onda corta, con la empresa Vía Radiar. La venta de esta a la ITT les permitió, a su vez, contar con capitales para instalar Lumiton sin perder sus vínculos internacionales, pues conservaron puestos en el directorio de Vía Radiar, que les facilitaron relaciones constantes -que aprovecharon en Lumiton- con Paraguay, Brasil, España, Francia y Estados Unidos. Uno de los cuatro socios, Mugica, de hecho, tendría poca participación directa en Lumiton, debido a su radicación en España como encargado de Radiar, que había logrado importantes contratos en el país.

Susini, por su parte, estuvo siempre interesado por su carrera como director artístico. Buscó en Lumiton dirigir filmes, aunque luego de *Ayer y Hoy* optó por un retiro temporario y un reingreso (en 1938 y 1941) como director asegurándose no repetir los errores de 1934, logrando obtener un premio internacional por *La Chismosa* (Premio al Mejor director en el Festival de Venecia, 1938), siendo este el primer filme argentino en obtener este logro, y críticas muy positivas por la calidad de *Embrujo* (1941). Aun así, la presencia de Susini se redujo mucho en la segunda mitad de los años '30, al radicarse temporalmente en Italia para dirigir ópera e incluso cine. Por último, notaremos que la cultura gerencial impuesta fundamentalmente por Guerrico, quien



lideraba Lumiton como presidente de su directorio, sufrió diversos embates en distintas etapas de la empresa. Estos comienzan en la segunda mitad de los años '30 cuando se recibieron críticas y censuras por sus contenidos, tanto de parte de sectores de la crítica especializada como del nacionalismo, e incluso del Estado, en tanto ellos -especialmente Guerrico- habían quedado asociados a los gobiernos conservadores, incluso al de Uriburu. Se profundizaron tras la revolución de 1943, que comenzaba a intervenir en los derechos gremiales de los trabajadores del estudio a través de legislación y medidas protectoras, fenómeno que se acrecentaría con el gobierno peronista iniciado en 1946, signado por una fuerte conflictividad laboral y relaciones difíciles con el gobierno, resueltas en los intereses del grupo ligados a la radiofonía y a la naciente televisión, pero no en la cuestión cinematográfica, lo que llevó a Guerrico y su grupo a vender su participación accionaria en 1949. Por eso Lumiton cambió de características en ese año y hasta su quiebra en 1952, fenómeno que, como veremos en el apartado siguiente, se nota en su producción y en protagonistas. Más aún cambiará cuando se intente organizar una cooperativa que ponga en marcha el estudio tras la quiebra, hasta su cierre definitivo.

#### **4.4.2. Los directores**

Hasta 1952, la elección de los directores mantuvo notoria coherencia: hubo personajes preferidos, en tanto todos ellos poseían amplia experiencia en dirección teatral -no así en lenguaje cinematográfico- y la cantidad se mantuvo reducida. Desde 1952, hasta el cierre, en cambio, sucedió lo contrario: cada filme tuvo uno distinto. El primer director por excelencia fue uno de sus fundadores: Susini. Luego, tras el fracaso de *Ayer y Hoy*, se optó por buscar y reiterar fórmulas exitosas en atracción de un público masivo. Es la etapa de Manuel Romero, Carlos Hugo Christensen y Francisco Mugica, acompañados en algunos casos por directores teatrales que dirigieron películas. La Trayectoria que construye Lumiton a partir de la asignación de dirección en películas, se pueden recortar tres etapas bien delimitadas. A ellas agregamos a efectos comparativos una cuarta, la de la Cooperativa que intentó recuperar la empresa después de la quiebra:

**1. Protagonismo del grupo fundador (1932 - 1943):** Esta etapa se caracterizó por la presencia directa del equipo fundador que produce cortometrajes e incluye distintas producciones: un filme firmado por el equipo, los cuatro filmes de Susini, veintiocho filmes de Romero, trece de Francisco Mugica y siete de Carlos Hugo Christensen. Mugica comienza a dirigir en 1939 y Christensen en 1940, conformando un segundo bloque dentro de este período, en el que el primero corresponde a las direcciones de Susini y Romero. Se suman dos excepciones: Bayon Herrera y Cabanellas-Davison, con uno cada uno. En total, seis directores dirigieron cincuenta y cinco filmes de largometraje entre 1933 y 1943, además de los cortometrajes iniciales. Se



trató, pues, de una etapa con protagonismo del grupo fundador y, a su vez, con una amplia prioridad de asignación a Romero y Mugica, quienes dirigen el 75 por ciento del total de largometrajes del estudio.

**2. Extinción del momento del “director estrella” (1943 - 1949):** Christensen dirigió trece filmes, Mugica y Romero apenas cuatro cada uno, en el caso de Mugica casi todos antes de 1945. Aparecen en cambio Mario Lugones y Luis Mottura, con cinco películas dirigidas cada uno, y García Buhr y Momplet con una cada uno. Es un total de veintinueve filmes entre siete directores, en poco más de cinco años. Es decir, aunque se presentaban dificultades de diverso orden y se amplía la variedad de directores, la cantidad de filmes y el total de directores se mantuvo aproximadamente igual para un período de poco más de un lustro, pero saliendo de escena los fundadores y extinguiéndose el momento del director “estrella” que ocupa el grueso de las direcciones.

**3. El grupo fundador no es parte de la empresa (1950 – 1952):** En esta etapa se produjeron once filmes, es decir, proporcionalmente la mitad que en el período anterior para la misma cantidad de años. La cantidad de directores había crecido a nueve: Lugones y Mottura con dos cada uno, y con una película García Buhr, Augusto César Vatteone, Antonio Ver Ciani, Juan Carlos Thorry, Julio Porter, Carlos Rinaldi y Lucas Demare. Se había perdido la continuidad de direcciones. El grupo fundador ya no era parte de la empresa.

**4. En la etapa de la cooperativa desde 1952:** se produjeron sólo seis filmes en más de diez años, todos con diferentes directores, de los cuales ninguno coincidía con la etapa anterior: Arturo Gemmiti, Alejandro Whenner, Catrano Catrani, Román Viñoly Barreto, Vlasta Lah, Carlos Cores. Durante la etapa de mayor auge de producción de filmes exitosos permaneció estable un núcleo de directores reducido, con una producción más numerosa de filmes, en tanto en la etapa final, de crisis, la cantidad de filmes bajó y la variedad de directores presenta mayor dispersión.

**Cuadro: principales directores en Lumiton (hasta 1952)**

Director	Filmes	Fechas
Manuel Romero	30	Dirigió 28 entre 1935 y 1943 y dos más 1949-50. En 1934 había sido director de fotografía para Susini (Ayer y Hoy), y entre 1935 y 37 dirigió todos los filmes del estudio.
Carlos Hugo Christensen	20	De 1940 a 1943 dirigió 7, del 44 al 45 4, del 46 al 49: 9
Francisco Mugica	15	Entre 1939 y 1943, 13. Luego una en el 44 y una en el 46. Temática muy delimitada.



Mario Lugones	8	1944 a 1951. Temática muy delimitada. 5 hasta el 49 y 3 en el 50-51.
Luis Mottura	7	1943 – 1951. 5 hasta el 49 y 2 en 51.
Enrique Susini	4	1934 - 1941
Carlos García Buhr	2	1946 - 1950
Equipo Lumiton	1	1935
Luis Bayon Herrera	1	1938
Antonio Cunill Cabanellas Y Tito Davison	1	1942
Antonio Momplet	1	1949
Augusto César Vatteone:	1	1 cinco locos en la pista, 1950.
Antonio Ver Ciani	1	1950 - Martín Pescador
Juan Carlos Thorry	1	1951 - Liceo de Señoritas
Julio Porter	1	1951 - De turno con la muerte.
Carlos Rinaldi	1	1952 - El Baldío.
Lucas Demare	1	1952 (Inconclusa)

Fuente: elaboración propia

Puede notarse en el cuadro precedente que el estudio buscó directores estables y las experiencias con directores de realización excepcional o esporádica corresponden o bien al tramo de crisis final, a comienzos de los '50, o bien a figuras que tienen un vínculo de funciones múltiples con el estudio (directores que han sido actores, guionistas, asistentes de dirección, de cámara o de fotografía). Susini tiene presencia en 1933-34 con un éxito y un fracaso de taquilla, y en 1938-41, con dos éxitos aceptables en taquilla y muy altos en crítica y premiaciones. Mantuvo así su interés en temáticas históricas que trascendieran el mercado local y mostraran un alto perfil artístico, ya sea en la adaptación fílmica de obras de teatro, ya en el tratamiento técnico y estilístico. Pero salvo estos dos filmes clave de 1938 y 1941 (*La Chismosa* y *Embrujo*), Susini no volvería a ser una parte clave en la dirección, como sí parecía que iba a suceder en 1933-34, cuando estuvo a cargo de casi toda la producción, incluso la que aparecía filmada como “Equipo Lumiton”, como fueron los casos de *En la tierra del marán* y de *Los Tres Berretines* que sólo en algunas salas fue presentado en los afiches como dirigida por él, no así en los títulos del filme.

En cambio, se sumó Manuel Romero, quien aportó su amplia experticia en el ámbito del teatro de revistas, el espectáculo de tango canción y la inclusión de elementos musicales -sobre todo tango- en las obras teatrales. Entre 1935 y 1943 Romero dirigió 28 filmes de Lumiton, casi todos ellos éxitos de taquilla, con una estructura temática, de guion y tratamiento repetida: historias de conflicto y resolución de problemas del imaginario urbano de los sectores medios de Buenos



Aires: amores y desamores, malentendidos familiares, la búsqueda del éxito personal por el propio esfuerzo. Y en todos los casos, con historias matizadas con la inclusión de tangos que hacían con sus letras y gestos de quienes los interpretaban, parte de la historia narrada. Entre 1935 y 1937 dirigió todos los filmes de Lumiton. Si bien no resulta claro el motivo de su retiro de la empresa, pues Romero continuó activo en otros estudios y contó con la actuación protagónica de figuras forjadas en Lumiton, como Sandrini, es posible conjeturar algún conflicto con Guerrico, pues tras la venta de Lumiton por este último, retornó para dirigir dos filmes más en 1949 y 1950. Francisco Mugica, mucho más joven (formado en Lumiton en las funciones de asistencia de montaje, dirección y cámara, donde llega a liderarlas en distintas obras), dirige trece filmes entre 1940 y 1943, con una temática más limitada que la de Romero, concentrada en historia teatrales adaptadas, en las que los conflictos familiares y románticos bordeaban las fronteras de lo prohibido en el imaginario social medio, sin perder el tono de comedia o comedia dramática. Aunque dirige dos filmes más para Lumiton en 1946 y 1949, como Romero, desde 1943 cesa la vinculación exclusiva de su trabajo con el estudio.

Las innovaciones que intenta -con éxito- Lumiton en los inicios de la década de 1940, fueron protagonizadas fundamentalmente por Carlos Hugo Christensen, quien dirigió veinte filmes para el estudio -es decir, el veinte por ciento de su producción total- entre 1940 y 1949. Su producción fue innovadora tanto en el tratamiento temático como en la selección de actores y personal técnico que marcaron un estilo diferenciado de Romero y Mugica, así como también en tópicos de los filmes. Estos últimos incluyeron una renovación del policial nacional y también de los dramas románticos, donde aparece -en 1949- el primer desnudo realizado en el cine argentino para la circulación masiva en salas. Tras la venta realizada por Guerrico en 1949, Christensen se retira y filma brevemente en Venezuela. Aunque vuelve y realiza algunas producciones más en el país (para Estudios San Miguel, principalmente), en los años '50 se radica definitivamente en Brasil donde continúa su carrera. Se suman a esta etapa Mario Lugones, con 8 films entre 1944 y 1951, Luis Mottura, con siete en el mismo período (1943-51), y Carlos García Buhr, con dos, en 1946 y 1950. De este modo puede notarse que, tras un breve período conducido principalmente por Susini, la dirección fue hegemonizada por Romero y Mugica hasta 1943, y a su vez, una renovación temática y estilística se produce en los años '40 con Christensen, Lugones y Mottura.

### Cantidad de filmes y cantidad de directores por etapas

<b>Etapa</b>	<b>Filmes</b>	<b>Directores</b>
<b>1. 1933-mayo de 1943</b>	<b>55</b>	<b>6</b>
<b>2. mayo 1943-1949</b>	<b>29</b>	<b>7</b>
<b>3. 1949-1952</b>	<b>11</b>	<b>9</b>



4. 1952-1963	6	6
--------------	---	---

Fuente: elaboración propia

En el cuadro precedente puede observarse que en su primera década de existencia la empresa produjo el 54,5 por ciento de sus filmes, en comparación con 40,6 por ciento en la segunda, y 4,9 en el período de la tercera, ya con interrupciones (1954-55, 1959-1960, 1963). La vitalidad de la primera década decrece en la segunda y colapsa tras la quiebra. Pero en la segunda, a su vez, se nota un descenso -aunque no brusco- entre los primeros seis años y los últimos tres, cuando la tasa media de filmes por año se reduce de casi cinco a poco más de tres. A ello se agrega otra señal de dificultad en la línea fílmica del estudio: la tendencia a la dispersión de directores, llevada al extremo de un director distinto por filme en la última etapa, la disminución de la cantidad media de filmes por año, sobre todo en las dos últimas etapas, y ante el ahogo financiero, el corrimiento del eje de actividad de dirección en el estudio hacia el alquiler del mismo y el logro de proyectos co-financiables.

### Manuel Romero

A pesar del éxito que representó *Los Tres Berretines* los fundadores del estudio no lograban entender completamente al público que veía sus películas. Provenían de esferas sociales alejadas de lo popular y necesitaban quien pudiera dar vida a las historias que entusiasmaban a su público. Es así como, luego del fracaso de *Ayer y hoy*, dirigida por Susini, en 1935 aparece en escena Manuel Romero.

Romero fue el director que más películas dirigió a lo largo de la historia de Lumiton. Su incorporación marcó el rumbo y el tono que tendrían las películas del estudio en su primera etapa. Ese personaje, como muchos de los descritos anteriormente, presenta características multifacéticas: además de dirigir algunos de los principales éxitos de Lumiton fue letrista de tango, ilustrador cómico en la revista *Fray Mocho* y estuvo vinculado con el nacimiento del teatro de revista. Había comenzado su carrera como director de cine en Francia, en los Estudios Joinville.

La primera película que dirige para Lumiton es *Noches de Buenos Aires*. La elección del nombre no es casual, ya que la similitud con *Luces de Buenos Aires* buscaba generar un paralelismo entre ambas producciones y, particularmente, con la participación de Romero en las dos:

Quando se concretó la contratación de Romero, éste se sentía molesto por versiones empeñadas en negar que había sido el director de *Luces de Buenos Aires*. Pensó que una forma de desmentirlas era realizar una película parecida a aquélla y por eso rodó *Noches de Buenos Aires*, en la que reveló el mismo sentido de la continuidad que poco antes había destacado a Soffici, y habilidad en el manejo de la interpretación. (Di Núbila 1959 p.67)



A su vez, recupera el mismo autor, existe una sospechosa similitud en el título con *Luces de la Ciudad*, de Chaplin.

Fue a través de Romero que se incorporó Carlos Gardel a Lumiton. Luego de que se firmara el contrato como director del estudio, comenzó la escritura de *El caballo del pueblo* (1935), ambientada en el mundo de las carreras de caballos, una de las grandes pasiones porteñas de la época. Mientras Gardel, Le Pera y su equipo volaban para incorporarse al equipo del estudio su avión cae sobre Medellín con un desenlace fatal para todos sus tripulantes. Esta tragedia no impidió que la productora continuara con la filmación de la película, reemplazando a El Zorzal Criollo con el joven Juan Carlos Thorry. Plantea Di Núblila sobre este film:

Fue un sainete grueso pero de cierta eficacia, de continuidad y técnica aceptables. En él Romero empleó por primera vez entre nosotros el *last minute's rescue* creado por Griffith veinte años antes: si el caballo del muchacho no ganaba la carrera final, la chica tendría que casarse con el villano. El suspenso obtenido en la escena probó que Romero había comprendido la regla del "rescate del último minuto" y que era provechoso para nuestro cine aprender los secretos del oficio. (Di Núblila 1959 p. 69)

Di Núblila recupera diferentes adjetivos sobre Romero expresados por sus contemporáneos: "populachero, ramplón, exitista, desaprensivo, basto" (Di Núblila 1959 p.73) y sin embargo en los éxitos de sus películas queda cristalizada una enorme sensibilidad por lo popular y la posibilidad de despertar el interés y movilizar emociones de todo tipo en enormes públicos:

Tenía un prodigioso sentido de las pasiones de la masa. Cuando los dirigentes de Lumiton veían sus películas en privado, las encontraban frías y opacas, pero esas mismas películas cobraban vida y animación apenas se exhibían en público. Y cuanto más público reunían en un cine, mayor era su resonancia. "Hay que darle gusto a quien se sirve", solía decirle Romero a Guerrico. (Di Núblila 1959 p.74)

En la bibliografía consultada se lo describe como un hombre enérgico, de largas horas de trabajo, capaz de improvisar sobre la marcha cuestiones escénicas y de guion.

Un día de contento en su vida fue aquel en que rodó sesenta y cuatro de las trescientas tomas de una película, o sea que en una sola jornada hizo casi una quinta parte de todo el rodaje. Guerrico también lo recuerda como un hombre febril e incansable, para cuya fantástica actividad no existían el día y la noche; conocedor del medio, los factores y la gente, a menudo arbitrario y dictatorial, sus decisiones eran súbitas, seguras y definitivas. (Di Núblila 1959 p.74)

En 1938 dirige la primera película del país en ser censurada: *Tres argentinos en París*, filme que utiliza por primera vez en Argentina el fondo proyectado como herramienta de filmación.

### 4.4.3. Guionistas

Por lo general, sobre todo en los primeros años de Lumiton, el trabajo de guion es realizado por personas con formación en teatro y literatura, que van adquiriendo mayor experiencia en



lenguaje cinematográfico. El caso de Manuel Romero es especial: guionó prácticamente todas las películas que dirigió, esto es, treinta filmes. Cuando Romero comienza a ceder lugar en Lumiton a fines de los años '30, las nuevas películas tienden a apoyarse en duplas con un director y uno o dos guionistas (y no ya en una única persona). Se nota el crecimiento de Julio Porter como guionista de Lumiton, con veinte guiones, sobre todo en los años '40, y de César Tiempo, con doce, a veces en dupla con Porter. Christensen, a diferencia de Romero, dirige muchos más filmes que aquellos que guionó: dos. Esta característica del perfil de guionistas muestra tanto las ventajas como las falencias del estudio: mucho énfasis en la experiencia con el espectáculo musical y el teatro, irrupción de nuevos guionistas cuando se despliegan nuevos géneros (policial, dramático con leves toques eróticos), pero en ambos casos, dificultad para desplegar con mayor libertad el lenguaje de la acción cinematográfica que podría despegarlos del teatro filmado.

#### **4.4.4. Personal técnico: montajistas, músicos, directores de fotografía, sonidistas, otros**

A partir del éxito de *Los Tres Berretines*, Lumiton logró constituirse en uno de los pilares de la cinematografía de los años '30, con una sucesión de éxitos de taquilla -también algunos fracasos- y un prestigio asentado en la calidad técnica de sus equipos y su personal, así como en un estudio de grabación que permitía, como mínimo, una excelente adaptación de éxitos teatrales provenientes de su propia actividad en dicho ámbito y en las interconexiones con el negocio de la música y el canto en vivo, la discografía y la radiodifusión, negocios en los que todo el grupo propietario y los directores y guionistas estaban insertos.

El estudio ofició como un lugar sumamente estable de labor para el personal técnico, notándose una fuerte continuidad en su presencia a cargo de las distintas funciones, y a su vez, como un espacio de formación de nuevos recursos técnicos que se iniciaron en Lumiton en tareas de segunda línea y pasaron más adelante, en el propio estudio o en otros, a tareas de conducción, incluso de dirección de filmes, como es el caso de Francisco Mugica.

El estudio, como la mayoría de los que protagonizan este período, no logró pasar a una escala mayor de industrialización. La diferencia en cantidad de filmes por año en Argentina y Estados Unidos era abrumadora y esto se nota en la proporción de filmes y tiempos de exhibición en las salas argentinas. La mayor parte de los estudios se halló en dificultades para la provisión de insumos importados, para adaptarse a los cambios -a veces arbitrarios- en las políticas de precios, y para lograr producir varios filmes a la vez, pues los estudios quedaban saturados con una sola producción, tanto en su espacio de filmación como en la disponibilidad de personal y actores. El problema no pudo resolverse por medio de una ampliación de escala, y por ello se



suplió con una estrategia de dudosos resultados a mediano plazo: acelerar el tiempo de realización de cada film, intensificando así el uso de las locaciones y los recursos humanos ya existentes. También, en ocasiones, se logró resolver este cuello de botella por medio del alquiler de locaciones inactivas de otros estudios lo que posibilitaba no tener que construirlas.

A diferencia del cuerpo de actores, que muestra una mayor variedad de participantes tanto a nivel de estrellas del *star system* como a nivel de reparto, el cuerpo de técnicos exhibe una mayor continuidad, sólo quebrada parcialmente en el tramo de crisis a fines de los años '40 y primera mitad de los '50. Repasaremos a continuación las principales funciones.

### **Asistencia de dirección y realización**

En los equipos técnicos de apoyo se nota con contundencia el semillero temprano que conformó Lumiton. A diferencia de las posiciones clave que fueron más estables, en las de apoyo hubo mayor circulación, muchos rotaron entre varias actividades y como consecuencia de ello se especializaron o bien llegaron al rol de directores de filmes, como Francisco Mugica o de Fernando Ayala, entre muchos otros. Un primer recuento de posiciones de asistentes y segundos asistentes de dirección o de realización muestra veintisiete nombres ocupando dichas funciones a lo largo del período de Lumiton. Algunos de ellos reiteraron la misma función, como Renée Sutil (10), Franz Prchal (8), Arturo Pimentel (8), José A. Martínez Suarez (7), Fernando Ayala (6), José Mangiante (4), Eduardo Ocana (4), Guillermo Rico (4), José Herrero (4), Arturo Tedesca (3), Carlos Lorenzo (2), Roberto Sontag (2), pero también aparecen muchos otros como el mencionado Mugica (en dos), Juan Carlos Lemos, Santiago Parodi, Raquel Sol, Gonzalo Palomero, Ernesto Palomero (en 2), Nelo Melli, Bernardo Arias, Arturo Telesca (en 3), Jaime Bernt, Jorge Villoldo, Antonio Zinner, Bernardo Arias, Alfredo Traverso, Jose Jakuboucz, Maria E. Guglielmino, o incluso los integrantes de La Gran Cruzada del Buen Humor.

En general, en la actividad se nota la consolidación de un equipo técnico muy sólido, herencia de la formación científico técnica de Guerrico y Susini, aunque también un requerimiento más claro de nombrar en los créditos todas las funciones en la segunda mitad de los años '40 y comienzos de los '50, diversificándose y especializándose las funciones, y se nombra entonces capataces, primeros y segundo ayudantes, foquistas, electricistas, etc. En estas labores de asistencia de dirección aparecen también los encargados de cámara, destacándose Francisco Pablo Donadio (en 10 largometrajes), Lorenzo Cotella (en 7), Sebastián Brogginini (en 5), Alfredo Traverso (en 4), Osvaldo Falavella y Aníbal González Paz. En la función de Segundo Ayudante de Cámara se menciona a Enrique Romero (8 filmes), José M. García (8 filmes), Roberto Tito Sontag (7), Sebastián Brogginini (5), A. Scarinci (5), Lalo Bouhier, Lorenzo Cotella, Nelo Melli.



Encuadre y dirección solía presentarse a cargo de “Lumiton”, aunque en ocasiones se menciona específicamente labores de este tipo, en los casos de Francisco Oyarzabal (19), Manuel Romero (3) José Mangiante (2). Complementariamente, algunas funciones auxiliares comenzaron a presentarse con el paso del tiempo. Como Jefe de electricistas destacaron Rodolfo Sciammarella (en 11 películas) y Agustín Rosello (2). En fotografía fija se mencionó a Manuel González (en 2), en la función de Foquista: Francisco Pablo Donadío, Enrique Romero, Jose M. Garcia y Sebastian Brogginini (en 2).

### **Dirección musical**

Como parte del auge del sistema de industrias culturales locales, Lumiton apoyó una gran porción de su producción en la presentación de música popular, aprovechando la novedad del cine parlante y el amplio manejo del sector que poseían sus integrantes. Por ello, en forma paralela a otros estudios, pasan por sus filmes cantantes de tango, foxtrots, canciones provenientes de la miscelánea del teatro de variedades, orquestas típicas, de tango, de jazz, incluso de música tropical o brasileña, con esfuerzos de producción que incluyeron la incorporación de orquestas extranjeras. Esta labor conformó un excelente negocio para el estudio y a su vez, promovió la fama y éxito de cantantes, orquestas y temas musicales. En tal sentido, en los primeros años de Lumiton fueron presentados en sus películas temas, autores, compositores e intérpretes de gran renombre que recibieron gracias a su aparición cinematográfica mayor impulso a su éxito y reconocimiento, como Aníbal Troilo, Cátulo Castillo, Juan D’Arienzo y su orquesta típica, Mariano Mores, Hugo del Carril, Enrique Delfino, Hugo Federico, Eddy Kay y su Alabama Jazz, Antonio Marvanti, Francisco Lomutto, Conjunto Cuba, Harold Mickey y su orquesta, Roberto Zerrillo y su orquesta, La Perra Ñata, Carlos Pessina, Francisco Balaguer, Enrique Beltrao, George Andreani, Bobby Collazo, entre otros/as que fueron presentados además en los créditos de cada filme, en afiches y en publicidades, además de en las actividades de prensa y difusión a lo que se agrega la fama catalizada para autores y compositores aunque no estuviesen a cargo de la interpretación (como Sebastián Piana, Rodolfo Sciamarella, el mismo Manuel Romero, Francisco Cárdenas, César Tiempo, Mario Battistella, Víctor Buchino, Pedro Maffia, etc.), y los actores/actrices que además solían cantar, especialmente tangos, en escenas adecuadas para ello.

*Los Tres Berretines* presenta música original a cargo de Enrique Delfino, con Isidro Maiztegui como director musical y la incorporación de temas de Duke Ellington, mostrando las preferencias y el campo de vínculos musicales de Susini. Delfino, conocido por el seudónimo Delfy, fue ampliamente reconocido como autor e intérprete, incluyendo, de hecho, alguna de sus canciones en su trabajo con Lumiton. En el estudio musicalizó trece filmes, muy ligado a Susini y a Francisco Mugica, para quienes hizo la musicalización del grueso de sus



realizaciones. Más adelante, musicalizó trabajos de Luis Mottura y de Mario Lugones. Quedó asociado a filmes de mayor complejidad artística o expectativas. Luego de *Los Tres Berretines*, puede notarse que su período de mayor actividad sucede entre los años 1937 y 1943, cuando luego del *boom* de filmes de Romero, en los que no participó, nuevamente aparece Susini dirigiendo (1938, 1941) y surgen los filmes de Mottura y Lugones. En este período dirigió diez filmes, que se suman al primero con Susini. Luego dirigiría dos más, en 1944 y 1945. Puede notarse, con ello, que ninguno de los trece filmes es posterior a 1945<sup>59</sup>.

La contracara de Delfino fue Alberto Soifer<sup>60</sup>, quien musicalizó diez filmes entre 1935 y 1940, nueve de ellos para direcciones de Manuel Romero, una para Bayón Herrera. Pero a partir de 1937 se destaca la figura de George Andreani<sup>61</sup>, quien comienza con *Fuera de la Ley* en ese año, y se convierte casi en el único director musical a lo largo del resto de la existencia del estudio, totalizando cincuenta y un filmes, incluyendo el que intenta revivir a Lumiton, ya con otros propietarios, en 1959. A ellos se agregan Samuel Aguayo en el documental propagandístico *En las tierras del marán* (1934), Rodolfo Sachs en *La muchachada de abordó*, con el agregado de un tema musical de Romero, Miguel Caló, quien comparte *La vuelta de Rocha* con Delfino, Miguel Lomuto quien musicalizó dos películas en 1938 y 1940, Lucy Galián, quien musicaliza tres en 1940 y una en 1942, Jean Gilbert y Maruja Gil Quesada, con dos en el 1942, Julio Renato, una ese mismo año, Bert Rosé, tres entre 1943 y 1944, Francisco Balaguer, una en 1943, Tito Ribero en *El Baldío* (1952).

Puede notarse, entonces, que en los primeros tiempos de Lumiton destacó la figura de Enrique Delfino, pero luego irrumpe Alberto Soifer en coincidencia con la incorporación de Manuel Romero como director principal en la segunda mitad de la década, sobre todo entre 1935 y 1937, cuando es prácticamente el único director. Entre 1937 y 1943 se produce una relativa

---

<sup>59</sup> Enrique Pedro Delfino (Buenos Aires, 1895 - 1967) fue un eximio pianista formado en Turín, donde los enviaron sus padres, propietarios de una confitería en la zona de teatros de Calle Corrientes (la confitería del teatro Politeama). Fue compositor de tangos de gran éxito, llegando a registrar más de doscientos de su autoría, y trabajó en el ambiente del humor, el teatro de variedades y las orquestas típicas donde fue director. En 1920 estrena en el teatro Ópera el tango Milonguita, pionero del tango canción, para un sainete escrito por el autor de la letra, Samuel Linnig, en coautoría con Alberto Weisbach, obra que consagró su fama y le permitió ser figura recurrente en los grandes teatros porteños, así como viajar contratado por casas grabadoras y compañías teatrales, por Estados Unidos y Europa, donde participa en la filmación de *Luces de Buenos Aires*, para luego regresar a Argentina y consagrarse como musicalizador de filmes de Lumiton.

<sup>60</sup> Abraham Moisés Soifer, conocido por su seudónimo Alberto Soifer (Coronel Suárez, 1907 - Buenos Aires, 1977), fue otro gran pianista, compositor y director de orquestas típicas (de tango). A comienzos de la década de 1920 comienza a ligarse al ambiente de las orquestas típicas como pianista, participando en la de Canaro, la de Carlos Macucci, etc., actuando en teatros y cines. La transición al sonoro y la crisis de 1930 causaron la pérdida de espacio y quiebra de numerosas orquestas, por lo que Soifer emigró por un tiempo al interior del país dedicándose a oficios varios, hasta que un par de años más tarde pudo retornar a Buenos Aires, vinculándose simultáneamente a la radio (Primero en Radio Belgrano, en los años '40 en Radio El Mundo), al teatro de revistas (teatros Maipo y Nacional), y al cine, tanto para Lumiton como para EFA (Establecimientos Filmadores Argentinos). Soifer escribió más de treinta obras de teatro de revista. En los años '40 y '50 residió en España.

<sup>61</sup> Joseph Kumok (Varsovia, 1901 - Buenos Aires, 1979), conocido en Argentina por su seudónimo George Andreani, que adoptó a su llegada en 1937, también fue pianista, director de orquesta y compositor. Poseía una sólida formación en piano obtenida en Berlín, Viena y Praga, donde musicalizó y dirigió cuarenta filmes en esos países y Francia, logrando en este último un premio por *El Golem*, dirigida por Julien Duvivier. Una vez en Argentina actuó en música para cine en el país y en Chile, con Lumiton en el caso argentino, con Chile Films en el chileno. Fue además director de la orquesta sinfónica de Radio Splendid, y conductor de la Fiesta de la Vendimia. Tanto en cine como en radio y en la Fiesta de la Vendimia mendocina mantuvo contacto frecuente con Susini.



diversificación: aparece George Andreani, quien tiene un rol central en todo el período siguiente, convirtiéndose en el musicalizador de más de la mitad de todos los filmes de Lumiton; retorna Delfino, quien dirige también la mayor parte de sus trece trabajos entre estos años, continúa Soifer hasta 1940, siempre ligado a Romero, y se contrata una variedad de otros musicalizadores: nueve en total, fenómeno que no se nota ni antes ni después de estos años. Finalmente, desde 1944, el musicalizador por excelencia es Andreani.

En colaboración con el área musical, pero también con el de escenografía, aparecieron las tareas de coreografía, destacándose Victoria Garabato y su Victory Ballet, mencionada en seis filmes, Mercedes "Mecha" Quintana y su Ballet (3), Matilde Gómez (2), Irina Borovsky. También existió el crédito a la presencia específica de orquestas en el marco de la trama, interpretando temas, o cantantes haciendo lo propio. Entre ellos, aparecen Rodolfo Sciammarella, Manuel Romero, Francisco Canaro, Delfy (Enrique Delfino), Juan D'Arienzo y su orquesta típica, Frdaancisco Balaguer, Rafael Ortega, Conjunto Cuba, etc. Diferentes artistas colaboraron con Lumiton como interpretes musicales, entre los que podemos destacar la figura de Aníbal Troilo, quien a sus 18 años participó en la filmación de *Los Tres Berretines* interpretando el tango *Araca la Cana*.

### **Dirección de fotografía**

La narrativa sobre la historia de los estudios reconstruida por el Museo Lumiton, destaca las figuras de John Alton y Lazlo Kish como miembros fundamentales del equipo técnico, en sus primeros años. Ambos de nacionalidad húngara, llegan a la Argentina con el objetivo de unirse al incipiente equipo de Lumiton como director de fotografía y montajista respectivamente. Di Núbila en *Historia del cine argentino Tomo 1* (1959), se refiere a esta incorporación como una importación.

### **John Alton**

John Alton (Sopron, Hungría, 5 de octubre de 1901 - Los Ángeles, Estados Unidos, 2 de junio de 1996) nació en el entonces Imperio Austrohúngaro y se formó trabajando en Hollywood desde principios de la década de 1920 (Morales, 2018). A lo largo de su carrera fue cinematógrafo de MGM y Paramount, jefe del Departamento de Cámara de Joinville Studios (París). Alton no fue contactado por Susini en *Hollywood* sino en los estudios de la *Metro Goldwin Mayer (MGM)* en Joinville, Francia, cuando trabajaba allí (McCarthy, 1995, p.13) y Susini asistía a la filmación de *Luces de Buenos Aires*, en 1931. Convencido por Susini del potencial de la industria cinematográfica argentina en la nueva etapa sonora y tentado por la oferta contractual, Alton se embarca hacia Buenos Aires, en lo que se reconoce como uno de los grandes aciertos de Susini y Lumiton, pues la impronta del trabajo de dirección de fotografía



de Alton en *Los tres berretines* y en la formación de equipos de trabajo que produjo fueron significativas. En 1932 llega al país para incorporarse al equipo de Lumiton, donde asume el rol de Director de Fotografía.



**John Alton mirando a través de cámara filmadora Bell & Howell, 1933. Fuente: Archivo Fotográfico Museo Lumiton N° de Inventario: 3007**

Sin embargo, Alton se aleja de Lumiton en 1933, disgustado, según algunas versiones, con Susini y antes del estreno de *Los tres berretines*. Su nombre no aparece en los créditos del filme y poco después dirige una película en una producción independiente con guion y protagonista de Luis Sandrini, considerada por este último tan mala, que el propio actor recompra y quema todas las copias y negativos. Alton se repliega entonces sobre su experticia profesional en fotografía y dirección de fotografía, pero aun habiendo quedado fuera de Lumiton, opta por quedarse en Argentina, donde permanece siete años, hasta 1939, realizando tareas para distintos estudios y producciones.

Esta permanencia adicional tuvo doble motivo: por un lado, la cinematografía argentina se encontraba en auge; por otro, se había casado con una argentina:

Al comienzo de la era del sonido, la industria cinematográfica argentina, que había disfrutado de años de auge durante una década después de la Primera Guerra Mundial, se había detenido por completo. Técnicamente atrasado en comparación con Estados Unidos y Europa en la producción de películas sonoras, el país necesitaba manos, así que pedí un año de licencia en Joinville. Fui a Argentina, construimos un estudio e hice una película. Pero mientras tanto me casé." (McCarthy, 1995, p. 13. Traducción de la autora).



Durante su viaje desde Francia a Buenos Aires, Alton había sido entrevistado por una periodista argentina (Rozalía Kiss) ex reina de belleza, piloto aviador. El contacto derivó en romance y casamiento en Buenos Aires a comienzos de noviembre de 1932, iniciando una unión que se extendería por más de medio siglo. Su matrimonio fue un factor clave para quedarse en el país hasta emigrar definitivamente a Estados Unidos, instalándose en Los Ángeles junto a su esposa. Retorna su vínculo profesional con Hollywood donde realiza una extensa trayectoria y es conocido como una de las figuras claves del *film noir*. En 1951 recibe un Oscar por su primer trabajo a color, *An American in Paris* (*Sinfonía de París*), dirigido por Vincent Minnelli.

Su trabajo en Buenos Aires fue significativo en el desenvolvimiento inicial del cine sonoro argentino:

...en cinco acres a treinta millas fuera de la ciudad, en la ciudad de San Isidro, supervisó la construcción del estudio S.A. Radio-Cinematográfica Lumiton (Luz y Sonido). Se quedó para entrenar al equipo como parte de su acuerdo. "Hice todo. No sabían qué era un utilero, así que tuve que mostrarles. Tuve que configurar el laboratorio" (MacCarthy, 1995, p.13 Traducción de la autora)

La dirección de fotografía es una de las actividades técnicas donde más explícitamente se buscó formar recursos humanos calificados a partir de la presencia de especialistas. La función principal de Alton fue esta formación, sin desmerecer su rol clave en la calidad fotográfica de *Los Tres Berretines* ni su actuación posterior. Retirado Alton al menos de la dirección fotográfica, varios filmes son dirigidos en lo fotográfico por Luis Romero Carranza (cinco filmes), pero luego comienza a notarse el impacto de la formación de personal técnico. Francisco Mugica dirige la fotografía en cuatro filmes, pero también tiene tareas de asistente de dirección, montaje, cámara y otras, hasta llegar a la dirección de film. Lo mismo sucede con Alfredo Traverso, quien dirige casi la mitad del total de filmes del estudio, pasando también por otras tareas técnicas de asistencia. Otros directores fueron Hugo Chiesa (en 1941, pero retornaría en 1954 en la etapa cooperativa para otra dirección), Pablo Taberner, con cuatro filmes, Gerardo Húttula, León Schaffter, Fulvio Testi, Julio Lavera, José María Beltrán, Andrés Martorell.

En 1937 se incorpora la a fotografía de *Fuera de la Ley* "Gerardo Húttula, un técnico alemán enviado desde Berlín para rodar documentales sobre la actividad germana en la Argentina y que fue contratado por Lumiton cuando se supo que estaba aquí." (Di Núbila 1959 p.91)

### **Montaje y compaginación**

Lazlo Kish (Debrecen, Hungría, 15 de febrero de 1904 - sin fecha de muerte)<sup>62</sup> llega a Buenos Aires el 31 de julio de 1932, convocado por los nuevos estudios Lumiton como montajista. Es

<sup>62</sup> Ladislao (Lazlo o Laszlo) Kish continuó activo en dirección cinematográfica y montaje en el cine italiano al menos entre 1840 y 1956. Hay poco registro de su vida posterior, pero distintos trabajos húngaros sobre cinematografía lo dan por vivo en 1990.



pionero en la compaginación del cine sonoro argentino, el primer editor de Lumiton y quien realiza el montaje de *Los Tres Berretines*. De Kish aprende el arte de la compaginación, Francisco Mugica, su sucesor. Regresó a Europa desempeñándose como director y guionista en el cine italiano de las décadas del '40 y '50.

Durante los primeros años el montaje quedó a cargo de dos figuras principales: Francisco Mugica y Juan Soffici casi totalizaron la lista de filmes en los años '30 y hasta comienzos de los años '40. Puede notarse aquí, nuevamente, el rol formativo del espacio técnico de Lumiton. Desde su irrupción en 1937 como jefe de montaje para *La vuelta de Rocha*, Soffici fue prácticamente el único que cumplió dicha función hasta 1941, realizó su último trabajo en 1942 con *Adolescencia*, y se desconoce su actividad posterior, si acaso es que la tuvo. La siguiente figura clave a cargo de montaje fue Antonio Rampoldi, quien condujo la edición de 45 filmes a partir de 1942, esto es, la inmensa mayor parte de la producción hasta la quiebra, e incluso dos de los cinco filmes del período 1952-55 en forma cooperativa. También estuvieron a cargo José María Beltrán en dos filmes, además de otras tareas en fotografía y asistencia técnica en otros filmes, Raimundo Pastore con cuatro montajes, como Beltrán, a comienzos de los '40, así como Nello Melli, con cinco, también en la primera mitad de los '40. Jacobo Spoliansky compaginó dos filmes en 1949 y Oscar Orzábal Quintana apareció en el tramo final, con seis filmes entre 1950 y 1951. Como compaginadores fueron presentados Lazlo Kish, Francisco Mugica, Juan Soffici, Claudio Bernal, José Cardella y Antonio Rampoldi.

### **Dirección de sonido**

Lumiton contaba con experticia en sonido desde el comienzo con el grupo fundador, sobre todo a través de César José Guerrico y Enrique Susini. No es de sorprender, entonces, que Guerrico apareciera como director de sonido en los primeros filmes, pero posteriormente sus compromisos en empresas radiofónicas, teatro, ingeniería e incluso la conducción del directorio de Lumiton, lo alejaron de esa función. Aparecen, entonces, otros nombres, algunos de ellos observados también en otras funciones en distintos momentos de la empresa. Entre Ellos, destacan Juan Mesa Sánchez, con dirección de sonido en 26 filmes, Rosita Rodrigo (en 18), José Alberani (12), Tito Livio (9), Cándido Hours (4), Raúl Orzábal Quintana, Francisco Mugica, Leopoldo Orzali. En la posición de Ayudante de sonido aparecieron Lorenzo Cotella (3) A. Sanzi (3), Raul Flores, Dusan Magerich (en 5 filmes). Gregorio Norrik, Manuel Dobarro (en 2), A. Colombi (en 5) y Armando Colombres en el filme que la Cooperativa realizó en 1959.

### **Producción, laboratorio y distribución**

Las funciones de producción, laboratorio y distribución fueron asumidas por Lumiton como empresa, incluso en la etapa de conformación como cooperativa. Pero mientras en distribución



el nombre Lumiton es el único que aparece, en producción y laboratorio aparece en ocasiones el nombre del responsable principal de esta tarea junto al de la empresa. Así, por ejemplo, en producción se presenta a Vicente Chas Madariaga, Alfredo Lafferriere, Néstor Maciel Crespo (en cuatro filmes), Catrano Catrani (en dos). La productora en la etapa de Cooperativa firma como Inti Huasi Lumiton, y además, en los últimos diez años, aparece más marcada la función de asistencia de producción, con Alberto Palomero (14 filmes) Franz Prchal (10 filmes), Ricardo Cotella, Francisco Ramasso. Jorge Manzone, Vicente Chas Madariaga, Horacio Parisotto. En alguna ocasión se indica también la función de Administración de estudio, a cargo de Héctor Duval. A medida que la industria consolidó funciones en los estudios y, sobre todo, que la presión sindical logró el reconocimiento de nuevas funciones y su crédito fílmico, aparecen funciones como Secretario general de producción (Alfredo Laferriere, por ejemplo) Jefe de producción (Gonzalo Palomero), Colaborador de producción (Carlos Mordasini), Jefe de producción (Alberto Palomero).

En Laboratorio se destacan Carlos Morganti (quien también incursionó en la actuación), Diana Maggi y S. Sánchez, con 34, 22 y 16 filmes cada uno, esto es, setenta y dos de los noventa y cuatro largometrajes terminados hasta la quiebra (setenta y siete). También cumplieron esta función Jorge Carlos Lemos (3), Hilario Castaño (4), Ángel Zavalía. Puede notarse nuevamente aquí la presencia de nombres que rotaron en distintas funciones en el equipo técnico.

### Otros

A medida que se consolidó el sistema de división de tareas, pero también, especialmente, cuando la presión sindical a fines de los años '40 requirió del derecho a los créditos por toda tarea, se fueron manifestando otras funciones. Por ejemplo, Microfonista: Alfredo Zanzi (3 filmes), Lorenzo Cotella, etc.; Ayudantes de montaje (Eduardo Ocana, 3 filmes, Claudio Bernal, 2, Oscar Orzábal Quintana, etc.); Capataces de reflectoristas (Agustín Roselló, Agustín Paco Lorenzo (2 filmes), Carlos Pelegrino; Reflectoristas (A. Nieves, R. Doyhenart y A. Lopez); Script girls (Susana Gallup, María Esther Guglielmino); Continuidad: (Nelo Melli); Capataz de filmación: (Agustin F. Rosello); Ayudante de filmación (Agustin Lorenzo), etc.

### **4.4.5 Personal de puesta en escena: escenógrafos, maquilladores, peinadores, vestuaristas, etc.**

El trabajo sobre puesta en escena fue clave en Lumiton, tanto por la excelente formación en dirección y producción teatral y de espectáculo musical que poseía el equipo desde la década precedente, como por el hecho de que el estudio se configuró principalmente con capacidad para filmación en interiores, priorizando las adaptaciones teatrales por sobre la capacidad de realizar filmes de acción con amplios planos secuencia en exteriores. De allí que este bloque



de tareas, si bien es semejante al técnico en su capacidad de formar nuevos recursos humanos, presentó un grupo mucho más compacto de responsables. Observaremos brevemente a continuación las personas e instituciones vinculadas a estas funciones en el marco del estudio.

### Escenografía

La continuidad de la conducción escenográfica de los filmes desde el primero al último filme de Lumiton es notoria y confirma la importancia de la lógica del estudio fílmico donde se produce todo el trabajo de realización. En esa continuidad, el escenógrafo por excelencia fue el arquitecto Ricardo J. Conord, quien estuvo a cargo del diseño de planos y construcción de los estudios Lumiton. Conord coordina las escenografías de *Los Tres Berretines* y de los 93 largometrajes concluidos por Lumiton hasta la quiebra en 1952, es el escenógrafo de setenta y ocho de ellos. Esto es, el 84 por ciento del total de largometrajes. En el resto, se hacen presentes emigrados europeos de la época de la segunda guerra mundial: el arquitecto Martín Eisler, especialista en diseño de muebles, estuvo a cargo en el caso de *Rigoberto* (1945). Jean de Bravura escenifica once filmes, comenzando con la exitosa *El Ángel Desnudo*, y entre 1947 y 1949 las otras diez, entre ellas todas las dirigidas por Christensen. También aparecen en colaboración Francisco Durañona y Vedia, Francisco Guglielmino, Ricardo Rodríguez Remy y Carlos Tajés, excepcionalmente acompañando o reemplazando a Conord, sobre todo en el período 1946-49. Conord también dirigió personalmente decorados y realizó la dirección artística completa en algunos de estos filmes. Puede notarse entonces que la presencia de Conord es constante hasta la quiebra de la empresa -volverá incluso en el primer intento de la etapa cooperativa, con *Mi hermano Esopo*, y como director artístico en el reintento de 1959- sólo reemplazado o acompañado excepcionalmente, y por personas de su confianza, excepto en el caso de Jean de Bravura, que ocupa un lugar destacado luego de la exitosa *El Ángel Desnudo* y hasta 1949 se ocupa de la escenografía de todos los filmes dirigidos por Christensen, más algunos más.

### Decorados

Aunque en numerosas ocasiones la función de decorados quedaba subsumida en la de escenografía, es atribuido a Carlos Tajés (32 filmes), Mateo Peralta (21), Domingo Márquez (acompañando a Tajés en tres filmes), Christian Drews (2).

### Maquillaje

En maquillaje se destacó Berta Gilbert, quien estuvo a cargo de maquillaje en 62 largometrajes, en seis ocasiones con la ayuda de María Esther Bordenave, con quien co-firmó la tarea. También estuvieron a cargo o asistiendo Ernesto Vilches (11 filmes), Chola Bartolomé (7),



Santiago Gómez Cou (6), Ricardo Alvarez Lamas, Max Citelli, Narciso Ibañez Menta (sólo su propio maquillaje) Maria Esther Bordenave, Martin Vega, Aída Fernández, Berta Weingartenhofer.

### **Vestuario y mobiliario**

Del mismo modo que en la producción teatral de sus integrantes, Lumiton inició labores de vestuario y muebles con personal propio, pero pronto optó por consolidar acuerdos con empresas. De este modo, Mauri Muebles estuvo a cargo del mobiliario en 22 filmes en coordinación con el trabajo escenográfico de Conord, y por este mismo tipo de convenio aparecieron H. Escalante por material quirúrgico, Peuser Limitada por útiles de escritorio (en dos filmes), Exposición Sajonia por objetos de arte, Arte Religioso Luis Barra y Cía (en dos filmes, uno de ellos como Sastrería Pontificia Luis Barra), Sastrerías Belfast (8 filmes), Sastrería Masculina Santerini, Sombreros Pilar, Casa Jalau (tres filmes), Sastrería Camacho (4 filmes), Peletería Suipacha (8 filmes para provisión de pieles). Entre los responsables individuales se destacaron Eduardo Lerchundi (once filmes), Héctor Ferngó (diez), Fausto Etchegoin (8), Lía de los Heross (8), José María Beltrán, Ramón Both, Pedro Marzialetti. Tita Merello, Pablo Lagarde, Jorge de las Longas o Llongas (2 filmes), Fanny Navarro, Ricardo Passano (3 filmes), Elvira C. Quintana (3 filmes) Elvira Ríos, Salvador Sinaí, Marcel Bregas, Edward S., Frida Loos (2 filmes), Antonio Momplet (2 filmes), Antonia Gonzalez. Elvira Remet. Saba G. M. de Saettone.

### **Caracterizaciones**

Las caracterizaciones quedaron, por lo general, subsumidas a maquillaje y vestuario, pero igualmente se la diferencia en numerosos filmes, mostrándose a cargo a Rosa Martín en 26 filmes, José M. Rey en 20, José Fernández, Vicente Notari y Casa de Combi.

### **Otras**

Se incluye la función de peinados, cuyos responsables más reiterados fueron Salvador Mammanna (31 filmes) y Alcides Vera (8), Utería de Filmación, a cargo de Ricardo Cotella (7 filmes), Adolfo Bocchi (3) y otros, Ayudante de Decoración (Francisco Uzal), Ayudantes de utería (Alberto Coscarelli, Carlos Mundo), Carpintero de filmación (F. Koch), etc.

## **4.4.6 Los intérpretes**

Aunque Lumiton fue un estudio clave en el lanzamiento definitivo al estrellato de figuras como Luis Sandrini o Catita, no cumple ese rol en forma excluyente, pues otros estudios también lograron la consagración de estrellas provenientes del teatro, del teatro de revistas, de la música



y hasta de la radiodifusión. Puede decirse que su irrupción fue pionera en la etapa del cine parlante junto a Argentina Sono Film, que logró éxitos clave que repercutieron en la conversión en estrellas de varios actores y actrices. La intencionalidad de construcción de estas estrellas, en algunos casos, se puede ver de forma explícita, por ejemplo, en el caso en la versión cinematográfica de *Los Tres Berretines* a Sandrini se le agregaron escenas en las que cantaba tango y que no estaban presentes en la versión teatral. Además, el estudio tuvo un rol muy significativo como fuente de trabajo para un amplio espectro de actores y actrices secundarios y de reparto, que se cuentan por decenas y centenas respectivamente a lo largo de las dos décadas de existencia del estudio.

Complementariamente, se confirma el habitual entrecruzamiento entre diferentes medios que permiten pensar en un tránsito fluido entre el *star system* teatral y el cinematográfico. La presencia de estrellas resulta fundamental para ligar determinados aspectos de estas dos industrias con otras que crecieron en el mismo período, como la revista y el espectáculo de variedades, el espectáculo musical, los periódicos especializados, la radiodifusión y la industria discográfica, entre otras. En el caso de Lumiton, el grupo fundador poseía vasos comunicantes muy sólidos con varias de estas industrias y los mantuvieron muy activos durante las dos décadas de su participación en Lumiton. En simultaneidad con el despliegue del estudio, Guerrico y Susini dirigieron teatros importantes en Buenos Aires, y permanecieron - especialmente Guerrico- en puestos claves en radiodifusoras de gran éxito. También mantuvieron vínculos con el ambiente de la crítica de espectáculos en el periodismo. Pero esos vasos comunicantes eran clave en la estrategia empresarial. Los vasos comunicantes que permitieron que los diversos medios interpelaran a sus públicos para asistir en masa al cine, estuvieron a cargo de las estrellas que circularon por distintos medios y géneros del periodismo y del espectáculo. Como indica Casale:

En el sistema local la estrella estuvo más ligada a un rol o a un género que a un estudio. Las figuras -ya populares por su actividad teatral o radial- pasaban de productora en productora, conservando, sin embargo, cierto estereotipo labrado a partir de sus primeras películas, aunque con margen para algunas variaciones, sobre todo mientras aún no se hubiera afianzado como tal o hubiera alguna demanda particular que satisfacer. La estrella tampoco estaba ligada a un director determinado, aunque algunos binomios fueran más estables, como el de Libertad Lamarque-José A. Ferreyra o Luis Sandrini-Luis Moglia Barth. En la repetición película a película, los astros adquirían sus rasgos prototípicos e iban fijando su texto-estrella (Casale 2018, p 248)

Lumiton funcionó como un punto de consagración de artistas forjados en el teatro, la radio o el tango en circuitos donde intervenía el grupo empresarial que fundó dicho estudio. En el caso de Sandrini, consagrado por el éxito teatral de 1932 y llevado inmediatamente al cine, encontró en este último una masividad de audiencia y una fama como estrellas definitivas. En el de Nini Marshall, su creciente fama radiofónica se transformó en estrellato cuando fue llevada al cine.



En algunos casos, roles muy juveniles implicaron la formación de estrellatos en el cine antes que, en otros medios, como fue el caso de Mirtha Legrand, quien empezó a actuar en cine a los trece años y alcanzó el estrellato, siendo la de mayor trascendencia en el tiempo en su generación. Es notorio en este sentido que Lumiton lograba detectar estrellatos ascendentes en el teatro y la radio, o incluso en el cine -Legrand actuó en dos filmes de otros estudios antes de consagrarse en Lumiton con *Los martes, Orquídeas*- pero no llevó adelante una estrategia de perfilamiento y crecimiento de actores o actrices que pudiera alcanzar el rango de estrellas asociadas al estudio en forma permanente. Todas las estrellas que se consagraron con filmes de Lumiton continuaron sus carreras en distintos estudios, y en varios casos, dejando Lumiton.

Se nota, en cambio, el empuje que significó Lumiton a la consolidación del campo actoral. El estudio, en lugar de trabajar con un plantel reducido de actores y actrices para sus roles de reparto y secundarios, tendió a habilitar una amplia circulación, que además se complementaba con el acceso a las compañías vinculadas a los teatros que administraban Susini, Guerrico y Romero, y a la radio, especialmente Belgrano, a través de Guerrico. La cantidad de actores y actrices que pasan por los filmes de Lumiton se halla en más de medio centenar, y los que más se repiten, lo hacen en un tercio de los filmes. Se trata de una amplia circulación. Considerando los elencos presentados en los créditos de apertura y cierre de los filmes, más algunas referencias documentales a participaciones no registradas en títulos, puede contabilizarse a simple vista más de medio millar de intérpretes cumpliendo alguna función, casi dos centenares de actores en roles principales (estelar o reparto), y más de cuarenta interpretaciones principales que, distribuidas en los 95 filmes del estudio (incluidos los posteriores a la quiebra y conversión en cooperativa), muestran un criterio de selección de una amplia gama de actores/actrices.

Entre los nombres con mayor reiteración se destaca el de Enrique Serrano<sup>63</sup>, con 31 filmes de Lumiton. Otros fueron Benita Puértolas (6), Fernando Campos (16), Miguel Faust Rocha (7), Juan Mangiante (15), Vicente Forastieri (7), Pedro Quartucci (7), Irma Córdoba (14), José María

---

<sup>63</sup> Enrique Serrano (1891 – 1965) fue un actor argentino nacido en España cuya familia inmigró a Buenos Aires siendo él un niño. Se inició muy tempranamente (en 1902) como actor cómico de teatro y circo. Integró la compañía de Florencio Parravicini y realizó también actuaciones cinematográficas en la etapa temprana del cine mudo nacional, entre ellas *La batalla de Maipú* de Mario Gallo (1910). En 1935 se consagra como actor de cine sonoro con *El Alma del Bandoneón*, dirigida por Mario Soffici (fue su primer filme) que no fue producida por Lumiton sino por Argentina Sono Film, pero que tiene en común con su competencia la constante presencia del tango y también la de la radiodifusión. En este filme Serrano compone un protagonista que es la contracara del héroe principal, y que conforma un arquetipo que reiteró con éxito. La película fue protagonizada por Libertad Lamarque y Santiago Arrieta y cuenta con la primera interpretación para el cine del tango *Cambalache*, de Enrique Santos Discépolo, en una escena antológica donde la dirección de cámara realiza un plano secuencia que fusiona la visión del estudio de radio con los rostros de los oyentes en sus hogares. De este modo, Serrano irrumpe como estrella típica, circulando en el ambiente del teatro y el cine en forma indistinta, componiendo personajes cuyas características reitera, en historias de formato similar, y consagrándose frente al público en filmes que vinculan cine, teatro, tango y radiodifusión. *El alma del bandoneón* fue estrenada en febrero de 1935, y apenas un mes más tarde Serrano aparecía en *Noches de Buenos Aires*, de Manuel Romero, iniciando su largo vínculo con Lumiton, protagonizando 31 de los siguientes 33 filmes que protagonizó durante los años en que continuó existiendo Lumiton. En dicho período, sólo *Don Fulgencio* (1950) producida por Interamericana, y *La calle junto a la luna* (1951) por Emelco, fueron protagonizados por Serrano fuera de Lumiton. La continuidad de Serrano, iniciada con Romero, se mantuvo cuando el estudio comenzó a realizar trabajos de otros directores, prácticamente hasta el final de Lumiton.



Fernández (8), Juan Carlos Thorry (14), Tito Lusiardo (11), Santiago Arrieta (6), Roberto Blanco (8), Mecha Ortiz (8), Enrique Roldán (12), Niní Marshall<sup>64</sup> (7), Sabina Olmos (9), Marcelo Ruggero (7), Enrique Roldán (12), Arturo García Buhr (8), Tito Alonso (9), Celia Podestá (12), Pepita Serrador (8), Mirtha Legrand (11), Silvana Roth (7), Ernesto Vilches (9), Narciso Ibáñez Menta (8), Osvaldo Miranda (8), Olga Zubarry (14), Roberto Escalada (12), María Duval (6), Hugo Pimentel (13), Susana Freyre (8), Hugo del Carril (5), Tita Merello<sup>65</sup> (4), Pepe Arias (5), entre varios otros.

Pero la inmensa mayoría de los intérpretes de protagónicos o reparto principal participaron en entre dos y cinco filmes del estudio, en tanto muchos participaron en uno solo. Puede notarse aquí tres perfiles en los intérpretes que aparecen más reiterados: aquellos que tenían una relación regular de trabajo con los teatros que dirigían Susini y Guerrico, aquellos que además de actuar tomaron otras tareas (guion, fotografía, asistencia de montaje, etc.) o aquellos intérpretes cuyas carreras crecieron en el segundo período de Lumiton, cuando el rol casi excluyente de Romero en dirección y guion dejó paso a Christensen, César Tiempo y Julio Porter. Ejemplo de lo primero son figuras clave como Serrano, Thorry, Lusiardo, Roldán, Podestá, Serrador, Pimentel y Escalada. De lo segundo, personajes como Mangiante, Marshall, Ibáñez Menta, Faust Rocha y Roldán. De lo tercero, destaca como ejemplo Mirtha Legrand.

En cambio, personajes de enorme éxito en teatro primero, pero consagrados por el cine, como Sandrini, quien salta al estrellato con la paradigmática *Los Tres Berretines* y tiene luego protagónicos que lo llevan a encabezar títulos y afiches, no pasan de cinco filmes en total, apenas el cinco por ciento de la producción de Lumiton. Lo mismo puede decirse de otros

---

<sup>64</sup> María Esther Traverso, *Niní Marshal* (1903-1996), era redactora de la revista especializada en espectáculos, sobre todo radiofónicos, *Sintonía*, usando Mitzy como seudónimo. De allí pasó a la radio, actuando como intérprete de canciones en programas de radio de diverso género, y como humorista, anticipando el estilo que la consagraría, formando un dúo cómico con Juan Carlos Thorry, quien la acerca al ambiente teatral, y la contacta a su vez con Manuel Romero. Es Romero quien la convoca a Lumiton en doble rol de guionista y actriz protagónica (ambos roles compartidos), en *Mujeres que trabajan* (1938), que la catapultó a la fama, y luego la trilogía *Divorcio en Montevideo* (1939), *Casamiento en Buenos Aires* (1940) y *Luna de Miel en Río* (1940), siempre bajo dirección de Romero, que la consagró definitivamente. Marshall continuó su carrera bajo dirección de Amadori en otros estudios, y tuvo que exiliarse en 1943 debido a la persecución política con la excusa de las políticas del "buen uso" del idioma, dado que los personajes arquetípicos de Marshall, Catita y Cándida, hablaban el lenguaje coloquial urbano de los sectores populares, especialmente descendientes de inmigrantes. En 1950, nuevamente, deja de recibir ofertas de trabajo en cine, renaciendo a la fama ya en la época del auge de la televisión, en los años '60, aunque también continuó haciendo radio y teatro.

<sup>65</sup> Laura Ana "Tita" Merello (1904 – 2002) fue una de las primeras voces femeninas del tango canción que alcanzó fama, ya en la década de 1920. Comenzó como corista en la compañía de Rosita Rodríguez en el Teatro Avenida hacia la misma época en que Gardel lanzaba a la fama *Mi noche triste*. Debutó como actriz de teatro en 1920, ascendiendo en el ambiente del teatro de revista como vedette, combinando la actuación con el canto y tomando contacto con cómicos con los que trabajaría en el cine sonoro y en Lumiton, como Luis Arata y Pepe Arias, actores como Elías Alippi y Sofía Bozán, y dramaturgos como Luis Bayón Herrera, en una de cuyas obras estrenó el tango "Leguisamo Solo" en 1925, tema que alcanzaría enorme fama. Desde entonces, atravesó una carrera discográfica exitosa y ascendente, grabando para RCA y Odeón, continuando en el teatro, especialmente el sainete. Junto a Libertad Lamarque protagonizó el filme *¡Tango!*, producido por Argentina Sono Film y uno de los dos primeros de la nueva era parlante junto a *Los Tres Berretines* de Lumiton, y alcanzó el nivel estelar en *La Fuga* (1937) bajo dirección de Luis Saslavsky y producción de Pampa Films. Con Lumiton tuvo su momento consagrador como estrella en *Noches de Buenos Aires* (1935), luego de la cual estuvo dos años sin recibir propuesta alguna para cine. En pareja con Luis Sandrini, en 1946 se radicaron en México para cumplir contratos de filmación. Volvieron en 1947, iniciando una serie de filmes consagradoros para Argentina Sono Film y otras productoras, retomando vínculos con Lumiton con el thriller *Morir en su Ley* (1949) y sobre todo con *Filomena Marturano*, estrenada en 1950, con enorme éxito (estuvo más de un año ininterrumpido en cartelera). Merello continuó su extensa carrera en cine, teatro y televisión hasta la década de 1980. Sobre *Noches de Buenos Aires* dice Di Núbila (1959, p. 68-69: "Sus actores -Tita Merello, Fernando Ochoa, Enrique Serrano, Irma Córdoba- se desarrollaron con soltura y espontaneidad, en evidente progreso sobre tantos de sus antecesores. El filme narró un melodrama policial común, aderezado por eficaces golpes cómicos, ostentó buena técnica, destacó la colorida y vibrante personalidad de Tita Merello y fue un éxito".



artistas como Merello, Arata, Parravicini, Hugo del Carril, Aníbal Troilo, Rayito de Sol, etc. Estas figuras encontraron en el auge del cine un punto de expansión de sus carreras en el teatro (Sandrini, Merello, Arata, Parravicini), la música ciudadana (del Carril, Troilo) o el teatro de revista. Pero continuaron con su otra carrera como principal, o bien, como en el caso de Sandrini, cuando lograron asentarse en el *star system* porteño ganaron capacidad de negociación y circulación por distintos estudios.

Luis Sandrini fue un personaje fundamental en esta etapa naciente del cine sonoro argentino porque aparece en las dos películas que le dieron inicio, logrando la sinergia entre distintos dispositivos mediáticos (el teatro, donde había tenido gran éxito con *Los Tres Berretines* en 1932, y el cine, con *Los Tres Berretines* y *¡Tango!*, de 1933). El actor aportaba su fama teatral al cine y el cine lo consagraba como una estrella de masas.

Luego de este gran salto, Sandrini es uno de los primeros actores de la nueva etapa en ganar cierta autonomía respecto de los estudios, tanto a la hora de elegir qué contrato o filme aceptar, como a la hora de fijar sus honorarios, que al principio eran una parte infinitesimal de las ganancias de los estudios. Su cachet había sido de diez pesos moneda nacional por día de filmación en *¡Tango!*, y el doble por *Los Tres Berretines*, filme basado en un argumento teatral especialmente modificado para él de modo que su parte tuviera más relevancia que la del personaje interpretado por Luis Arata, que contaba con el protagónico en la versión teatral de 1932. Pero estos filmes lograron una relación entre inversión y retorno muy eficiente para los empresarios de cada estudio, con presupuestos en torno a los quince a treinta mil pesos que significaron luego una recaudación superior al millón (Casale, 2018, p. 250-251). Agrega Casale:

Las ganancias de la película [*Los tres berretines*] fueron de tal envergadura (llegaron al millón de pesos) que el actor fue recompensado con \$600 y la peluca que había usado. Su popularidad a partir de ese mismo momento fue inmensa. Un año después, por *Riachuelo*, cobraba \$5000 más el 10% de las utilidades. En el film su personaje se llama Berretín y tiene características similares a los dos anteriores: su texto-estrella iba consolidándose rápidamente. Para 1940, habiendo creado y fundido su propia productora, su cachet había ascendido a \$75.000 y estaba en condiciones de elegir él mismo el director de los films que protagonizaba (Casale, 2018, p. 250-251).

En efecto, como se ha visto en la sección anterior, Sandrini intentó poco después de *Los tres Berretines*, junto a John Alton, una realización independiente de Lumiton que resultó totalmente fallida, y más adelante, en 1937<sup>66</sup>, al reintentar con su propia productora volverá a caer, recuperando su economía personal gracias a su capacidad de negociación de su cachet de

<sup>66</sup> "Ese mismo año, con todo lo ganado, más algunos bienes que acercó la actriz Chela Cordero, su primera mujer, Sandrini fundó su propia productora: Corporación Cinematográfica Argentina. La primera película que produjo fue *Callejón sin salida*, que marcó el debutó como director cinematográfico de Elías Alippi" (Pastorino y Aguilar, 1994, p.42).



actor. Ya se había adaptado por completo al modelo del *star system* y de producción industrializada por géneros<sup>67</sup>, llevando al cine, la radio, el teatro y más adelante la televisión, aquellos personajes arquetípicos exitosos en alguna obra, como sucede con Felipe. Agrega Casale:

Si bien su personaje más famoso fue Felipe, cuyo antecedente es el Eusebio de Los tres berretines, nunca lo interpretó como tal en cine, sino solo en radio (a partir de 1944) y televisión. Sin embargo, antes y después, todos los papeles a los que dio vida en la pantalla tuvieron algo de él: de condición humilde y respuesta rápida; vivillo o torpe, pero siempre de buen corazón; capaz de acciones desdeñables, pero pronto para el arrepentimiento; con un tartamudeo que fue haciéndose más sutil a medida que avanzó en su carrera. Su modo de actuación, propio del actor popular, junto con su muy expresivo rostro de ojos saltones, fueron el sello de su texto-estrella, más allá de cualquier personaje (Casale, 2018, p. 250-251).

Para Lumiton el éxito de los filmes con protagonismo estelar de Sandrini fue tan alto que impactó en el desarrollo de su propia infraestructura:

Los dos sellos más importantes que hasta el momento existían en el país, Argentina Sono Film y Lumiton, tenían circuitos de distribución propios y realizaban productos distintos, dirigidos a públicos distintos. En 1935, Sandrini filmó *La Muchachada de a bordo*, producida por Lumiton con la cooperación de la Marina, que se estrenó el 5 de febrero del siguiente año en el cine Monumental. El libro y la dirección fueron de Manuel Romero y el elenco estaba integrado por Tito Lusiardo, Santiago Arrieta, José Gola, Benita Puértolas y Alicia Barrié. Costó treinta mil pesos y con las ganancias que dio, el estudio levantó cuatro nuevas galerías en su planta de Munro, además de ampliar su laboratorio y el material escenográfico (Pastorino y Aguilar, 1994, p.39)

Pero a su vez, los vasos comunicantes entre distintos dispositivos asociados al *star system* y a la industria del espectáculo, así como la competencia entre las empresas, generaron que al menos una parte de estas ganancias extraordinarias se distribuyeran en una puja que en los años '40 habría de incorporar muchas más partes (todos los sectores de trabajadores, en primer lugar), pero que en los años '30 se notó especialmente en el caso de las tempranas estrellas del cine sonoro. Los costos promedio de los filmes en 1933 rondaban los veinte mil pesos. Para fines de la década, ya alcanzaba los cuatrocientos mil, y hacia 1947, los setecientos mil. Dice Casale:

Las producciones resultaron más y más costosas, no solo por el mayor despliegue que implicaron, sino porque, en la medida en que las ganancias fueron creciendo exponencialmente,

---

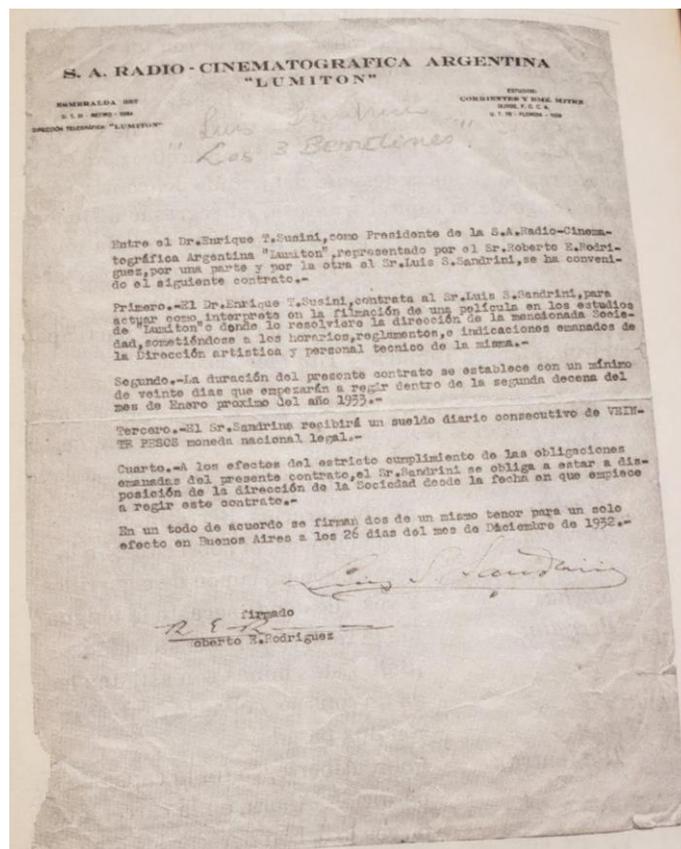
<sup>67</sup> Aunque pudiera suponerse más producto que trabajador, la estrella tiene, no obstante, beneficios y obligaciones propios de esta segunda categoría, ya que como producto no es uno terminado, sino uno en permanente construcción. Entre los beneficios puede contarse el abultado cachet, que asciende a medida que la estrella se afianza como tal; la estabilidad laboral a través de contratos a largo plazo en exclusividad y, en algunos casos, la injerencia en decisiones relativas a otras áreas, inclusive algunas de índole estrictamente estética (vestuario, peluquería, pero también, elección de directores y guionistas, cantidad de primeros planos, tamaño y orden en los créditos). Como contrapartida se compromete a encarnar el personaje para el cual ha sido elegida y a someterse a todas las limitaciones que proponga el estudio para dar forma a su vida privada con objetivos publicitarios. Así, se dice que Buster Keaton tenía prohibido por contrato reírse en público y las estrellas que interpretaban roles de vírgenes debían mostrarse siempre recatadas. El control podía llegar a ser muy férreo y era imposible apartarse de este guión sin tener consecuencias. (Casale, 2018, p.247)



cada uno de los involucrados en su realización pretendió la parte de los beneficios que creyó generar. Las estrellas fueron quienes con mayor rapidez vieron incrementarse sus salarios, ya que estaban en mejor posición para negociar sus contratos: eran sus nombres los que llevaban al público a las salas, la marca de las películas. Una buena manera de delinear el star-system en sus primeros años es, precisamente, seguir la pista del dinero, ya que la categoría estrella le cupo a todas las figuras destacadas tanto del cine, como de la radio y el teatro, indiscriminadamente, según el uso que hicieron del término las revistas especializadas (...) Los primeros artistas en alcanzar el estrellato en nuestro medio fueron, sin duda, Luis Sandrini y Libertad Lamarque -a los que muchos autores llaman "monstruos" por la dimensión alcanzada-, (Casale 2018 p.250)

Y desde el cine, esta lógica impregna a la radio y el teatro, las regiones "fundantes" de la cinematografía sonora argentina:

Por otro lado, la cifras que recibían las estrellas a cambio de su labor, desproporcionadas con respecto a las de los protagonistas en otros ámbitos como el teatro o la radiofonía, trajo aparejados cambios en dichos sistemas concomitantes, que no podían generar iguales ganancias. En 1940, la revista *Sintonía* daba cuenta del paso de las estrellas de la pantalla a los radioteatros -que por entonces ya representaban el sesenta por ciento de la programación- con el consiguiente aumento de los sueldos. Algo similar sucedía con el teatro, como queda reflejado en una nota de 1942 de la misma publicación en la que se da cuenta de que "el cine va dejando sin gente al teatro". Evidentemente, el star-system, ya consolidado, produjo un reacomodamiento de los sistemas relacionados, mejorando las condiciones laborales de todos los actores, cualquiera haya sido el ámbito de su desempeño (Casale 2018.253)



Contrato de Luis Sandrini para protagonizar *Los Tres Berretines* (Fuente: Pastorino y Aguilar, 1994, P. 34)



## 4.5 Dificultades, crisis y caída de Lumiton: el cierre de los estudios y el intento de continuidad como cooperativa

Ya desde la década de 1930 se habían notado dificultades para aumentar la cantidad de filmes por año producidos por el estudio, y a su vez, para competir temáticamente tanto con otros estudios nacionales como con los que provenían de Estados Unidos, cuya industria se hallaba en franca expansión, una vez reconvertida a su etapa sonora y superado el peor momento de la Gran Depresión. Los estudios estadounidenses en plena edad de oro de Hollywood<sup>68</sup> volvían a disfrutar del lugar clave de Argentina como importador de filmes de ese origen que ya se observaba en la década de 1920, agregando nuevos géneros y estrategias de distribución, e incursionando en el cine a color, que en Argentina demoraría muchos años más en generalizarse<sup>69</sup>. En nuestro país, estudios como Argentina Sono Film habían ganado terreno en la exploración de locaciones en distintos puntos del país para realizar filmes con mayor despliegue de acción y secuencias en distintos lugares, tanto para narraciones históricas como comedias y dramas de ficción, en una estrategia que los congraciaba, además, con las políticas del Estado predominantes para el cine.

Sin embargo, Lumiton logró mantenerse como uno de los principales estudios gracias a su afianzamiento del melodrama, género que Manuel Romero manejaba con maestría y la irrupción de Christensen con temas y tratamientos novedosos e innovadores. Sin embargo, el grupo original de los cuatro “locos de la azotea” fue retirándose poco a poco de la conducción directa y cotidiana del estudio. Mugica había quedado ya en los '30 en España, a cargo de los intereses de la compañía Vía Radiar; Romero Carranza priorizaba otros proyectos profesionales; Susini se había interesado mucho más por el reconocimiento artístico que por la gerencia cotidiana de la empresa: luego del fracaso de *Ayer y Hoy* presentó muy pocos proyectos, pero orientados a buscar dicho reconocimiento, que logra con el estreno en 1938 de *La Chismosa*, con la que obtuvo el premio al Mejor Director en el Festival de Venecia, primer

<sup>68</sup> La mayor parte de los historiadores coincide en hablar genéricamente de “Edad de oro de Hollywood” o “Era dorada de Hollywood” al período que se abre con el fin de la etapa pionera a mediados de la década de 1910, y concluye con la masificación definitiva de la televisión a escala internacional en la década de 1960. También suele hablarse genéricamente de “Edad de Oro de Hollywood” en referencia a un período más acotado: el abierto con la consolidación del sistema Movietone en 1932 y la imposición de la Ley Antimonopolios en 1948 en los Estados Unidos por ser el momento de máximo despliegue del *studio system* de las grandes compañías oligopólicas, las *Majors*. Versiones intermedias enmarcan en un período clásico dorado a una “primera edad de oro” cuando se producen grandes negocios con la industrialización del cine norteamericano y el triunfo del *star system* y el *studio system* entre 1915 y 1930, en tanto que al período 1932-48 se lo diferencia como “segunda edad de oro”, y el de las primeras coexistencias con la TV en el contexto de reinención del negocio luego de 1948, la “tercera edad de oro”, extendida hasta la reinención del negocio con la revolución del audiovisual hogareño y la mutación digital.

<sup>69</sup> En 1934 se había comenzado a utilizar con éxito el sistema Kodacolor en el cine estadounidense, aunque el blanco y negro persistió mucho tiempo por diferencias de costos, requerimiento de amortización de equipos en uso activo, y tendencias estéticas predominantes entre los cineastas. En 1937 Disney demostró que era posible una producción de largometraje de dibujos animados de gran éxito de taquilla con Blancanieves, y en 1939 el estreno de *El Mago de Oz* hizo lo propio con el cine de ficción con actores y escenarios filmados. Al año siguiente, *Fantasia* vuelve a revolucionar el mercado fílmico. Ya en la segunda posguerra el color comienza a generalizarse y aprovecharse en puestas en escena, indumentarias y decorados, especialmente en las superproducciones musicales y en las épicas. En 1951, John Alton, quien había continuado desde 1939 en Estados Unidos su carrera en el cine Blanco y Negro como figura clave del *Film Noir* en fotografía, fue el responsable de fotografía de las escenas de ballet en *Un Americano en París* (1951), filme candidateado al Oscar ese mismo año.



premio internacional para un filme argentino, y radicándose en Italia, entre 1938 y 1940, donde dirige y estrena en 1939 un filme italiano (*Finisce sempre così*) en el que actuó Vittorio de Sica, conduce un importante teatro de ópera y dirige también obras operísticas en teatros muy prestigiosos de Italia. A su retorno dirige su último film, *Embrujo* (1941), de gran despliegue en producción y ambicioso en su orientación al mercado internacional sudamericano, con una temática de romance histórico ambientado en la corte de Brasil. Quedaba entonces mucho más ligado a la conducción permanente del estudio José Guerrico, quien, a pesar de actuar simultáneamente en gestión teatral, dirección técnica de emisoras de radio y otros negocios, continuó ejerciendo su conducción e intentando mantener su competitividad.

Un punto de quiebre se produjo con el golpe de Estado de junio de 1943. Por un lado, el cambio de gobierno significó por primera vez para Guerrico la pérdida de contactos directos con las máximas autoridades del Estado, de los que dispuso ampliamente en los años '20 y mucho más luego del golpe de septiembre de 1930, cuando, simbólicamente se lo ve conduciendo el vehículo que transporta a Uriburu a tomar posesión de la presidencia, y cuando, también, familiares directos ocupan cargos clave en el gobierno de la ciudad y de la Nación, que le facilitaban el acceso a diversos negocios en el ámbito de los espectáculos y de la radiodifusión y el cine. En la segunda mitad de los años '30 una parte del nacionalismo que había apoyado en su momento a Uriburu era muy crítico de los límites temáticos de la filmografía de Lumiton, y algunos funcionarios de cultura hostigaron en cierta medida al estudio al obligarlo a un absurdo cambio de nombre de un film (el ya mencionado caso de *Tres Argentinos en París*), entre otras señales de conflicto.

Aun así, el estudio mostró capacidad para apoyarse en aquellas experiencias y géneros, con sus actores preferidos también, que mostraban más éxitos, y trató de no insistir en la misma línea cuando tropezó con fracasos comerciales. Pero a su vez, esta respuesta orientada a cierta especialización en algunos directores estrella, en ciertas fórmulas temáticas y de género, agregaba dificultad a la ya generada por el cuello de botella de productividad del estudio, que no permitía más de entre dos y cuatro estrenos por año, salvo excepciones y al costo de alquilar otros espacios de filmación. Por si fuese poco, la variación innovadora de la oferta (por ejemplo, al habilitar la filmografía de Christensen, tan distinta de la clásica de Manuel Romero con sus temas costumbristas y sus tangos cantados en escena), produjo varios éxitos de taquilla y crítica, pero alienó parte del público fiel al estilo de Romero. Paradójicamente, Christensen había sido descubierto por Guerrico cuando triunfaba como guionista de radioteatro dramatizando historias de letras de tangos.

Pero tras el golpe de 1943, la reformulación de las reglas de juego en las políticas de subsidio estatal y la transformación de las normativas de relaciones entre trabajadores y empresarios



presentaron nuevas dificultades que se sumaron a las precedentes y descolocaron a Guerrico, quien en más de una ocasión expresó ante colegas su incomodidad ante las nuevas reglas de juego. En 1983, el historiador Abel Posadas rescataba expresiones de los protagonistas plasmadas en el libro *Reportaje al Cine Argentino*, de Francisco Mugica (1978), en el contexto de lo que posadas califica de “desubicación de Lumiton frente al momento que estaba viviendo el país”:

En marzo de 1949 Raúl Alejandro Apold fue nombrado subsecretario de Informaciones de la Presidencia de la Nación y se convirtió, de hecho, en el hombre que dirigiría los destinos de las productoras en Argentina. Lumiton tenía programadas seis películas para 1950, todas las cuales se estrenaron, y algunas, como *Cinco locos en la pista* (36) o *Cartas de amor* con recaudaciones algo más que discretas. Resulta entonces sumamente extraño que César Guerrico decidiera en noviembre de 1949 —el año de la ascensión de Apold— vender su stock mayoritario de acciones. ¿Qué explicación puede tener esto? No nos conforma, volvemos a repetirlo, el hecho de un enfrentamiento con los sindicatos. Se trataba más bien de una desubicación de Lumiton frente al momento que estaba viviendo el país. Estaban dispuestos a quebrarse pero no a doblarse, según su óptica particular. “Cuando decayó Lumiton, usted le decía a un obrero cualquiera: “Por favor, alcánceme una maceta, que falta aquí una planta”, y él le contestaba: “A mí no me corresponde”” [citado de Mugica, 1978, N de la A]. Podría haber ocurrido que los obreros de Lumiton estuvieran hartos de la explotación y se tomaran su revancha. ¿Por qué no, después de todo? Los millones no eran precisamente para el personal técnico ni para las supuestas estrellas. Todo el mundo sabía de qué manera se trabajaba en Lumiton y el sistema de explotación a que eran sometidos los empleados, un sistema que estaba cubierto bajo un manto de riguroso paternalismo (Posadas, 1983, reproducido fielmente por revista *Taipei*, marzo de 2021, nota 37).

A ello se agrega la constante restricción en la provisión de celuloide, hecho que ya en los años '30 había sido expresión de presiones oligopólicas que la industria argentina resistió, pero que se agravó con la Segunda Guerra Mundial, y amenazó extenderse cuando a partir de 1943 el bloque Aliado miró con profunda sospecha el neutralismo del gobierno argentino. Como señala Di Núbila:

Con la iniciación de la escasez de talentos coincidieron otros gravísimos problemas. En primer término, figuró el abastecimiento de película virgen, que sólo podía obtenerse en Estados Unidos, donde su exportación estaba sujeta a permisos de embarque a causa de las restricciones de guerra; otra dificultad era obtener aquí del Banco Central los permisos de cambio necesarios para importarla.

Al concluir el primer trimestre de 1942 sólo dos empresas, Lumiton y Argentina Sono Film, admitieron tener reservas para el resto del año, pese a lo cual impusieron un sistema de racionamiento en sus filmaciones y tiraje de copias. Se iniciaron activas gestiones ante el gobierno para obtener divisas y se logró en primer término la formación de un Subcomité asesor de la Industria Cinematográfica, dependiente del Ministerio de Agricultura, para estudiar a fondo la cuestión y proponer soluciones; este Subcomité calculó las necesidades para 1943 en 13.183.400 metros, por un valor de \$ 1.126.562. Se obtuvieron las divisas, se telegrafieron los pedidos y se consiguieron bodegas para el transporte. Pero Washington no dio permiso de embarque. (Di Núbila 1958 p.2013-214)



En tal marco, Lumiton se asocia con los ingenieros Raúl Orzábal (quien también fue parte de Lumiton desde el inicio) y Andrés Noiseaxu conformando la empresa de fabricación de celuloide DELTA en 1944. Pero el proyecto fracasa y al año siguiente se ve obligado a cerrar.

### **Lumiton en años del primer gobierno peronista**

Esta etapa se profundizó con la irrupción y triunfo electoral del peronismo, que inició su gobierno en junio de 1946. Otros productores con mejores vínculos con las políticas culturales del gobierno obtenían subsidios, los trabajadores obtenían nuevos derechos que implicaban nuevas posiciones laborales (en los títulos de los filmes se nota un abrupto aumento de las menciones a nuevas funciones técnicas), las búsqueda de apoyo estatal ofrecía ahora resultados esquivos y, por ejemplo, Susini, a pesar de su trayectoria y contactos internacionales, debió hacer su Festival de Cine de Mar del Plata, en 1948<sup>70</sup>, sin apoyo ni presencia alguna del Estado, hecho que contrastará notoriamente con la apropiación estatal del Festival en 1954. La competencia del cine estadounidense es feroz, mientras comienza a renacer el cine europeo a medida que la posguerra permite el avance en la reconstrucción. En tal marco, el estudio aumenta la proporción de proyectos basados en adaptaciones de obras de teatro y novelas ya consagradas internacionalmente, en un intento de mejorar la competitividad internacional.

Entre 1947 y 1949 las tensiones y conflictos sobre las funciones, lo que correspondía hacer a cada profesional y los derechos laborales de salario, vacaciones, etc. fueron *in crescendo*, hasta que en 1949 Guerrico opta por vender toda su participación en Lumiton a un empresario ligado al peronismo en ese momento, y que provenía del ámbito de proveedores del Estado con amplios contactos con la política: Néstor Maciel Crespo. Aunque la nueva titularidad procuró mostrar continuidad y aquellas funciones técnicas como producción, decoración, maquillaje y peinados, musicalización, montaje, etc. permanecieron con relativa semejanza respecto de la etapa anterior, en aspectos sustanciales como dirección, guion y actuación se notó un reemplazo importante. Muchos ex integrantes o actores y actrices habituales obtienen mejores contratos con otros estudios. Oyarzabal ya había fallecido.

A pesar de que existen leyes proteccionistas tanto para el cine como para la interpretación en vivo asociada a su industria, elemento que el grupo Lumiton hubiese podido aprovechar dada su experiencia en ambos espacios del espectáculo, el trasvase a la nueva propiedad llevó de inmediato la industria a su crisis. La nueva sociedad encabezada por Néstor Maciel Crespo

---

<sup>70</sup> El Primer Festival del Cine Argentino (1948), si bien no aparece en la cronología oficial del Festival Internacional de Mar del Plata es considerado por la propia organización como una edición predecesora y se realizó en la misma ciudad que lo alberga todos los años. Existen amplios registros fílmicos entre los que se encuentra el n°404 del Noticiero Panamericano producido por Argentina Sono Film donde se aprecia a Susini supervisando los preparativos.



contaba con el dominio técnico que sí tenía el grupo original, ni los vínculos con la industria de la música y el teatro, ni posee tampoco un plan para dar libertad de acción a directores y guionistas en alguna línea concreta de trabajo. 1949 marca la última obra de Christensen con Lumiton. Y apenas pocos meses después de la venta, Lumiton se orienta a producir películas de bajo presupuesto y en tiempo récord. 1950 es el último año en el que Manuel Romero dirige una película en Lumiton, *Valentina*, con Olga Zubarry, Juan José Míguez, Elena Lucena y Severo Fernández, y poco después, Lumiton despide a Zubarry. Y al año siguiente, los estudios son intervenidos por la justicia ante demandas por cortes en la cadena de pagos. Lucas Demare se hallaba entonces en plena filmación de *Un guapo del 900*, y se ve obligado a interrumpir el rodaje, que ya no podrá retomar. Lumiton pide la quiebra definitiva.

Mientras el personal técnico de Lumiton logra recibir bienes que le permiten conformar una cooperativa para intentar la continuidad del estudio y su prestigioso nombre (*Martín Pescador*, dirigida por Enrique Ber Ciani con protagónico de Beatriz Taibo y Enrique Serrano, se considera la primera producción cinematográfica cooperativa en el país), figuras clave de la historia de Lumiton como Guerrico y Susini se encuentran abocados a otro proyecto muy diferente: el nacimiento de la televisión argentina, en la que tienen un rol clave en la parte técnica de sonido, pero también en la dirección de programación, y ya en la etapa de mayor desarrollo comercial en los años '60, en el caso de Guerrico, la producción comercial de programas. Guerrico y Susini, que habían manifestado tener tantos problemas con la sindicalización del personal de cinematografía y con la falta de acceso a contactos estatales bajo el peronismo, logran un rol clave en el nacimiento de la TV como proyecto del Estado gracias a Eva Duarte de Perón, que valoraba gestos éticos que había tenido Susini con ella en el año 1945, en el momento de la prisión de Perón. De allí que pudieron estar en la primera línea del nuevo medio, reiterando su capacidad técnica, pero también mostrando nuevamente ciertas diferencias de proyecto personal: mientras Guerrico priorizaba la eficiencia empresarial de la programación en términos de contenidos, publicidad y gestión, Susini reiteraba su interés por el uso cultural del medio, la difusión de las bellas artes, etc. De allí que la trayectoria televisiva de Guerrico fuese más extensa, pues se halló más adaptable a las nuevas reglas surgidas con la irrupción de los canales privados en los años '60.

La Cooperativa Lumiton, en cambio, no logra devolver a la marca su antiguo prestigio y éxito. Bajo el paraguas de otra productora realiza apenas *Martín Pescador* en 1951 y *El Baldío* en 1952, y ya con el formato explícito de cooperativa Inti Huasi Lumiton, otros tres filmes entre 1954 y 1955, de temática y planteos diferentes a lo realizado hasta entonces, con una rotación notable de directores y guionistas y sin hallar una fórmula que les permita recuperar éxito ni sustentabilidad económica. Habrá un segundo intento en 1959, 60 y 63 con otros tres filmes, pero la cooperativa, primero, y luego la Fundación que obtiene los bienes inventariados tras el



fin de la intervención judicial en 1960, aunque obtiene ingresos alquilando el estudio, no alcanza el nivel de sustentación y cierra definitivamente.

Paradójicamente, mientras una parte del personal de Lumiton intenta mantener con vida el estudio y dar continuidad a su prestigio y trayectoria, proyecto que falla por completo, es en el marco de la televisión que se alimenta la memoria y la leyenda de este estudio. Es la constante reposición televisiva de los viejos filmes de la primera edad de oro del cine argentino en los horarios televisivos diagramados para tal fin, que Lumiton logra permanecer en la memoria colectiva como el estudio “del Gong”. Aquellos filmes realizados con estudios y exteriores muy por debajo de las posibilidades de producción hollywoodense encuentran en la televisión un ámbito al que -en los años '50 y '60- el gran cine no accede pues continúa amortizando su inversión en los circuitos de sala hasta llegar mucho más tarde a la posibilidad de emisión televisiva, a lo que se agrega la continuación de la emisión en blanco y negro en Argentina hasta 1980. Por ello la competencia estadounidense en la televisión argentina es en gran medida de series y filmes producidos especialmente para la TV, filmados en blanco y negro y con condiciones de producción y dirección de cámara mucho más reducidos que en el circuito de las *majors* (Castro de Paz, 1999).



## Conclusiones

Esta tesina se propuso describir la experiencia del grupo fundador de Lumiton en el contexto de su protagonismo como pioneros de la radiodifusión a comienzos de la década de 1920 primero, del cine sonoro luego, y secundariamente de la televisión en la década de 1950, sin perder de vista su activa participación en el negocio del teatro y otras actividades tanto del campo artístico como empresarial. Este recorrido consideró las prácticas y las experiencias que fueron acumulando en función de sus intereses artísticos, técnicos y empresariales -por ellos expresados- que fueron cambiando a medida que las condiciones y la propia comprensión de sus negocios fueron mutando. También intentó poner estas experiencias en relación con las transformaciones de los medios de comunicación y en la cultura de masas en nuestro país.

En tal sentido, el proyecto que originó esta tesis (realizado en el marco de una beca estímulo UBACyT) planteó como hipótesis exploratoria que el grupo protagonista de Lumiton desarrolló en la experiencia del estudio cinematográfico una estrategia artística y comercial distinta a la puesta en práctica en los inicios de la radiodifusión, y que esta distinción expresa la complejización del espacio de la producción cultural en un momento de expansión de la cultura de masas tanto a nivel internacional como nacional. El resultado aporta elementos para diferenciar estos dos proyectos empresariales articulados sobre la radio y el cine, dos medios centrales de dicho período histórico.

### **Afición y profesionalización**

El recorrido realizado por esta tesina permite discutir ciertas ideas que se han cristalizado en torno del mito fundacional de “los locos de la azotea”, en particular el que plantea una evolución desde la afición hacia la profesionalización. Lejos de tratarse de un grupo de aficionados, advertimos a partir de esta reconstrucción el modo en que el grupo que se nucleaba en torno de la figura de Susini se muestra altamente profesionalizado desde un principio, además de claramente enfocado hacia el desarrollo empresarial. Estaba conformado por ingenieros y médicos en una época en la que tales titulaciones eran un indicador de pertenencia a élites y hacía uso sistemático de sus vínculos económicos, sociales y políticos que lo integran a parte de la esfera de la alta burguesía terrateniente nacional. También exploró innovaciones ya presentes en Europa, a la vez que se incorporó como un activo grupo de agentes profesionales del Estado en áreas de vanguardia tecnológica en el país en ese momento, como fue el caso de la Armada, institución pionera en la profesionalización de las radiocomunicaciones en Argentina



Se trata de un período en que las radiocomunicaciones nacionales, en efecto, alcanzaban alto nivel profesional, como lo atestigua la creación en diciembre de 1917 del *Sindicato de Oficiales Navales de Telecomunicaciones*. Y en ese marco, con Susini ocupando un cargo de alto rango en la Armada, el grupo promovió la creación de instituciones de la sociedad civil relacionadas con el futuro campo de la radiodifusión masiva, como fueron la *Asociación de la Crítica*, que nucleaba a periodistas críticos de cine y teatro, el *Radio Club*, que agrupaba a los radio comunicadores que habían gestionado una banda para su utilización particular, la *Sociedad de inventores*, etc. Todo ello entre 1916 y 1923, período temprano en relación con el nacimiento de la radiodifusión.

Con relación al grupo, no hemos encontrado documentación alguna que aluda a los términos “locos de la azotea” como una forma de denominar creada o difundida por personas ajenas a los cuatro fundadores de Radio Argentina o de sus colegas del sector de radiocomunicaciones. Por el contrario, las primeras referencias halladas corresponden a artículos periodísticos escritos por miembros de la Asociación de la Crítica vinculados a Susini y pertenecientes al núcleo fundador del Radioclub. Es decir, se trata de una bella expresión, pero lejos de surgir del asombro de una sociedad que ignora lo que hacen unos “muchachos” con cables, parece haber surgido como una identidad auto referencial. Son ellos quienes se sienten tales y se identifican así y contribuyen a crear este mito fundacional.

Las acciones de Susini, el mayor (en edad) del grupo, muestran que fue orientando las actividades que le permitirán fundar la primera radio nacional de un modo coherente con su formación en música y en ciencias: fue director artístico y técnico de un teatro reconocido que hacía temporada de ópera con compañías europeas, organizaba actividades de música ligera en clubes y otros teatros, además del Coliseo, y utilizaba inteligentemente la radiodifusión para prestigiar estas actividades de negocio entre 1920 y 1922. En ese proceso expansivo, llegará a dirigir en el marco del Teatro Colón, ser miembro fundador del Conservatorio de Música y dictar cátedra allí. Y pocos años más tarde, lideró el grupo que explora la incorporación de capitales por parte de otros empresarios o por convenios comerciales con grandes diarios, como fue el caso de Radio Crítica. Es el recorrido de un adulto con trayectoria e inserción económica y profesional en la vida de la ciudad y en el ambiente de las elites locales.

### **El modelo de negocio**

Como hemos visto a través de la recuperación de distintos trabajos pertenecientes al estado del arte, el grupo -especialmente Susini- habría estado, según distintos autores, inicialmente en contra del financiamiento publicitario de la radio. Sin embargo, la palabra de Susini y Guerrico en distintas instancias de rememoración de aquel momento fundacional, aluden a una anécdota



con un escenario exagerado: la negociación por parte de Susini a incorporar publicidad, asumiendo que ello hubiera implicado interrumpir sin aviso previo la emisión en vivo de una ópera para pasar un aviso publicitario. Tal práctica nunca se dio en ninguna parte del mundo hasta el día de hoy. Eventualmente, algunas comedias teatrales incorporadas a la televisión en la etapa de las emisiones en vivo, tuvo algunas interrupciones a fines de la década de '40, pero nunca la emisión de óperas o conciertos en radiodifusión.

La utilización del aviso en intermedios de programas radiofónicos y en auspicios es adoptada por el grupo apenas unas semanas más tarde de la experiencia pionera de Radio Municipal, configurando una de las primeras radiodifusoras del mundo en incorporar el aviso publicitario y la mención reiterada del auspiciante. Y al mismo tiempo, continuaron explorando distintas oportunidades de negocio con la radio. Guerrico recuerda que ellos sabían que quienes se hicieron millonarios fueron los importadores de insumos y receptores, y que observando las tendencias del mercado mundial detectaron la oportunidad que derivó en el exitoso negocio de Vía Radiar, que les depararía una enorme fortuna.

Conviene, entonces, matizar el concepto de radioafición cuando se aplica a los orígenes del emprendimiento radiofónico del Grupo. Sus integrantes se hallaban ampliamente profesionalizados en el sector tanto en sus aspectos técnicos como los de producción artístico musical. Profundamente insertos en los mecanismos de poder político, económico, académico y cultural en Argentina, compartían con parte de los sectores de la elite social agroexportadora una visión del desarrollo nacional en la que el Estado y las asociaciones empresarias tuviesen permanente iniciativa en mecanismos de fomento y protección a la invención y patentes nacionales, y al desarrollo de rubros industriales complementarios de la economía agroexportadora. Esta visión se planteó muy claramente en los primeros cinco años de la radiodifusión, y fue reformulada en nuevas condiciones en los años '30, atendiendo a las particularidades de la incipiente industria nacional.

**En síntesis, más que de un ascenso desde la afición hacia la profesionalización de la actividad, observamos aquí el modo en que en el contexto local este grupo tiene una comprensión de una nueva tecnología (la radio) como extensión de otro negocio (el espectáculo musical y teatral) en miras a la internacionalización y la masificación de los negocios del campo del espectáculo.** Por ello, cuando hacia fines de la década de 1920 detectan el potencial de negocio que tendrá la aparición del cine parlante, en lugar de avanzar por ensayo y error con tecnologías disponibles en el país, deciden viajar a los grandes centros de producción del negocio internacional del cine y aprovechar el exitoso proceso de venta accionaria de Vía Radiar a la ITT para contar con una masa sólida de capital inicial disponible para una gran inversión en infraestructura y en el período de arranque de la empresa hasta que



la primer recaudación por proyecciones comenzase a habilitar los recuperos de lo invertido y las correspondientes ganancias. El grupo de cuatro fundadores se internacionaliza, quedando uno de ellos en España a cargo de sus intereses en Europa, asegurando su propia permanencia en el directorio de Vía Radiar después de la venta del paquete accionario, buscando apoyar su negocio cinematográfico en la red internacional de contactos que habían logrado en Sudamérica, Estados Unidos, España, Francia e Italia.

### **La comprensión de un momento**

Los años '30 representaron momentos de grandes transformaciones tanto a nivel nacional como internacional. En nuestro país, las migraciones internas y externas, el advenimiento industrial, los nuevos consumos mostraron una realidad completamente diferente. Los públicos eran otros, los ciudadanos eran otros, las ciudades, las industrias y los consumos en general también lo eran. Por lo tanto, la creación de Lumiton implicó para su núcleo fundador el estudio profundo de las tendencias culturales y empresariales de la época.

Ello incluyó la comprensión de las diferencias entre la producción local y la de Hollywood (Munro está a pocos kilómetros del único centro posible de circulación de actores, insumos, negociaciones, etc.); el entendimiento de la necesidad de suplir la falta de personal capacitado con la invitación de profesionales extranjeros para iniciar la actividad y a su vez formar personal; la alianza con idóneos en otros aspectos de la ideación de un estudio, como fue el caso de Conor, arquitecto, quien está a cargo de la dirección de la obra de construcción de todo el estudio, pero a su vez se hace cargo de la decoración y puesta en escena de la inmensa mayor parte de los filmes de Lumiton, llegando a ser el integrante del estudio más regular en su presencia en los sucesivos largometrajes. También forjaron alianzas exitosas con otros rubros artísticos cercanos a la cinematografía en los que tanto los fundadores como el director estrella de los años "30, Manuel Romero, poseían *expertise*: la dirección y gerencia de teatros en los que circulaban teatro clásico, sainetes, música de tango, variedades, revista, etc. Tanto Guerrico como Susini mantuvieron su actividad en este rubro a lo largo de los años en Lumiton, asegurando así la detección de obras teatrales adaptables al gran público, actrices y actores, asistentes técnicos, etc. con los que interactuaban en el teatro, la radio (en el caso de Guerrico especialmente) y el cine.

Esto se dio de manera constante, asegurándose la circulación de personal entre la actividad teatral, la radiofónica (sobre todo en el caso de Guerrico) y la cinematográfica. Complementariamente, manejaron en forma astuta y criteriosa los contactos y la negociación con los distintos actores: otros estudios, el personal calificado a contratar, el Estado, para protegerse de la competencia internacional y de las tendencias reaccionarias que buscaban



limitar la libertad temática del cine, etc. Del mismo modo que en las décadas de 1930 y 1940 los conflictos en torno al cine no se expresaron como intervenciones externas directas sino como la construcción de retículas de influencias a través de asociaciones locales y nacionales, el periodismo, los gremios y los órganos legislativos nacional y local del Estado, los cuatro fundadores de Lumiton buscaron ser flexibles circulando en los espacios en los que podían evitar choques frontales o pérdidas, y por el contrario, obtener retribuciones económicas o simbólicas. **Esto último fue fundamental: Susini era empresario como el resto, y poseía una fortuna independiente de su negocio cinematográfico o radiofónico. Pero a lo largo de las dos décadas de Lumiton buscó constantemente la consagración en el ambiente artístico a través del logro de buenas críticas y/o premios**, la búsqueda de capital económico siempre estuvo acompañada de la de capital simbólico entendido en términos de Bourdieu (1988). Esto marcó una tensión entre las necesidades como empresario y las necesidades como personaje del arte: El éxito de *Los tres Berretines* deparó grandes ingresos, pero nulas críticas en el ambiente especializado en ópera y teatro. *Ayer y Hoy* fue un intento, en 1934, de filmar contenidos apuntando a la crítica, y fue un fracaso comercial, no logrando tampoco excelentes repercusiones. Como resultado, a lo largo de casi un lustro Susini deja la dirección y es Romero, empresario con excelentes conocimientos de teatro de variedades y tango -es compositor, además- quien ingresa a Lumiton hegemonizando la producción del estudio. Pero Susini retorna la dirección con *La Chismosa* y logra el primer premio internacional para un filme argentino. Los últimos filmes de Susini muestran un perfil propio distinto del de Romero: con otro musicalizador, con una selección actoral diferente, etc. Sin embargo, no compite por ocupar el espacio de producción que Romero garantiza en sus resultados, aunque los filmes sean acusados por la crítica de reiterativos, playos y poco variados en sus planteos temáticos.

El grupo se encuentra frente a roces con la normativa de control cinematográfico que durante los años de surgimiento y desarrollo del estudio intentó ser represiva y censuradora, pero logra, en sus negociaciones, salir casi indemne. Eran conscientes -afirmado por sus propios protagonistas- de cuál era el público por el que podían competir con la industria estadounidense en auge. Había una nueva clase media urbana que requería verse reflejada en las historias, identificar el marco narrativo que su origen familiar les permitía considerar conocido -las historias de folletín, los melodramas, la comedia, el tango- que conformaba el público de masas por el que había que competir en estrategia económica y en estrategia de representación.

### **Lumiton como experiencia cultural**

La experiencia de Lumiton no fue sólo económica, sino también cultural, y fue adecuándose a las reglas de juego en la medida que pudo, con éxito en los años '30 y comienzos de los '40, y



sin él en los años del primer peronismo. Construyó representaciones e imaginarios cinematográficos y navegó en las reglas de juego de estas construcciones afectadas por el material proveniente de la competencia internacional, con sus tópicos y modos de narrar, así como por la competencia nacional. Y tanto Lumiton como su competencia atravesaron tiempos en que el mercado local mostró límites -lo que forzaba la reiteración de fórmulas de éxito (típica del sistema de estudios) de taquilla y de producciones con poco despliegue de exteriores- y en los que la sociedad y la cultura de las masas urbanas fueron cambiando rápidamente, afectando y viéndose afectadas por medios como el cine. Buenos Aires dejaba de ser de mayoría de población extranjera inmigrante para conformarse en población de hijos y nietos de inmigrantes conviviendo con migrantes de las provincias argentinas, todos buscando identidad en tiempos de nuevas prácticas masivas de consumo. La radio, la discografía, los espectáculos urbanos accesibles por las mejoras materiales y el acceso al tiempo libre, el deporte como espectáculo de masas, sobre todo el fútbol, el box y el automovilismo, los diarios y revistas de masas, el cine parlante fueron parte activa y receptáculo a la vez de esos nuevos imaginarios.

Lumiton incide en este espacio en transformación -lo atestigua la fama de canciones, chistes, estrellas, expresiones y escenas presentados por sus filmes- y a su vez es signo de las transformaciones muy veloces que se están produciendo entre los años '20 y los años '40 en la vida urbana argentina y en la experiencia de sus sectores medios y populares, cuyo movimiento masivo hacia las salas no puede expresarse sólo en aciertos de la gerencia comercial o la organización industrial y estética del estudio, o en su capacidad de portar ideología, sino “en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos [los medios] y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares (Martín Barbero, 1987, p. 178). Por lo tanto, las masas pueden acudir a encontrar en la pantalla de cine las innovaciones que hacen visibles su presencia, prácticas y deseos, pero también pueden alejarse sin gran escándalo hacia otros oferentes cuando la expectativa de verse a sí mismas como pueblo y como Nación no se manifiesta con claridad en su habilidad narrativa fílmica.

**Podemos encontrar en la producción fílmica de Lumiton una huella de las búsquedas empresariales, estéticas y de posicionamiento cultural.** Podemos hallar en los filmes, al menos en la construcción imaginaria de quienes produjeron guiones y escenarios, una huella del espectador. Gran parte de lo visible en los primeros filmes de Lumiton muestra escenarios, preocupaciones, imaginarios, tópicos de uso del tiempo libre, referencias de la cultura de masas urbana que no estaban presentes apenas una década antes prácticamente en ninguna representación mediática, cualquiera fuera su soporte o dispositivo, siendo *Los Tres Berretines*, obra inaugural del estudio, un ejemplo paradigmático de ello.



## Vanguardia técnica

Si bien puede reconocerse un *boom* de productoras en la época estudiada, durante los primeros cinco años desde la inauguración del sonoro, Lumiton fue la única empresa de este tipo en contar con estudios propios con galerías de filmación: Argentina Sono Film construyó en 1937, Pampa Film en 1938 y San Miguel recién en 1940. Esto permitió a la empresa conformarse en una referencia territorial para la zona de su instalación y utilizar este carácter pionero como factor de propaganda y prestigio en el campo mediático y cultural. El estudio marcó semejanzas con la producción hollywoodense, pero también diferencias y limitaciones: en lugar de armarse estudios de enormes superficies a gran distancia de los centros urbanos en los que se desplegaban los grandes circuitos teatrales, en Argentina los estudios se mantuvieron en el área metropolitana de Buenos Aires, fueron mucho más pequeños y contaron con menos posibilidad de producción simultánea de filmes. Los fundadores fueron conscientes de estas limitaciones y modificaron la producción hacia una mayor proporción de adaptaciones cinematográficas de obras teatrales ya probadas en su resultado de taquilla y crítica. Lo hicieron con flexibilidad, lo que puede notarse en la incorporación de Manuel Romero, al otorgarle casi todo el tiempo de utilización del espacio por un lustro, y también al habilitar otras direcciones con nuevas complejidades (Christensen, Mugica, Porter, Tiempo, etc.), explorando géneros en los que su producción pudiese sostener su lugar en el mercado crecientemente competitivo.

El auge fílmico argentino en el exterior, catalizado por el prestigio internacional del tango, fortaleció el perfil de filmes orientados al público nacional: temáticas de comedia, comedia dramática y drama con mucha presencia del tango canción, imágenes de Buenos Aires y temáticas acordes a las narrativas de las letras de tango. **Este perfil potenció -no sólo en Lumiton- la pregunta de los cineastas por las formas de mirar a Buenos Aires y Argentina y este interrogante convergió -incluso conflictivamente- con las preocupaciones políticas y culturales de las corrientes predominantes en los gobiernos del período, cuyo factor común fue el nacionalismo: el modo en que se representaba a Buenos Aires y la Argentina debía ser ejemplar tanto ante el público nacional como ante el extranjero.** Luego, se planteaban las contradicciones entre quienes promovían controles morales e intervenciones estrictas con aspectos punitivos, y quienes preferían sólo acciones de fomento y premiación. En ese escenario político-cultural se desempeñó Lumiton a lo largo de sus dos décadas de existencia. Un escenario complejo, en el que los gustos e intereses de los propietarios eran de marcada orientación europea, pero sus intereses empresariales les hacían ver con simpatía la emulación de elementos del cine estadounidense, mientras que la respuesta del público masivo argentino habilitaba temáticas melodramáticas y tangueras, y esto producía roces con el conservadurismo católico y con parte de la crítica periodística especializada en bellas artes.



No se ha explicitado la o las causas de la caída de Lumiton: los cuatro fundadores siempre fueron muy discretos al respecto, y en general, respecto de sus fracasos. Pero resulta claro que, por una parte, el negocio tuvo el rendimiento adecuado en su primera década, el estudio nunca amplió sus locaciones, lo que condenaba a la productora a hacer un filme por vez o alquilar locaciones. A su vez, esto limitaba la producción a lo que podía hacerse en interiores, con un listado de exteriores muy pequeño. Esta falta de ampliación podría deberse a su capacidad de inversión, a otras orientaciones del momento (Susini había incluso pasado un tiempo en Italia y Mugica se había quedado en España), a la competencia de Hollywood o las limitaciones del mercado local que lo hacían imposible.

La competencia nacional también fue contundente: otros estudios lograron llevarse actores y actrices, directores, personal técnico, en algunos casos enemistados con Lumiton. Este estudio, por otra parte, nunca apostó a una gran continuidad de actores principales, esto es, estrellas que luego pudieran negociar contratos desde una posición de poder. Casi ninguna estrella llega siquiera a un tercio de la cantidad de filmes que, en cambio, protagonizaron actores de reparto que trabajaron en teatro y cine con Susini y Guerrico. Esta característica se extendió al personal técnico: mientras figuras llegadas del exterior -como John Alton- tuvieron enorme influencia en la estética de Lumiton y en la formación de sus cuadros técnicos, estas no tuvieron la continuidad de integrantes locales. Alton rompió con Lumiton apenas terminada su labor con *Los Tres Berretines*. Permaneció siete años en Buenos Aires y trabajó con varias productoras, pero nunca más con Lumiton. Aun así, tuvo un rol protagónico en la reconstrucción del relato fundacional que construye el Museo Lumiton. Existen, en cambio, escenógrafos, decoradores, maquilladores, asistentes, montajistas que tuvieron extensa continuidad. De hecho, cuando finalmente el grupo fundador se retira por completo en 1949 y la empresa queda en manos de un empresario más ligado a los negocios con el Estado que a la cinematografía, el final es inevitable. Pero incluso en los intentos de reflotar el estudio como cooperativa, algunas de las figuras técnicas que se hicieron parte de la identidad del estudio, como Connord, junto a algunos musicalizadores, camarógrafos, asistentes, iluminadores, etc. fueron las que permanecieron.

La decisión de permanencia de una parte numéricamente importante del plantel tras el retiro de los cuatro fundadores muestra el problema principal: al estudio no le faltaba personal calificado, ni faltaban en el país guionistas, directores ni actores. Ni siquiera puede hablarse de una catastrófica competencia, ni de malas inversiones, porque, aunque no hay información precisa, los intentos de ingresar al negocio de la producción de materia prima de filmación no tuvieron resultados calamitosos en términos económicos. Lo que aparece en numerosas memorias orales de quienes circularon en el ambiente del estudio en los años '40 es la reiterada recordación de que Guerrico -y en general, los cuatro- no estuvieron nunca cómodos con



cualquier intento de negociación económica por parte de sus contratados y/o asalariados. Sucedió con Alton, Sandrini, Merello y muchos otros. Pero más aún, esto se transformó en un problema irresoluble cuando la creciente sindicalización de todas las posiciones laborales tornó obligatorio negociar condiciones de trabajo. El clima de tensión entre 1946 y 1949 en el estudio es recordado por todos los protagonistas que se refirieron a esos años. Este fue el punto de no retorno.

Esto tiene que ver con la contemporaneidad como la entiende el filósofo Giorgio Agamben:

...una singular relación con el propio tiempo, que adhiere a él y, a la vez, toma distancia; más precisamente, es aquella relación con el tiempo que adhiere a él a través de un desfasaje y un anacronismo. Aquellos que coinciden demasiado plenamente con la época, que encajan en cada punto perfectamente con ella, no son contemporáneos porque, justamente por ello, no logran verla, no pueden tener fija la mirada sobre ella (...) El contemporáneo no es solamente aquel que, percibiendo la oscuridad del presente aferra la inamovible luz; es también aquel que, dividiendo e interpolando el tiempo, está en grado de transformarlo y de ponerlo en relación con los otros tiempos, de leer de modo inédito la historia, de “citarla” según una necesidad que no proviene en algún modo de su arbitrio, sino de una exigencia a la cual no puede no responder. Es como si aquella invisible luz que es la oscuridad del presente, proyectase su sombra sobre el pasado y éste, tocado por ese haz de sombra, adquiriese la capacidad de responder a las tinieblas del ahora. (Agamben, 2008, p.2 y 7)

Advierte también el autor que los contemporáneos son raros. Los llamados “Locos de la azotea”, Enrique Telémaco Susini, César José Guerrico, Luis Romero Carranza y Miguel Mugica, estuvieron presentes en gran parte de los grandes inicios mediáticos de la primera mitad del siglo XX en Argentina. Fueron hombres que supieron comprender los procesos políticos, económicos y culturales que involucraron estas transformaciones. Podemos ubicarlos como personajes profundamente contemporáneos en épocas de permanentes cambios.



## Bibliografía

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max (1987: *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Agamben, Giorgio (2008): "¿Qué es ser contemporáneo?", Desnudez, Buenos Aires, Adriana Hidalgo.
- Alton, John (1995) *Painting by Light*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Andrés de Mirabelli, Cristina (1995): *Cine Argentino: director de fotografía*, Antonio Merayo. Buenos Aires: El Francotirador.
- Archetti, Eduardo (1995) "Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino", en Revista *Desarrollo Económico*, vol. 35, N.º 139 (octubre-diciembre 1995), pp. 419-442.
- Ardiles Gray, Julio (1981): *Historias de artistas contadas por ellos mismos*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Aumont Jacques (1990): *La Imagen*. Barcelona: Paidós.
- Auza, Néstor T. (1984): *Los católicos argentinos. Su experiencia política y social*. Buenos Aires: Claretiana [1984].
- Ballent, Anahi (2006): *Las huellas de la política. Vivienda, ciudad, peronismo en Buenos Aires, 1943-1955*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes y Prometeo.
- Barnes, Carolina; Borello, José A. y Pérez Llahí, Adrián (2014): "La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas". En: *H-Industria. Revista De Historia De La Industria Y El Desarrollo En América Latina*, N° 14, pp. 17-49. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- Barbier, Frédéric y Bertho Lavenir, Catherine (1999) *Historia de los medios. De Diderot a Internet*, Buenos Aires: Colihue.
- Bavasso, Ceferino Cristian (2005). El Cine Argentino durante el período 1925-1935 y sus relaciones con la política nacional e internacional. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia, UNLR.
- Bell, Daniel (1996) *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, Alianza [1949].
- Bell, Daniel (1969) "Modernidad y cultura de masas. Variedad de la experiencia cultural". En: Bell, Daniel (Ed.): *La industria de la cultura*. Alberto Corazón, Madrid [1962].
- Bernays, Edward (2008); *Propaganda*. Madrid: Melusina [1927].
- Blanco Pazos, Roberto; Clemente, Raúl (2008): *Diccionario de Actrices del Cine Argentino (1933-1997)*. Buenos Aires: Corregidor.
- Borderia, Enrique Et Al. (2020): *Orígenes y consolidación del sensacionalismo periodístico en Iberoamérica: México, Argentina y Costa Rica*. Madrid: Fragua.
- Borderia Ortiz, Enrique; Laguna Platero, Antonio; Martínez Gallego, Francesc (2015) *Historia social de la comunicación: mediaciones y públicos*. Madrid: Síntesis.
- Bosetti, Oscar (1994): *Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance*. Buenos Aires: Colihue.
- Botana, Natalio (2012): *El orden conservador*. Edhasa, Buenos Aires (1ª. Ed. 1971).
- Bourdieu, Pierre (1969) "Campo intelectual y proyecto creador" En: *Problemas del Estructuralismo*. México: Siglo XXI. (1a. Ed. 1967 - en francés 1966).
- Bourdieu, Pierre (1988): *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre (1995): *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2020): *Curso de Sociología General I. Conceptos fundamentales (Cursos del Collège de France, 1981-1983)*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Buero, Luis (1999): *Historia de la televisión argentina: contada por sus protagonistas desde 1951 hasta 1996*. Morón: Universidad de Morón.
- Buero, Luis (2001): "Cincuenta años no es nada. La programación en la historia de la TV". En: Revista *Todo es historia*, N° 411.
- Burucúa José Emilio (2014): "Arte, sociedad y política", en *Nueva Historia Argentina Vol. II*. Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial.



- Calistro, Mariano (1978): *Reportaje al cine argentino: los pioneros del sonoro*. Buenos Aires: ANESA / CREA.
- Canalis, Ianina y Petrosino, Jorge (2014): "¿Cuánta música cabe en una página de periódico? Sonido impreso en papel a principios del siglo XX". En: *Question/Cuestión*, 1(42), 260–284. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Cane, James (2007) "Trabajadores de la pluma. Periodistas, propietarios y Estado en la transformación de la prensa argentina, 1935-1945". En: Da Orden, María Liliana y Melon Pirro, Julio César (Comp.). *Prensa y peronismo Discursos, prácticas, empresas 1943 -1958*. Rosario: Prohistoria.
- Casale, Marta (2018) *El actor en el star system argentino ¿Trabajador privilegiado o mero producto?* Buenos Aires: Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano "Luis Ordaz", Universidad de Buenos Aires.
- Conde, Oscar (2011): *Diccionario etimológico del lunfardo*. Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial Argentina.
- Contreras, Marily (2003): *Niní Marshall: el humor como refugio*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Cortés Conde, Roberto (1997): *La economía argentina en el largo plazo*. Buenos Aires. Sudamericana.
- Costa, Antonio (1992): *Saber ver el cine*: Barcelona: Paidós.
- Couret, Nilo (2018): *MockClassicism: Latin American Film Comedy, 1930–1960*. Berkeley: University of California Press.
- Cuarterolo, Andrea (2005): *Civilización y barbarie: en el cine argentino y latinoamericano*. Buenos Aires: Biblos.
- Devoto, Fernando y Benencia, Roberto (2003): *Historia de la inmigración en la Argentina*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Devoto, Fernando y Pagano, Nora (2009): *Historia de la historiografía argentina*. Buenos Aires. Sudamericana.
- Di Núbila, Domingo y Heinrich, Annemarie (1996): *Cuando el cine fue aventura*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.
- Di Núbila, Domingo (1959): *Historia del cine argentino*, Buenos Aires: Cruz de Malta
- Di Tella, Guido, y Zymelman, Manuel (1967): *Las Etapas del Desarrollo Económico Argentino*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Diario de sesiones del Concejo Deliberante de la Ciudad de Buenos Aires, 5 de octubre de 1926.
- España, Claudio (Dir.) (2000): *Cine argentino. Industria y clasicismo (1933-1956)*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Espinola, Rocío; Mattia, Sebastián; Navarro, Ariel; Ponce, Maximiliano (2019): "Entre plátanos y melodramas: historia y memoria de los Estudios San Miguel". En: *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* N° 19, pp. 561-587, Buenos Aires.
- Fernández, José Luis Et Al. (2008): *La Construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía.
- Ferneti, Gustavo (2016): "¿Qué era el "Barrio Inglés"? Arqueología de un conjunto de viviendas del Ferrocarril Central Argentino, Rosario, Argentina". En: *Teoría y Práctica de la Arqueología Histórica Latinoamericana*, Año V, Vol. 5, verano de 2016, pp. 145-157. Rosario: U.N.R.
- Ferrari, Gustavo y Gallo, Ezequiel (1980): *La Argentina del ochenta al centenario*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Finkielman, Jorge (2003): *The Film Industry in Argentina: An Illustrated Cultural History*. Jefferson (Estados Unidos), McFarland.
- Flichy, Patrice (2003): *Una historia de la Comunicación Moderna*. México: G.Gili [1993].
- Ford, Aníbal; Rivera, Jorge B., Romano, Eduardo (1987): *Medios de Comunicación y Cultura Popular*. Legasa (Colección Ómnibus), Buenos Aires [1985].
- Fraga, Enrique (2006): *La prohibición del lunfardo en la radiodifusión argentina 1933-1953*, Buenos Aires: Lajouane.
- Frías, Isaac León (2018): *Más Allá de las Lágrimas: Espacios Habitables en el Cine Clásico de México y Argentina*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Fundación Standard Electric Argentina (1979): *Historia de las comunicaciones argentinas*. Buenos Aires: Fundación Standard Electric Argentina.
- Galasso, Norberto (2011): *Historia de la Argentina* (2 t.). Buenos Aires: Colihue.



- Gallina, Mario (1982): *Carlos Hugo Christensen: historia de una pasión cinematográfica*. Buenos Aires: Iturbe.
- Garate, Juan Carlos (1944): *La industria cinematográfica argentina*. Tesis. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- García Oliveri, Ricardo (1997): *Cine argentino: crónica de 100 años*. Buenos Aires: Manrique Zago Ediciones.
- Gerchunoff, Pablo, Rocchi Fernando y Rossi, Gastón (2008): *Desorden y progreso: las crisis económicas argentinas, 1870-1905*. Buenos Aires: Edhasa.
- Getino, Octavio (1995). *Las industrias culturales en la Argentina, Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Colihue.
- Getino, Octavio (2005): *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*. Buenos Aires: Ciccus.
- Gil Mariño, Cecilia (2012) *El cine del puerto y del arrabal. Modernidad y tradición en la construcción de imágenes de lo nacional en los años treinta*. En: *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* N° 5, pp. 1-21, Buenos Aires.
- Gil Mariño, Cecilia (2015): *El mercado del deseo. Tango, cine y cultura de masas en la Argentina de los '30*. Buenos Aires: Teseo.
- González Velásco, Carolina (2012) *Gente de teatro, ocio y espectáculos en la Buenos Aires de los años 20*. Buenos Aires, Siglo XXI
- Gorelik, Adrián y Arêas Peixoto, Fernanda (Comp.) (2016): *Ciudades sudamericanas como arenas culturales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gubern, Román (2016): *Historia del cine*. Barcelona: Anagrama.
- Guerrico, César (1970): Entrevista concedida a Radio Municipal. Reproducida por Telpin Educa.
- <https://telpineduca.telpin.com.ar:8443/lp/susini/T2.htm>.
- Guevara, Martina (2022): *Juan Filloy en la década del 30: Configuraciones de la Nación y sus identidades*. Buenos Aires: EDUVIM.
- Gutierrez Leandro H. y Romero, Luis Alberto (1995): *Sectores populares, Cultura y política* Buenos Aires en la entreguerra, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- Habermas, Jürgen (1994): *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: G. Gili.
- Hall, Stuart (1984): "Notas sobre la desconstrucción de lo popular". En: Samuel, Ralph (Ed.) *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica
- Hall, Stuart (1994): "Estudios Culturales: Dos Paradigmas" en Revista *Causas y Azares*, N° 1, Buenos Aires.
- Hall, Stuart y Du Gay, Paul (2003): *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hall, Stuart (2004): "Codificación y decodificación en el discurso televisivo". En: *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, N° 9, Madrid. Versión original en diversas ediciones y soportes: "Encoding/Decoding" (1980), versión castellana por Silvia Delfino, Buenos Aires.
- Hall, Stuart y Mellino, Miguel (2011): *La cultura y el poder. Conversaciones sobre los cultural studies*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hobsbawm, Eric (1998a): *La era del Capital. 1848-1875*. Grijalbo, Buenos Aires.
- Hobsbawm, Eric (1998b): *La era del Imperio. 1875-1914*. Grijalbo, Buenos Aires.
- Laguna Platero, Antonio (2018) *Salud, sexo y electricidad. Los inicios de la publicidad de masas*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha; [Santander: Editorial Universidad de Cantabria].
- Ighina, Domingo Et. Al (2000): *Espacios neoculturales. Diseños de Nación en los discursos literarios del Cono Sur (1880-1930)*. Córdoba: Alción.
- Insaurralde, Andrés (1994): *Manuel Romero*, Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Karush, Matthew B. (2007): "The melodramatic nation: integration and polarization in the Argentine Cinema of the 1930s" en *Hispanic American Historical Review* 87:2, pags 293-326.
- Karush, Matthew B. (2013): *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*. Buenos Aires: Ariel.
- Karush, Matthew B. (2013): *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*. Buenos Aires: Ariel.



- Katz, Jorge y Kosacoff, Bernardo (1989): *El proceso de industrialización en la Argentina: evolución, retroceso y prospectiva*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Kemp, Phillip (2021): *Cine: toda la historia*. Barcelona: Blume.
- Korn, Francis y Romero, Luis Alberto (2006): *Buenos Aires/Entreguerras. La callada transformación, 1914-1945*. Buenos Aires: Alianza.
- Kriger, Clara, (2009), *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Kriger, Clara (2010): "Gestión estatal en el ámbito de la cinematografía argentina (1933-1943)". En: *Anuario del Centro de Estudios Históricos "Prof. Carlos S. A. Segreti"*, año 10, N° 10, 2010, pp. 261-281, Córdoba.
- Kriger, Clara (Comp.) (2018): *Imágenes y públicos del cine argentino clásico*. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Levenberg, Rubén; Moyano, Julio; Ojeda, Alejandra (2019): *Prácticas de oficio e innovación tecnológica: tensiones y estrategias en dos momentos clave del diario argentino La Nación*. Buenos Aires: IEALC - UBA.
- Lobato, Mirta Zaida (2009): *La Prensa Obrera. Buenos Aires y Montevideo, 1890-1958*. Buenos Aires: Edhasa.
- Luchetti, Florencia y Ramírez Llorens Fernando (2004): *Mirar la realidad: Vínculos entre el cine y el Estado entre 1926 y 1944*. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Mahieu, Agustín (1974): *Breve Historia del cine nacional*, Buenos Aires, Alzamor.
- Malfatti, Arnaldo y de las Llanderas, Nicolás.(1966) *Los tres berretines*. Buenos Aires, Ediciones del Carro de Tesis.
- Mallimaci, Fortunato (1988): *El catolicismo integral en la Argentina 1930-1946*. Buenos Aires: Biblos.
- Mallimaci, Fortunato y Marrone, Irene (Comp.) (1997): *Cine e imaginario social*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC.
- Mallimaci, Fortunato y Donatello, Luis Miguel (2013) *La influencia de las religiones en el Estado y la Nación Argentina*. Buenos Aires, EDUDEBA.
- Mantecón, Ana Rosa (2008): "Mercados, políticas y públicos: la reorganización de las ofertas y los consumos culturales". En: *Alteridades*, vol. 18, núm. 36, julio-diciembre, 2008, pp. 23-31. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Maranghello, César (2002): *Artistas Argentinos Asociados: la epopeya trunca*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.
- Maranghello, César (2005): *Breve historia del cine argentino*. Buenos Aires: Laertes.
- Marino, Alfredo (2004): *Cine argentino y latinoamericano: Una mirada crítica*. Buenos Aires: Nobuko.
- Marrone, Irene (2003): *Imágenes del mundo histórico: identidades y representaciones en el noticiero y el documental en el cine mudo argentino*. Buenos Aires: Biblos.
- Martín Barbero, Jesús (1983): "Memoria narrativa e industria cultural". En: *Comunicación y cultura*, Nro. 10, México: Agosto.
- Martín Barbero, Jesús (1987): *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mastrini, Guillermo (2001) "Los orígenes de la televisión privada. Pantalla chica y política entre 1955 y 1965". En: *Revista Todo es historia*, N° 411, Buenos Aires.
- Matallana, Andrea (2006) *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*, Buenos Aires: Prometeo.
- Matallana, Andrea (2015-2016): "Entre fonógrafos y radios: Difusión del tango durante las primeras décadas del siglo XX". En: *Cuadernos de la Red de Historia de los Medios* N° 4. Buenos Aires: ReHiMe.
- Matallana, Andrea,(2008) *Qué saben los pitucos. La experiencia del tango entre 1910-1940*, Buenos Aires: Prometeo.
- McCarthy, Todd (1995): "Through a Lens Darkly: The Life and Films of John Alton", en Alton, John (1995) *Painting by Light*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- McLuhan, Marshall (2001): *Understanding Media. The extensions of Man. London: Routledge Taylor and Francis Group [1964]*.
- Mindez, Leonardo (2001): *Canal Siete. Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*. Buenos Aires: La Crujía.



- Montaldo, Graciela (2016): *Museo del Consumo. Archivos de la cultura de masas en Argentina*, Buenos Aires: FCE.
- Morales, Iván (2018) “Escala en Buenos Aires: los primeros años de John Alton en el cine argentino”. En: *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* N° 17, pp. 149-188, Buenos Aires.
- Morales, Iván (2019) *Hollywood en el cine argentino: viajes, prácticas estéticas, géneros e imaginarios. (1933-1942)*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Moyano, Julio y Ojeda, Alejandra (2015): “El estudio de caso y la noción de sistema en la enseñanza de la comunicación visual”. En: Pedroza, Gustavo (2015) (Comp): *La enseñanza del diseño y la comunicación visual en la Universidad Nacional de Lanús*, Tomo II. Remedios de Escalada, EDUNLa
- Mugica, Francisco (1978): *Reportaje al cine argentino*. Buenos Aires: Anesa.
- Ojeda, Alejandra (2016): “La incorporación sistemática de la imagen a la prensa diaria en Argentina, 1894-1904. Los casos paradigmáticos de los diarios *La Nación* y *La Prensa*”. Tesis doctoral. La Plata, Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/61342?show=full>
- Ojeda, Alejandra (2019) “Imigrantes francófonos nas origens da comunicação visual na imprensa periódica argentina (1827-1870)”. En *Revista História (San Paulo)* Vol. 38. Universidade Estadual Paulista (UNESP), Sao Paulo.
- Ojeda, Alejandra (2020) “Milagros importados. La publicidad de medicinas de patente en Argentina entre 1898 y 1905”. En: *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* N° 14. ISSN 2255-5129. Asociación de Historiadores de la Comunicación y Universidad de Sevilla. Pp. 112-142. Junio de 2020.
- Ojeda, Alejandra y Moyano, Julio (2015): “Del Estado al mercado: El periodismo mitrista en la modernización de la prensa argentina (1862-1904)”. En: Pineda, Adriana, y Gantús, Fausta (Comp.): *Recorridos desde la prensa moderna a la prensa actual*. Red de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica, Universidad Autónoma de Querétaro. México. Pp. 55-89.
- Ojeda, Alejandra y Moyano, Julio (Comp.) (2021) *De la piedra al píxel. Innovaciones y reciclamientos en la historia de los medios*. Buenos Aires, HISCOMALC – IEALC - UBA.
- Ojeda, Alejandra; Moyano, Julio y Sujatovich, Luis (2016) “La Revolución del Magazine: la forja de las empresas editoriales en Argentina (1904-1916)”. En: *Revista Avatares de la Comunicación y la Cultura* N° 12, pp. 1-14. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Ojeda, Alejandra; Moyano, Julio y Equipo (2020) “El sensacionalismo en tiempo de industrialización de la prensa periódica argentina”. En: Laguna Platero, Antonio, Martínez Gallego, Francesc-Andreu; Moyano Falconier, Julio; Vega Jiménez, Patricia; Estrada Carreón, Luis Enrique (2019): *Orígenes y consolidación del sensacionalismo periodístico en Iberoamérica: México, Argentina y Costa Rica*. Madrid: Fragua.
- Ojeda, Alejandra y Moyano, Julio (2021b): “De oficio de agentes a negocio de agencias: la forja del campo publicitario como nuevo actor clave en los medios de comunicación en Argentina”. En: XVII Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación. Tenerife: Universidad de la Laguna.
- Ortiz, Renato (1997): “Modernidad-mundo e identidades”. En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. III, núm. 5, junio, 1997, pp. 97-108. Colima: Universidad de Colima.
- Ortiz, Tulio y Scotti, Luciana (2011): “Las reformas antes de la Reforma”. En: Universidad de Buenos Aires (2011): *Facultad de Derecho, Historia y Nación*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Ospital, María Silvia (1994): *Inmigración y nacionalismo. La Liga Patriótica y la Asociación del Trabajo. 1910-1930*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Oszlak, Oscar (2004): *La formación del Estado argentino. Orden, progreso y organización nacional*. Buenos Aires: Ariel [1982].
- Palacio, Manuel (2005): “El eslabón perdido. Apuntes para una genealogía del cine documental contemporáneo”. En Torreiro, Casimiro y Cerdán, Josetxo (Eds.) (2015): *Documental y vanguardia*. Madrid: Cátedra (161-184).
- Palazuelos, Enrique y Talavera, Pedro (1990): *Estructura económica capitalista internacional*. Madrid: Akal.
- Pastorino, Malvina y Aguilar, Hernan (1994) *Mientras el cuerpo aguante, La biografía de Luis Sandrini*. Buenos Aires: Planeta.



- Peña, Fernando Martín (2012): *Cien años de cine argentino*. Buenos Aires: Biblos – OSDE.
- Pérez Llahí, Adrián (2005): “Los arrabales de la periferia. Albores del sonoro en las cinematografías marginales de América Latina”. En: Lusnich, Ana Laura (Comp.) (2005): *Civilización y barbarie en el cine argentino y latinoamericano*. Buenos Aires: Biblos.
- Pérez Llahí, Marcos Adrián (2009): “El pasado de una ilusión. Diagnóstico general del sistema de estudios criollo”. En: Lusnich, Ana Laura y Piedras, Pablo (Eds.) (2009): *Una historia del cine político y social en Argentina (1986-1969)*. Buenos Aires: Nueva Librería (241-250).
- Poppe, Nicolas (2009): “Siteseeing Buenos Aires in the early Argentine sound film Los tres berretines”. En: *Journal of Cultural Geography*, February 2009, Volume 26 (1) p. 49-69. London: Taylor and Francis Group.
- Posadas, Abel (1983): “Lumiton: los doctores quieren cine”. En: revista *Cine en la cultura argentina y latinoamericana*, N° 5. Reproducción fiel por revista *Taipei, crítica de cine*, marzo de 2021, nota 37. Buenos Aires: Taipei Ediciones. Las notas 2 y 19 al artículo fueron agregadas por la revista *Taipei, crítica de cine*.
- Posadas, Abel (1993): *Niní Marshall: desde un ayer lejano*. Buenos Aires, Colihue.
- Posadas, Abel; Landro, Mónica; Speroni, Marta (2005): *Cine sonoro argentino: 1933-1943*. Buenos Aires: El Calafate.
- Pueo, Juan Carlos (2016): *Como un motor de avión: Biografía literaria de Enrique Jardiel Poncela*. Madrid: Verbum.
- Puiggrós, Adriana (2018): *Qué pasó en la educación argentina: Breve historia desde la conquista hasta el presente*. Buenos Aires: Galerna.
- Ramírez Llorens, Fernando. 2017. Empresarios, católicos y Estado en la consolidación del campo cinematográfico en Argentina. *Latin American Research Review* 52(5), pp. 824–837.
- Reed Torres, Luis y Ruiz Castañeda, María del Carmen (1998): *El periodismo en México. 500 años de Historia*. México: EDAMEX.
- Revista *Caras y caretas* n° 946, Buenos Aires, 18 de noviembre de 1916, p. 64.
- Revista *Caras y caretas* n° 1785, Buenos Aires, 17 de diciembre de 1932, p. 125.
- Rivera, Jorge B. (1986): *La investigación en Comunicación Social en Argentina*. Lima: DESCO.
- Rivera, Jorge (1990) "De la facción al folletín. 1860: el periodismo argentino busca nuevos lenguajes". En: *Clarín*. Suplemento *Cultura y Nación* del 23 de agosto.
- Rivera, Jorge B. (1968) *Eduardo Gutiérrez. El folletín*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Rivera, Jorge B. (1981): *La bohemia literaria*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Rivera, Jorge (1997): *Postales electrónicas*. Buenos Aires: Atuel [1994].
- Rivera, Jorge (1998): *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires: Atuel
- Rivera, Jorge (1999): *El Periodismo Cultural*. Buenos Aires: Paidós. [1995].
- Romano, Eduardo (2004) *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires: Catálogos.
- Romero, Luis Alberto (2012): *Breve historia contemporánea de la Argentina*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Rougier, Marcelo y Raccanello, Mario (2021): “Estado y gran burguesía en la industrialización por sustitución de importaciones 1930-1975”. En Schorr, Martín (coord.), *El viejo y el nuevo poder económico en la Argentina. Del siglo XIX a nuestros días*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Ruffinelli, Jorge (1998): “Bajo cinco banderas: el cine multinacional de Carlos Hugo Christensen”. En: *Revista Nuevo Texto Crítico*, Vol. 11, N° 21-22, pp. 277-325. Stanford: Stanford University Press.
- Sadoul, Georges (1996): *Historia del cine mundial desde los orígenes*. México, Siglo XXI.
- Saitta, Sylvia (1998): *Regueros de tinta*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Sarlo, Beatriz (1988): *Una modernidad periférica: Buenos Aires, 1920 y 1930*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Sarlo, Beatriz (1992): *La imaginación técnica: Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Sarlo, Beatriz (2012): *Signos de pasión: Claves de la novela sentimental del Siglo de las Luces a nuestros días*. Buenos Aires: Biblos.



- Senado de la Nación Argentina (2004): Diario de sesiones. 24ª Reunión, 19ª Sesión Ordinaria, 15 de septiembre de 2004.
- Sidicaro, Ricardo. (1993) *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- Simons, Elen (2011): *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid: Morata.
- Stake, Robert (1998): *Investigación con estudio de caso*. Madrid: Morata.
- Susini, Enrique T. (1960): Entrevista concedida al periodista Augusto Bonardo, ciclo televisivo *Gente*, Canal 7. Archivo Histórico de los Servicios de Radiodifusión Sonora y Televisiva del Estado Nacional. Existen diversas reproducciones escritas y sonoras del material.
- Tarcus, Horacio (2020) *Las revistas culturales latinoamericanas: giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles*. Temperley: Tren en Movimiento.
- Teran, Oscar (2008): *Historia de las ideas en la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Terrero, Patricia (1982): *El radioteatro*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Terrero, Patricia (1999): *Culturas locales y cambio tecnológico*. Paraná: CEPCE - UNER.
- Thorburn, David y Jenkins, Henry (2003): "Introduction: TowardanAestheticsofTransition". En: Thorburn, David y Jenkins, Henry (Eds.): *Rethinking media change. The Aesthetics of Transition*, London – Cambridge: TheMITPress (1-16).
- Ulanovsky, Carlos (1995): *Días de radio*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Ulanovsky, Carlos (1999) *Estamos en el aire*. Buenos Aires: Planeta.
- Ulanovsky, Carlos (2020): "La magia del aire". En: *Caras y Caretas*, 10 de agosto de 2020. <https://carasycaretas.org.ar/2020/08/10/la-magia-del-aire/>
- Vaccarezza, Federico (2010). *Políticas de desarrollo industrial en la Argentina (1940-2001) desde la sustitución a la apertura*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina.
- Vardaro, Arcángel Pascual (2014): *La censura radial del lunfardo*. Los Ángeles, CA: Windmills Editions.
- Varela, Mirta (2001): "Radiografía de la televisión argentina. De la TV criolla al ritual televisivo global". En: Revista *Todo es historia* N° 411, Buenos Aires.
- Varela, Mirta (2005): *La televisión criolla: desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna (1951-1969)*. Buenos Aires: Edhasa
- Varela, Mirta (2016): "Técnica y cultura: la figura de Enrique Telémaco Susini", p. 232. oai:www.mycore.de:riai\_mods\_00000499. Provided by Institutional Repository of the Ibero-American Institute, Berlín. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/304709445.pdf>
- Vidal, Gardenia (2005): "La Reforma Universitaria de 1918 y la Unión Cívica Radical". En: *Cuadernos de Historia*, Serie Ec. y Soc., N° 7, Secc. Art., CIFYH-UNC, Córdoba.
- Williams, Raymond (1996): "La tecnología y la sociedad", en: *Causas y azares* N° 4, Invierno (155-172), Buenos Aires.
- Williams, Raymond (1997): *Marxismo y literatura. Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península [1977].
- Winston, Brian (1996): *Technologies of Seeing. Photography, Cinematography and Television*. London: British Film Institute.
- Wolf, Mauro (1987): *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Instrumentos Paidós.