



PROGRAMA INTERUNIVERSITARIO de HISTORIA POLÍTICA

**PASEN Y VEAN... Y ESCUCHEN Y LEAN: EL MERCADO DE LOS ESPECTÁCULOS PORTEÑOS
DURANTE LA ENTREGUERRAS¹**

Carolina González Velasco. (UNAJ-UBA)

carolinagonzalez.velasco@gmail.com

“Debido a la persistente crisis teatral y a la escasa producción de obras de éxito, La Escena suspenderá las ediciones semanales que ha venido publicando, sin interrupción, desde hace 16 años, para reanudarlas nuevamente en marzo de 1934, al iniciarse la próxima temporada. Durante este intervalo, las obras que se editen serán puestas a la venta sin fecha fija”.

Con esas palabras se presentaba el número 797 de la revista *La Escena*, el 5 de octubre de 1933². Efectivamente, durante 16 años la revista había publicado semanalmente alguna obra del repertorio nacional: la anunciada suspensión momentánea en verdad se convertiría en definitiva, ya que al iniciarse 1934 no volvió a editarse. Ese año de 1934, *Bambalinas*, la otra publicación que sistemáticamente desde 1918 había editado libretos, también dejaría de salir a la venta. Lo mismo ocurrió con *Comoedia*, otra de las importantes publicaciones teatrales de los años veinte.

¹ II Jornadas “Política y Cultura en la entreguerras”, Universidad Nacional de General Sarmiento, 5 diciembre 2014. Este texto es una versión modificada de una presentación realizada en Segundo Encuentro Regional, “Noticias de los medios (1880-1960)”, Biblioteca Nacional, 14 y 15 de julio de 2014.

² Pauliello de Chocholus, Hebe y Noemí Fernández, *Índice de la revista La Escena, de Buenos Aires*, Cuadernos de la Biblioteca, N° 9, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 1985.

Las interrupciones de *Bambalinas* y *La Escena*, destacadas protagonistas del auge teatral en los años veinte, eran síntomas claros de las transformaciones que estaba atravesando el mundo del teatro. Si bien otros emprendimientos editoriales intentaron cubrir el vacío que dejaban ambas revistas, ninguno de ellos logró prosperar demasiado: la revista *Nuestro Teatro*, editada por el Círculo de Autores y que se inició en 1933, llegó a publicar cerca de 100 números; la revista de Argentores –la nueva entidad gremial de los autores desde 1934– logró sostenerse por varios años, publicando también semanalmente libretos, aunque en muchos casos eran reediciones y no obras nuevas. Se trataba, no obstante, de un proyecto editorial financiado por la propia entidad gremial, en el que el costado comercial quedaba subordinado. Por otro lado, si a mediados de los años veinte era posible encontrar muchas y diversas revistas teatrales, esa densidad ahora era protagonizada por revistas dedicadas a comentar la actividad cinematográfica y radiofónica: *Astrolandia*, *Micrófono*, *Sintonía*, *El Heraldó Cinematográfico*, *Antena*, *Film*, *Excelsior*, entre otras tantas.

Así como el público lector abandonaba las publicaciones teatrales, también el público espectador había ido cambiando sus preferencias desde comienzos de los años treinta. Por cierto que la crisis económica de ese año había provocado una importante caída en el número de asistentes, tanto al teatro como al cine: frente a los ocho millones de entradas promedio vendidas durante los años veinte, en 1930 se registraron sólo cuatro millones de entradas vendidas. Aún pasados los peores momentos de la crisis económica, los datos sobre cantidad de asistentes al teatro prácticamente no se modificaron: para el primer semestre de 1934, se registró la concurrencia de algo más de un millón y medio de espectadores a los teatros de la ciudad y casi cinco millones de asistentes a los cinematógrafos, según consta en la Estadística Municipal³.

Este panorama sobre la situación teatral a comienzos de los años '30 sería puntapié para dar cuenta de una situación de relativa crisis de la actividad teatral porteña. Sin negar ese diagnóstico, esa misma descripción invita a contextualizar la crisis del mundo del teatro en relación al desarrollo del mundo de los espectáculos. En primer lugar, porque según los

³ “Diversiones públicas”, *Revista de Estadística Municipal 1934*. Municipalidad de Buenos Aires.

propios protagonistas, el cierre de una revista remite a la falta de obras para publicar, lo cual es asociado con la menor cantidad de obras estrenadas: es decir, autores que ya no escriben, empresarios que ya no montan nuevas producciones y artistas, que, a priori tendrían menos trabajo. A su vez, este diagnóstico daría cuenta, también, de una caída de la asistencia de público en los teatros. Por otro lado, al indagar por qué se dio esas crisis, y al buscar las consecuencias de esos cambios, se asoman al análisis una serie de procesos y cuestiones que no necesariamente tienen que ver con el teatro en sí.

En esta presentación quisiera sostener que, al menos durante los años de la entreguerras –aunque es probable que antes y sin dudas luego también- existieron en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires diversas industrias culturales que, como tales, funcionaron de manera interrelacionada: publicaciones, teatros, cines, radios, discos.⁴ Si bien cabe la pregunta sobre la relación entre industrias culturales y espectáculos, a instancias de este trabajo tomaré aquellos casos en los que ambas definiciones coinciden (el cine, el teatro, los discos) y algunos otros en los que determinados modos de funcionamiento muestran articulaciones particulares (la radio, por ejemplo, dedicándose a los radioteatros o a la promoción de artistas y músicas y ciertas publicaciones referidas específicamente al mundo de los espectáculos). Por cierto que cada producto tiene su historia particular, pero también que de una u otra manera esa historia se desarrolló en diálogo con las otras.

Me interesa situar la perspectiva del “mercado” como eje articulador de esos productos, de los actores sociales involucrados y por ende, de las experiencias y representaciones que se articularon. En este sentido, quisiera primeramente argumentar en términos generales, por qué esta perspectiva abre un rico campo de preguntas, problemas e intersecciones con otros procesos. Y luego mostrar, a manera de ejercicio, cómo se dieron esas vinculaciones en los años '20 y '30 en el mundo de los espectáculos porteños, tomando como caso la mencionada “crisis del teatro” a comienzos de los '30. Si aceptamos que

⁴Según Jesús Martín Barbero, las industrias culturales pueden considerarse como “un conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías”.

existió un mercado de espectáculos, que funcionaban con una lógica de industrias culturales, en los '20 y en los '30, entonces, también podrá proponerse un relato de mediano plazo que tome en consideración esas dos décadas pero también que intente el ejercicio incorporando cuestiones de los años anteriores y los años posteriores.

El mercado como perspectiva para el análisis

“Armadas de proyectos y promesas cada una se propuso alcanzar el mayor concurso del público. La competencia iba a ser recia, sería necesario luchar a brazo partido para disputarse el predominio en un mercado donde surgen tantos competidores [...]. El único móvil de esa cruzada fue el factor financiero, que interesa a empresarios y autores huérfanos de escrúpulos”.⁵

Por cierto que la perspectiva de mirar el funcionamiento de los espectáculos teatrales de los años '20 desde la perspectiva del mercado estaba sugerida por los propios contemporáneos. Octavio Palazzolo, autor de las palabras antes citadas, era crítico teatral del diario *La Vanguardia*, y describía de esa manera la situación que, a su juicio, había caracterizado a la temporada porteña de 1918. El teatro, argumentaba, se desarrollaba en un mercado donde lo que estaba en disputa era, en definitiva, la ganancia producida por los espectáculos y entonces en pos de ese objetivo, empresarios y artistas apelaban a cualquier recurso. Incluso a expensas de la calidad, repetían las fórmulas que resultaban exitosas y copiaban las de quien hubiera triunfado.

Ciertamente este modo de ver las cosas era compartido por muchos otros críticos y personalidades vinculadas al mundo cultural de la época,⁶ quienes de una u otra manera expresaban su incomodidad frente a un movimiento teatral que, al tiempo que se volvía cada vez más amplio por la cantidad de gente involucrada, se alejaba de los cánones estéticos esperados por ellos. Esa visión, entre pesimista y estereotipada, que denunciaba la situación del teatro de los años veinte ha sido incluso retomada por algunos historiadores

⁵ “Nuestro Teatro”, *La Vanguardia*, 1º de enero de 1919.

⁶ En 1925 *el Anuario Teatral Argentino* realizó una encuesta sobre la situación del teatro local. Las opiniones vertidas allí por críticos y autores coinciden, en su mayoría, en una crítica negativa hacia la escena teatral (cap. 5).

del género para caracterizarlo justamente como “teatro comercial” e indicar que se trató de una etapa de cierta “decadencia estética”, pese a la gran cantidad de obras escritas, estrenadas y por ende vistas.⁷

Como sea, si dejamos en suspenso la conclusión acerca de que es el “mercado” el que está condicionando la mala calidad de las obras y consideramos su descripción sobre el modo de funcionamiento de los teatros como pista a explorar, podremos iluminar algunos otros aspectos de la vida teatral porteña, y por extensión algunos otros sobre los espectáculos en general.

Por qué el mercado?

Lo que Pallazolo explicaba en su artículo, era que cada noche los empresarios, dueños de las salas o de las compañías pugnaban por el favor de los espectadores, de cuyo desembolso en la boletería dependían sus ganancias. Frente a esas “ofertas”, encontraba que existía un público “cándido y voluble” que se movía de una a otra opción motivado por esos estímulos.

De esa breve descripción podemos inferir algunos elementos para pensar en términos de mercado: empresarios, oferta, precios de las entradas, ganancias, publicidad, público, volatilidad, competencia. Y en un rápido ejercicio de síntesis, inscribir esa descripción en los marcos propuestos por diversos trabajos que explican la constitución de un mercado de productos masivos en las primeras décadas del siglo XX.⁸

⁷ Luis Ordaz, *Historia del teatro argentino*, Buenos Aires, Instituto Nacional del Teatro, 1999. En los últimos años los estudios han comenzado a revisar estas ideas, lo cual ha permitido relativizar la valoración más o menos positiva del aporte al desarrollo de la dramaturgia, para poner más atención a las particularidades de los géneros difundidos, el modo en que autores y actores desarrollaron su tarea, las características de las representaciones, etc. Véase Osvaldo Pelletieri, *El sainete y el grotesco criollo: del autor al actor*, Buenos Aires, Galerna, 2008.

⁸ Fernando Rocchi ha mostrado cómo el cambio en la demanda y en la comercialización de determinados productos industriales se conjugó con cambios operados también del lado de la oferta de esos productos. Esta articulación determinó no sólo un notable crecimiento industrial sino también la emergencia de un escenario donde la secularización, la masificación, la democratización y la aparición de nuevas prácticas –como la moda masiva y la publicidad– terminaron por redefinir el espacio del mercado. Esta explicación resalta el papel de

Ampliando el foco, bajo esas mismas claves podemos incorporar a otros productos artísticos, culturales, es decir, a otras industrias culturales y así, entonces, establecer un diálogo entre ellas. La idea de mercado puede dar el espacio común para analizarlos en conjunto y, en consecuencia, poner en relación a los actores y experiencias involucrados entre sí y con cada contexto histórico particular. Lo que sigue a continuación son, en ese sentido, una serie de reflexiones generales acerca de las múltiples preguntas, problemas y diálogos que se disparan al poner al mercado como perspectiva de análisis para el mundo de los espectáculos.

En primer lugar, el mercado permite hilvanar una **relación a partir de los precios de los productos considerados**: el precio de las entradas al teatro, al cine, a un espectáculo de variedades, entre sí y con otros productos como diarios y/o revistas. Pero también permite poner en relación estos costos con el precio de otros productos de consumo (desde los alimentos, los textiles, hasta otros más suntuarios) y con los salarios promedio de un trabajador. De esa manera, se puede indagar acerca del sentido del consumo de tal o cual producto en relación a otros productos y a los recursos con que contaba una familia, por ejemplo.

A su vez, considerando que el foco principal está puesto en los espectáculos, y éstos podrían ser entendidos como la “mercancía” que se ofrece, aparecen entonces una multiplicidad de preguntas vinculadas a la **experiencia del consumo de los espectáculos y la relación con el uso del tiempo libre y la recreación**. En esta línea, y tomando en cuenta las características de cada tipo de consumo podrían incorporarse a su vez preguntas sobre las identidades puestas en juego, construídas y reconstruídas en relación al consumo. La lógica del mercado permitiría ver segmentaciones en los consumidores (por edad, por

los empresarios, dispuestos a encontrar el modo de seducir y ganar a los compradores, con cierta flexibilidad para adaptarse a los gustos y expectativas de la clientela. Pero también da cuenta de los cambios que se operaban en la sociedad: el crecimiento demográfico, el impacto de la inmigración, la movilidad, las nuevas formas de sociabilidad; es a esa nueva sociedad que comenzaba a configurarse a la vuelta del siglo a la cual los empresarios interpellaron para convertirla en consumidora. Fernando Rocchi “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, *Desarrollo Económico*, vol. 37, n° 148, enero-marzo de 1998.

género, por etnicidad, por poder adquisitivo) y a su vez entrelazarlos en tanto todos están participando del mismo espacio en tanto consumidores.

También esta perspectiva del mercado, como eje para analizar el mundo de los espectáculos, ayuda a **organizar una mirada sobre los actores involucrados**. Aún a riesgo de cierto esquematismo, se puede definir a quienes participan en función de un rol determinado: los empresarios (montando y produciendo las obras, siendo propietarios de publicaciones o de radios, invirtiendo en salas de cines, etc.) los trabajadores (en una amplísima heterogeneidad que incluiría a los artistas, los autores, los periodistas que cobran por escribir para una publicación, a todos aquellos que trabajan en oficios indispensables para que esos productos salgan a la calle) el público, que en este caso claramente quedaría asociado a los consumidores y el estado (en tanto regulador o no de una actividad pública masiva). Más aún, este modo de enfocar a los actores permite problematizar a cada uno de esos actores y ordenar preguntas sobre las relaciones entre ellos.

Desde otro punto de vista, el situar al mercado con sus lógicas de funcionamiento, sus productos, sus actores y sus experiencias, permite incorporar **otras variables al análisis**, que impactan sobre cada uno de esos elementos y en definitiva sobre la totalidad. Los **desarrollo de la tecnología**, por ejemplo, aparecen como un dato clave de esta historia de los espectáculos en particular y de las industrias culturales en general: desde el invento del cine, la radio, o las grabaciones de música hasta las nuevas máquinas que permitían editar más y mejores publicaciones con menores costos. En otras palabras, la incorporación del cine fue un fenómeno en sí mismo pero provocó y estimuló cambios en todos los demás productos.

Un papel igualmente relevante ha sido el de la **relación con otros contextos nacionales**: se trata de la pregunta sobre la relación, por ejemplo, con el desarrollo de la industria cinematográfica de Estados Unidos. En otro registro, por la relación entre el desarrollo del mercado de espectáculos en la ciudad de Buenos Aires y su expansión hacia ciudades de Uruguay y Brasil. Para las primeras décadas del siglo XX podría indagarse acerca de la relación entre el furor que el tango, como música y como baile, despertó en París y su regreso al Río de la Plata, para convertirse a partir de los años '20 en un

espectáculo en sí mismo, que encontraba espacio en cafés y teatros, pero también en las discográficas y luego en el cine.

Por último, la perspectiva del mercado estimula un análisis que permite **combinar escalas temporales y regionales**. Por un lado, siempre es posible reconstruir a manera de fotografía de qué se trataba el mundo de los espectáculos y las industrias culturales en un determinado momento. Pero también, cuál es la historia de ese mundo tomando en consideración siempre las mismas variables: los precios de los productos, el sentido de la experiencia del consumo, las características de cada uno de los actores involucrados y sus relaciones, el impacto en cada momento de los desarrollos tecnológicos o las influencias de otros mercados internacionales. Así, sería posible construir relatos de corto, mediano y largo plazo mirando las mismas variables.

Por otro lado, dado que este mercado de espectáculos funciona con la lógica del mercado de masas es posible indagar acerca de sus límites, su capacidad de extenderlos y su permeabilidad. A manera de transparencias o cuadros interconectados podríamos ubicar en un punto la situación del mercado de espectáculos, por ejemplo en Buenos Aires, para luego superponer un contexto regional más amplio, que muestre, por ejemplo, hasta dónde llegaba su influencia y a su vez, qué de esos otros lugares llegaba a Buenos Aires.

En síntesis, los elementos reseñados son sólo algunos de los que, a mi modo de ver, se desprenden de considerar al conjunto de las industrias culturales de los años de la entreguerras desde la perspectiva de un mercado.

El teatro, el cine, la radio, los discos y las publicaciones: un ejercicio de articulación

Decíamos al comienzo que la crisis teatral de la que daba cuenta la revista *La Escena* podría explicarse no sólo en función de la situación propia del teatro sino en relación a otras variables. En ese sentido, la perspectiva del mercado es la que da cuenta y articula esa otra explicación.

Las revistas anunciaban su cierre debido a la falta de obras nuevas y las estadísticas municipales daban cuenta de la caída en la asistencia a las salas de teatro. Pero quienes

primero se habían dado cuenta de cierto cambio en las preferencias del público habían sido los propios empresarios del teatro. Y sobre eso habían ensayado algunas respuestas, organizando temporadas con compañías y carteleras renovadas. Así, en 1932 Augusto Alvarez creó la Compañía Argentina de Grandes Artistas, Los Ases, la cual reunía a destacados artistas Florencio Parravicini, Luisa Vehil, Pepita Muñoz, Pepe Arias, Olinda Bozán, Lea Conti y Enrique De Rosas, quien oficiaba también como director. La compañía realizó más de 60 funciones en el Teatro Broadway, propiedad de Alvarez, y después pasaron durante la temporada de 1933 al Monumental. Varios proyectos similares, que reunían a grandes figuras en una misma compañía, fueron puestos en marcha por los empresarios. Pero ninguno lograba revertir una tendencia general: el público ya no optaba por el teatro por secciones y por las obras de género chico.

Sin embargo, lo que parecía estar en retirada era un tipo de funcionamiento (por secciones) y un tipo de género (el género chico). Ambos aspectos, funciones por secciones y género chico, habían sido las dos claves del éxito de los teatros en los años '20. En los '30 las salas seguían abiertas aunque poco a poco iban cambiando su cartelera y el modo en que funcionaban: desde comienzos de los años treinta el género que va creciendo e imponiéndose en los escenarios fue la comedia musical⁹. Mientras que entre 1926 y 1929 se estrenaron sólo tres comedias musicales por año, en 1930 se estrenaron ocho y entre 1933 y 1935 en promedio hubo catorce estrenos de ese género. Esos cambios se correspondían con los cambios en la modalidad de funcionamiento de los teatros: el 3 de agosto de 1934, por ejemplo, sólo cuatro compañías anuncian que realizarán más de dos funciones en el mismo día. En el resto de la cartelera se ofrecían una o dos funciones (vermouth y noche) en cada sala. En definitiva, estos cambios tenían que ver con las decisiones que los empresarios habían tomado en función, precisamente, del bajo rendimiento en las boleterías de las fórmulas que en la década anterior los habían llenado de éxito y de riqueza. Si bien faltan por rastrear varias historias particulares, la impresión es que como suele ocurrir, al menos los más importantes lograron la transición.

⁹ En 1933, la que había sido la “catedral del género chico criollo”, el teatro El Nacional, había sido rematado; quien había sido su director durante años, adjudicaba la quiebra a la pérdida de público. No obstante, al poco tiempo Carcavallo volvió a montar espectáculos teatrales en otro teatro (el Astral) y con una nueva compañía.

En el contexto general de cambios que vivía el mundo del teatro, cada gremio buscó dar respuesta a sus propias dificultades. Consideremos la situación de los “trabajadores” del espectáculo a partir de la situación de sus organizaciones gremiales. Los autores lograron unir finalmente a las dos entidades, surgidas luego de los conflictos de 1921 y en 1934 fundaron Argentores, organismo que pasó a representar los intereses de todos los autores. Pese a diversas dificultades, la entidad logró sortear los cambios que se vivían en los años treinta. La situación fue más difícil para los actores: el trabajo de los artistas del teatro se veía seriamente afectado y por ende su institución gremial también entró en una etapa de crisis. No obstante, que la entidad gremial haya perdido socios y que haya declinado en su actividad pública no significaba necesariamente que los artistas se hubieran quedado todos sin trabajo. Si bien es cierto que entre 1930 y 1933 hubo muchas compañías que se disolvieron, también es cierto que por esos años, los actores y actrices comenzaban a encontrar trabajo en otros espacios artísticos: los sets cinematográficos y los estudios radiofónicos.

Por esos años lo que más impactaba tanto en el trabajo de los artistas, la posición de los empresarios y en definitiva, en las relaciones que establecían entre sí era el despegue de la industria cinematográfica nacional. Si bien el cine, como espectáculo existía y con buen éxito en Buenos Aires desde comienzos de siglo, fue la emergencia de la cinematografía nacional la que modificó el funcionamiento de los espectáculos. En efecto, con la creación de Argentina Sono Film y Lumiton, en 1933 se inició una nueva etapa para el mundo de los espectáculos.

En primer lugar porque se trata de emprendimientos vinculados al uso de “nuevas tecnologías”, que definían un nuevo circuito de producción, circulación y consumo del producto en cuestión. Era necesario montar “estudios” de grabación, con sets de ciertas dimensiones y calidades, cámaras, cintas, luces especiales. Todo esto implicaba a su vez, la necesidad de contratar personal especializado en la construcción de esos estudios y en el uso de todos los aparatos correspondientes. Además, por supuesto, se requerían todos los asistentes a la hora del maquillaje, el vestuario, la escenografía, etc.

Una vez que la cinta estaba grabada se requería montar un circuito de distribución: si bien esto ya existía previamente, en relación a la distribución de las cintas extranjeras, los productores locales debieron establecer sus propios contratos. Por otro lado, también fueron necesarias adaptaciones en las infraestructuras: salas de teatro reconvertidas en salas de cine o directamente la construcción de esas nuevas salas.

Si bien todos los emprendimientos cinematográficos eran sin duda una novedad en el mundo de los espectáculos, es posible rastrear en ellos marcas que los vinculan claramente con el mundo del teatro de los años '20. Visto a contrapelo, son esas marcas las que permiten entender en qué sentido el cine funcionó como una especie de relevo para el teatro y no necesariamente como la causa de su decadencia o su crisis.

Los estudios funcionaban con una lógica de industria: se filmaban varias películas casi al mismo tiempo, con la idea de tener recambios por si una fallaba. Eso implicaba contratar artistas para varias películas, tener preparados otros libretos, escenografías, cintas, etc, etc. Aquí hay un punto de relación precisamente con el teatro de los '20: también los empresarios de esos años preparaban varias obras al mismo tiempo y estaban dispuestos al recambio de una por otra si alguna fallaba. La diferencia es que ellos lo podían hacer de un día para el otro, contando básicamente con el control sobre la compañía que debía de un día para el otro ensayar y representar otra obra. Para los empresarios del cine estos movimientos eran más arriesgados e implicaba el control de varias variables más, pero, en definitiva no era algo a lo que no estuvieran acostumbrados.

Por otro lado, lo que las empresas cinematográficas ofrecían era claramente un nuevo tipo de producto, pero con muchos elementos tomados del fenómeno teatral de los años '20. En principio, llamaron a los artistas más exitosos de las temporadas teatrales para convertirlos en protagonistas de los nuevos films. Y apostaron a la construcción de ellos como “estrellas” de sus estudios, como figuras destacadas y exclusivas de sus películas.¹⁰ Contaron para esta construcción, en muchos casos, con la trayectoria teatral previa de esos artistas y, con la amplificación que las revistas especializadas (a las que luego haremos

¹⁰ Florencia Calzón Flores, “El cine y las estrellas: entretenimiento e idolatría popular durante los años peronistas (1943-1955)”, Tesis de Maestría. Universidad de San Andrés. Abril 2013.

referencia) hicieron de los perfiles de esos artistas. Los nombres podrían multiplicarse, así es que tal vez alcance con mencionar a Florencio Parravicini, o a Enrique Muiño.

Pero las películas tomaron del teatro también sus temas más importantes, y como elemento clave, la presencia del tango. La presencia, ahora como directores de cine, de quienes habían sido los directores y/o autores teatrales más famosos podría ser tomada como punto de articulación, tales los casos de Manuel Romero o a Luis Bayón Herrera. Podrían encontrarse diversos argumentos para explicar esta estrecha relación entre teatro y cine, pero a instancias de esta exposición quisiera marcar simplemente los vínculos que permitan entender el corrimiento del teatro al cine.¹¹

Otro tanto podría decirse de la radio: los radioteatros también recogieron las tradiciones teatrales, convocaron a sus artistas y repusieron temas y músicas ya consagrados años antes en los escenarios. Curiosamente en 1933 la revista *Sintonía* publicaba una nota en cuyo título se leía: “El mal teatro ha encontrado un refugio en la radio”. Su autor era Octavio Palazzolo, el mismo que denunciara el mal teatro en la cartelera porteña de 1918¹² que citáramos al comienzo. Tal vez Palazzolo hablaba de refugio porque avizoraba que ese “mal teatro” estaba en retirada y que el proyecto teatral iniciado en 1930 por Leónidas Barletta, el Teatro del Pueblo, lograría finalmente imponerse en la escena porteña.¹³

Pero la radio, además de dar lugar a las tradiciones teatrales y reconvertirlas en radio-teatro, funcionaba como plataforma para la difusión del tango. Y, en ese sentido, colaboraba también en la consagración de estrellas y temas musicales. La historia del tanto reconoce varios escalones antes de llegar a la radio; uno de esos escalones fue sin duda el teatro: luego de que en 1918 Maolita Poli estrenara el tango “Mi Noche Triste”, como parte del desarrollo de la obra “Los Dientes del Perro”, los tangos se fueron imponiendo cada vez más en los escenarios porteños. En ese sentido, las obras de teatro en muchos casos eran

¹¹ Matthew Karush, *Cultura de Clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*, Buenos Aires, Ariel, 2013.

¹² “El mal teatro ha encontrado un refugio en la radio”, *Sintonía*, 29 de abril 1933.

¹³ El Teatro del Pueblo se había iniciado en 1931 y proponía una renovación de la dramaturgia frente al carácter comercial de las obras de la calle Corrientes.

sólo la excusa para estrenar nuevas músicas. La reproducción de esas músicas, encontraba aún limitaciones en relación a los costos de las grabaciones y de los aparatos para luego reproducirlas. A partir de los años '30 esas dificultades fueron en parte resueltas, con lo cual el estreno, la difusión y repetición de los tangos encontró en la radio a su principal soporte.

Algunos datos materiales sobre la cantidad de discos y radios refuerza la idea de la importancia que ambos productos tenían en los años '20 y más aún en los '30. En 1925 existían 125.000 aparatos de radio en la Argentina, en 1935 esa cantidad trepaba a los 600.000 y llegaba a más de un millón y medio para 1941. Complementariamente, el número de emisoras se multiplicó: si en 1925 había sólo dos emisoras en la ciudad de Buenos Aires en 1935 ya funcionaban 23. También la importación de los medios de reproducción musical, gramófonos y fonógrafos, creció de manera sostenida a lo largo del período.¹⁴

El teatro, el cine y la radio tuvieron, a su vez, un aliado indispensable para su propio desarrollo: las publicaciones, tanto aquellas especializadas como aquellas que contaban con columnas y secciones especializadas. Insuflando a este repertorio de productos para el entretenimiento, la prensa y diversas publicaciones se dedicaron a comentar con detalles los pormenores de cada actividad. Algunas revistas eran especializadas en temas del teatro, el cine o la radio, e incluso se ocupaban del propio desarrollo de la literatura. También los magazines solían incluir informaciones, entrevistas y notas de color sobre artistas, programas o funciones, ediciones novedosas, etc. Y todos los diarios contaban con columnas especializadas en cine, deportes, teatro, literatura y radio. Este periodismo, al tiempo que informaba sobre la situación de las actividades, actuaba también potenciando la visibilidad e importancia de cada una y alentaba a los públicos posibles a participar de ellas.

Tal como se indicaba más arriba, la relevancia del teatro, del cine o de la radio podrían considerarse en relación a la cantidad de publicaciones que hablaban de uno u otro. Así como en los '20 predominan las revistas del teatro, en los '30 son las de cine y radio las que copan el mercado editorial y el interés de las secciones especializadas de los

¹⁴ Andra Matallana, *"Locos por la radio". Una historia de la radiofonía en la Argentina. 1923-1947*. Buenos Aires, Prometeo, 2006.

periódicos. Queda por trazar esos diálogos, entre el desarrollo de la cinematografía nacional y las publicaciones que hablaban de ella¹⁵ (de las películas, de sus artistas), como así también los vínculos entre los empresarios de la cinematografía y quienes administraban esas revistas.

Tal como Matthew Karush ha sostenido recientemente, la influencia de la cultura norteamericana en el desarrollo de las industrias culturales, para los años '30 y '40 ha sido un elemento decisivo. En ese sentido, la pregunta sobre la crisis de las formas teatrales exitosas en los '20 podrían ponerse en relación, a través de cómo el cine toma elementos hollywoodenses, con estas nuevas condiciones para la producción de espectáculos de los años '30.

Una pregunta similar podría plantearse en relación, por ejemplo, entre el desarrollo del teatro de revistas en los años '20 y la cultura francesa del music hall y el cabaret. Siguiendo la pista del desarrollo del tango, al menos a partir de los años del Centenario, podría incluso pensarse cómo se pusieron en relación los escenarios neoyorkinos, los parisinos y finalmente los porteños: en efecto, el tango pasó por cada una de esas ciudades y las puso en contacto¹⁶. En los años '30 podría reconstruirse un circuito similar, potenciado ya en ese caso por el cine y las grabaciones.

Frente a todos esos productos ofertados, “autónomos” o interrelacionados se encontraba un público nutrido, heterogéneo por definición y en expansión en tanto los modos en que los productos se ofrecían se volvían más accesibles. La masividad de los públicos sugiere también su diversidad: según el tipo de espectáculos, el precio de las entradas, la ubicación de la sala, el horario de las funciones, la calidad del aparato de radio que posea, el costo y las características de la publicación, el circuito de venta de las mismas, son algunos de los múltiples criterios con los cuales podrían trazarse perfiles distintos. Aparecen así, varones, mujeres, niños, inmigrantes, sectores con mayores o

¹⁵ En parte el trabajo de Florencia Calzón Flores apunta a ese ejercicio, al poner en relación la construcción de las estrellas cinematográficas y el modo en que eran presentadas y “construidas” desde las mismas revistas.

¹⁶ Andrea Matallana, *El tango entre dos Américas. La representación del tango en Estados Unidos 1910-1939*, North Carolina, Editorial A Contracorriente, 2013.

menores recursos, vecinos de los barrios o del centro, etc. Todos y cada uno podría ser “el” público de cada evento, dando cuenta así de una tensión: productos que buscan expandirse constantemente pero a partir de criterios de segmentación que quedan, según cada caso, más o menos visibles. Es esta complejidad de perfiles y la tendencia a la expansión la que induce a buscar en el revés de la trama de qué se trataba la sociedad que era protagonista de estos procesos. Mirar al público en cada momento es preguntarse precisamente por las características de la sociedad: es remitir, en definitiva, a las condiciones desde las cuales esa sociedad puede consumir los productos de la industria cultural.

Aún con clivajes, en términos generales la sociedad, particularmente la sociedad porteña, en los años '20, vivió una etapa de expansión que permitió una cierta disponibilidad económica y de tiempo para gastar en ocio como así también una determinada perspectiva cultural para responder positivamente a las ofertas existentes. El espectacular crecimiento que venía registrándose desde comienzos del siglo comenzaba a decantar y antes que ese proceso en sí lo que más llamaba la atención eran las consecuencias que ese crecimiento producía. Si bien la crisis de los años '30 impactó profundamente en las distintas variables sociales y económicas, lo cierto es para mediados de esa década, la recuperación estaba en marcha. Sin embargo, el perfil de la sociedad había comenzado a mutar y proyectaba hacia el inicio de los años '40 nuevas transformaciones.

Como reflexión final

En esta presentación intenté desplegar argumentos para mostrar en qué sentido la perspectiva del mercado provoca algunas nuevas preguntas, problemas y conexiones y cómo desde esa perspectiva es posible explicar de otra manera la situación del teatro a comienzos de los años '30.

En ese sentido, sea en los cines o en la radio, el mundo del teatro porteño de los años '20 encontró “salidas” con rupturas y continuidades, pero que vistas desde la perspectiva del mercado permiten ser entrelazadas. Antes que el fin del teatro, la crisis significó una transición en las formas del espectáculo. Claro que ese camino fue una experiencia con

altibajos: no todos los artistas ni los empresarios lograron el pasaje con éxito y, sin dudas, muchos quedaron en el camino. La prensa también debió reacomodarse y hasta el público mismo tuvo que incorporar nuevas prácticas. Pero, visto en conjunto, el tránsito existió, y el cine y la radio crecieron y se consolidaron a partir de las bases artísticas y comerciales que habían sido desarrolladas por el teatro durante la década de 1920.