Noemí M. Girbal-Blacha

Profesora y doctora en historia por la Universidad Nacional de la Plata. Investigadora superior y directora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Profesora titular ordinaria de historia argentina del siglo XX en las Universidades Nacionales de La Plata y Quilmes, Argentina. Especialista en historia agraria del siglo XX. Directora ordinaria del Centro de Estudios Histórico-Rurales de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de La Plata. Académica de la Academia Nacional de la Historia, Argentina. Autora de una docena de libros y un centenar de artículos publicados en revistas nacionales y extranjeras de reconocido nivel científico en la especialidad. Asesora científica titular de la Comisión de Cooperación Científica Argentino-Francesa designada por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Argentina. Coordinadora alterna de la Comisión de Sociedad de la Información de la RECYT-MERCOSUR.

Resumen

Con el propósito de conciliar la metodología y los enfoques propios de la historia económica y de la historia cultural, este artículo procura estudiar la política financiera oficial a través del crédito concedido por el Estado peronista (1946-1955) a las empresas de cultura popular. La documentación bancaria y legislativa, los discursos y las propuestas gubernamentales, que sustentaron esos acuerdos financieros, son las fuentes primarias utilizadas para brindar una interpretación de los motivos que alentaron tales decisiones oficiales y dar muestras del estilo y de las estrategias políticas creadas por el gobierno liderado por Juan D. Perón.

Palabras clave:

Peronismo, Estado, crédito, empresas, cultura.

Abstract

In an attempt to blend the methodologies and perspectives of economic history and cultural history, this article investigates official financial policies via credits established by the Peronist state (1946-1955) to businesses at the local level, those associated with popular culture. Bank documents, legislation and government speeches which were the base of the financial agreements, make up the primary sources used in this study. They offer an interpretation of the reasons for the decisions and allow us to see the political style and strategy of Juan Peron's government.

Key words:

Peronism, State, credit, businesses, culture.

Fecha de recepción:

diciembre de 2001

Fecha de aceptación:

abril de 2002

Estado peronista, crédito y empresas de cultura popular (1946-1955) Un enfoque histórico económico

Noemí M. Girbal-Blacha

El Estado auspiciará el desarrollo de las actividades científicas, literarias y artísticas, en cuanto ellas cumplan su función social mediante: a) la coordinación integral de los organismos nacionales, provinciales y municipales de acción cultural; b) el auspicio de las actividades privadas concurrentes y especialmente las que se realicen por la organización profesional de los artistas e intelectuales.

Presidencia de la Nación,
Segundo Plan Quinquenal,
Buenos Aires, 1953, p. 101.

EL ESTADO PERONISTA Y LA FUNCIÓN DE LA CULTURA POPULAR. DEFINICIONES Y CONTEXTO

No cabe duda que “la cultura popular” ha generado múltiples debates, incluso respecto de su propia definición conceptual. Algunos intelectuales la han definido como “un sistema simbólico coherente y autónomo”, y otros han optado por definirla en relación con “su lejanía con respecto a la legitimidad cultural, de la cual ha sido privada”.¹ Pero más allá de estas disquisi-

ciones teóricas, la cultura popular es un producto sociohistórico, es un “dato” de la realidad que involucra a actores sociales en sus múltiples gamas y responsabilidades, incluido el Estado.

Las formas “populares” de la cultura, desde las prácticas cotidianas hasta las expresiones culturales consumadas, pueden entenderse como tácticas, como maneras de hacer. Debido a estas razones es importante reconstruir las reglas y también las restricciones que gobiernan las prácticas de la representación popular para comprender los vínculos que se tejen entre ellas y las prácticas sociopolíticas, mostrando su interdependencia pero también su heteronomía.²

Si la hegemonía es la capacidad de un grupo o de una clase social para generar consenso favorable para sus intereses y

¹ Chartier, *Sociedad*, 1995, p. 121; Burke, “Descubrimiento”, 1984, pp.78-92; Hobsbawm, *Sobre*, 1998, pp. 205-219.

² Chartier, *Sociedad*, 1995, p. 138. La cultura popular no es tan homogénea como aparenta. Para legitimarse mantiene intercambios sólidos con la cultura letrada y viceversa. En este sentido “lo popular” califica un “modo de relación”, una manera de utilizar objetos y normas que circulan en la sociedad, vale decir que los conjuntos culturales populares en sí se refieren a “modalidades diferenciadas en su apropiación”, a una historia social de los usos e interpretaciones en virtud de determinaciones fundamentales e inscritas en prácticas específicas que los construyen.

transformarlos en intereses generales, el Estado —con esa característica dual— forma parte de su construcción y también del dominio, “que se expresa en el gobierno jurídico y el aparato represivo”. La hegemonía es la situación habitual del gobierno político, busca la homogeneidad, crea un conformismo social y para lograrlo debe dar batalla en el campo cultural. Hay quienes definen la hegemonía como un cuerpo de prácticas culturales, y en este sentido las prácticas de cultura popular constituyen rupturas significativas, muestran independencia y también originalidad.³

Durante la vigencia de un régimen populista, como el que vive la Argentina en tiempos del peronismo histórico (1946-1955), cuya economía se basa en la redistribución del ingreso a favor de la pequeña y mediana burguesía nacional y de un fortalecido mercado interno al que se incorporan los sectores populares ampliados por las migraciones internas crecientes desde 1930, se suelen desconocer las señas de identidad formales del cuerpo social. El análisis tanto del discurso como del estilo retórico es clave para comprender el fenómeno, porque⁴ la participación popular no sólo es el ejercicio regular del sufragio, es asistencia a actos públicos, ritos, festivales, símbolos de identidad colectiva con el ideario democrático-popu-

lar; pero no es menos importante el apoyo financiero que reciben las empresas culturales.

Por un lado, “el tipo de integración del pueblo en la vida política, en que el líder populista piensa es, pues, estético o litúrgico, más que institucional”.⁵ Los populismos establecen en nombre del pueblo un sistema de caudillaje caciquil, por el cual sus dirigentes ejercen una excepcional capacidad organizadora y manipuladora. La “seducción populista” se encarna en el estilo personalista de liderazgo carismático, se expresa en un discurso político polémico y maniqueísta, apoyándose en mecanismos de patronazgo místicos para plasmar la articulación entre el líder y la base clientelar.⁶ El discurso y la retórica populistas radicalizan el elemento emocional, y a través del discurso otorgan nuevo sentido a palabras y actitudes clave de la cultura política de la época. Por estas razones, los líderes populares, como es el caso de Juan D. Perón, hacen un uso creativo de los medios de comunicación como la radio, el cine, la prensa, la propaganda. Son estos medios los que actúan como mediadores entre el partido y la sociedad civil. Pero por otro lado, esa articulación entre el poder y la sociedad sólo es posible si se cuenta con apoyo legislativo y crediticio brindado por el sistema bancario nacionalizado desde 1946. Perón tiene la habilidad de recoger las experiencias privadas de los trabajadores y volverlas públicas; de tomar sus estilos de vida, sus valores y afirmarlos tal como se presentan, a través —por ejemplo— de las más diversas

³ Zubieta, *Cultura*, 2000, p. 41. Si se piensa el concepto de cultura popular a través de la hegemonía se lo puede definir como un sistema de relaciones entre clases sociales, donde se produce consenso pero también resistencia y en ese sentido “la cultura popular es una cultura de conflicto para las clases dominantes”.

⁴ Altamirano, *Argentina*, 1999, pp. 314-324; Ciria, *Política*, 1984, cap. 4.

⁵ Álvarez Junco y González Leandri, *Populismo*, 1994, p. 26; Neiburg, *Intelectuales*, 1998, pp. 49-94.

⁶ Quattrocchi-Woisson, “Populismes”, 1997, pp. 161-183; Neiburg, *Intelectuales*, 1998, pp. 49-94.

empresas de cultura popular, pero —sin duda puede hacerlo— si aplica a ellos el auxilio financiero necesario para lograr su objetivo político.⁷

Los medios de comunicación posibilitan en la Argentina —y en casi toda América Latina— que los migrantes del campo a la ciudad, “los cabecitas negras”, se integren al Estado-nación y reformulen su identidad. El cine y la radio cumplen en gran medida con esa función. La radio, que se alimenta de las producciones de los medios gráficos que la precedieron, y el cine sonoro desde los años treinta, que se nutre a su vez de la radio, conforman la base de una cultura popular urbana, “que es una de las claves de la cultura nacional” en la Argentina de estos años.⁸

Es por estas razones que el peronismo toma en cuenta los medios e intenta trazarles una política, alienta una legislación especial para impulsarlos y ponerlos al servicio de amplios sectores de la sociedad y de su proyecto político. Conocer la legislación que los ampara y promueve, pero esencialmente referir la política crediticia especial de que gozan en esos tiempos las empresas editoriales, radiales y cinematográficas, descubriendo al mismo tiempo sus engarces políticos y el uso que les da un Estado popular, nacionalista y planificador, son los objetivos centrales de este estudio histórico que procura enlazar metodologías y enfoques propios de la historia económica y de la historia cultural.

⁷ Ipola, *Ideología*, 1983; Torres Ballesteros, “Populismo”, 1987, pp. 141-146; Laclau, “Populismo”, 1988, pp. 23-25; Torre, “Significados”, 1994, p. 58; Sirven, *Perón*, 1984; Altamirano, *Argentina*, 1999, p. 314.

⁸ Ford y Rivera, “Medios”, 1990, p. 27.

ACERCA DE LA LEGISLACIÓN RADIAL Y DE FOMENTO EDITORIAL Y CINEMATOGRAFICO

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

La concentración de los medios de difusión durante la gestión peronista recoge iniciativas del golpe militar del 4 de junio de 1943. Su uso propagandístico al servicio del aparato estatal es la nota distintiva.⁹ El 28 de mayo de 1946 se publica en el *Boletín Oficial* el “Manual de instrucciones” para la práctica radiofónica, que en sus 307 artículos establece un férreo control y aconseja evitar las críticas y promover la difusión de un informativo oficialista de noticias, en cadena. Las emisoras radiales reciben créditos oficiales superiores al millón de pesos para importar elementos que mejoren las transmisiones, pero como contrapartida son

⁹ Antecedentes y detalles en Ulanovsky, *Días*, 1995, pp. 139-149; Sirven, *Perón*, 1984.

"El canto de Doña Caracol" (serie *Incidentes melódicos*), 1944.

Grabado en madera

12.3 x 15 cm.

controladas estrictamente por el gobierno. Varios empresarios (encabezados por Jaime Yankelevich, propietario de radio Belgrano y pionero en la actividad radial)¹⁰ no tardan en vender al Estado, por módicas sumas, sus emisoras. La radiofonía adquiere su organización básica el 13 de octubre de 1953 mediante la Ley 14.241, que crea cuatro grandes redes de radiodifusión controladas y administradas por el oficialismo: del Estado, Belgrano (que se integra al canal 7 oficial de televisión a cuyo frente está el empresario y delegado personal de Perón, Jorge Antonio), Splendid (vinculada al diario oficialista *La Razón* y a los nexos comerciales y financieros del gobernador bonaerense Vicente C. Aloé) y El Mundo (a cargo de los ultraperonistas Vicente Carlos y Dante Aloé), al margen de las emisoras privadas otorgadas por licitación.¹¹ Al caer el gobierno peronista —en 1955— unos 2 000 discursos de Perón quedan archivados en Radio del Estado, como una muestra del asiduo uso que hacía de este medio el primer mandatario para transmitir a la sociedad su mensaje polémico y de estilo personalista.¹²

Las disposiciones vigentes entonces limitan la actuación de músicos extranjeros y disponen la participación de 75% de

músicos argentinos en cualquier conjunto. Porcentaje que se mantiene en la contratación artística que hicieran las emisoras. Los programas radiales refieren tipologías de la sociedad argentina de entonces: el inmigrante, el empleado, el ama de casa, el cadete de oficina, la familia. La emisión de música grabada se limita a 30%, es “el gran momento del folklore”,¹³ que restringe el negocio de las compañías grabadoras, creando puestos de trabajo para los intérpretes, en medio de un clima de reformas sociales que agita, como en otras actividades productivas, las aguas de los medios de comunicación, respecto de quiénes deben hacerse cargo del pago de los nuevos beneficios concedidos a los trabajadores por el gobierno peronista.¹⁴

Entre 1947 y 1955 el ejecutivo nacional administra o controla todas las emisoras radiales del país (excepto LV8 Radio San Juan, perteneciente a la familia de bodegueros Graffigna, muy ligada a la Iglesia). Desde 1950, tiempos de producir y ahorrar más, consumiendo menos, Perón refuerza su presión sobre los medios de comunicación y así, por ejemplo, se transmite diariamente por la cadena nacional “Pienso y digo lo que pienso”, un microprograma ideado por el secretario de Informaciones Raúl Apold para ampliar los alcances de la propaganda oficial. Los libretos se refieren a los niños como los únicos privilegiados, a los beneficios obtenidos por los trabajadores, a la dignificación de la mujer, a la industria nacional, al deporte, a la vivienda popular. También al producirse la muerte de Eva Perón, el 26 de julio de 1952, la radio —tal como lo hiciera con otros actos oficia-

¹⁰ En octubre de 1952 Radio Belgrano recibe un préstamo con ese fin por 1 252 000 pesos, con garantía solidaria de los herederos de Jaime Yankelevich y un interés de 6%. Por entonces la empresa reconoce un activo de 13 229 608 pesos, un pasivo de 9 972 708 pesos y un capital supuesto de 3 256 900 pesos. Archivo del Banco de la Nación Argentina (en adelante ABNA), Libro de Actas del Directorio, octubre de 1952, t. CCL, f. 89.

¹¹ Ford y Rivera, “Medios”, 1990, pp. 40-41; Ulanovsky, *Días*, 1995, pp. 226-227.

¹² Ulanovsky, *Días*, 1995, pp. 162-163.

¹³ *Ibid.*, pp. 165-166.

¹⁴ *Ibid.*, pp. 152-156.

les— cumple una misión importante, la de recordar el acontecimiento no sólo durante las 16 jornadas del velatorio, sino todos los días hasta 1955, cuando a las 20:25 h. —hora de la muerte de Eva Perón— por la cadena nacional se le recuerde a la sociedad argentina que “son las 20:25, hora en que Eva Perón pasó a la inmortalidad”. La radio, quizá más que otros medios de difusión, cumple —por su alcance y carácter masivo— un papel de singular trascendencia en la peronización de la sociedad argentina. Los acuerdos crediticios que recibe de parte de la banca oficial se convierten en una llave que abre la puerta para las adhesiones incondicionales en la mayoría de los casos.

Las relaciones entre el gobierno peronista y la prensa también son ríspidas, especialmente cuando se trata de la de cuño tradicional, oligárquico, una situación que aparece inmersa en el contexto de enfrentamiento entre Juan Perón y Estados Unidos, que comprende también a la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).¹⁵ El 21 de noviembre de 1946, el decreto 19.270 dispone que

todos los organismos de la administración nacional, incluyendo reparticiones autárquicas, etc. y los bancos oficiales por intermedio del Banco Central remitirán a la Subsecretaría de Informaciones los pedidos de publicación o difusión de sus anuncios o textos publicitarios.

Se coloca a esta dependencia estatal al frente de la centralización y distribución

de toda la información oficial, no pudiendo ninguno de los organismos mencionados por sí, “contratar ni comprometer, directa ni indirectamente suma alguna en concepto de publicación o difusión”.¹⁶ Al mismo tiempo, el oficialismo avanza a través de la creación de la Secretaría de Prensa y Difusión y el establecimiento de un aparato periodístico privado al servicio del Estado, que termina por controlar la importante Editorial Haynes y diarios como *La Razón*, *Crítica*, *Democracia*, *La Época* y *Noticias Gráficas*, entre otros, mientras promueve la instalación de empresas del ramo cercanas a sus propósitos políticos, como la Editorial Abril, vinculada a capitales italianos.

El 4 de febrero de 1948 el poder ejecutivo nacional da a conocer el decreto 3.335 que, atendiendo a los principios de la ley 13.049, autoriza al gobierno a convenir con los organismos que integran el sistema del Banco Central de la República Argentina una inversión de 25 000 000 de pesos moneda nacional en la constitución de un fondo especial para créditos extraordinarios de ayuda y fomento a las editoriales argentinas constituidas como tales al 1 de enero de 1946 y que imprimen en el país. Dispone, además, que los Bancos de la Nación Argentina y de Crédito Industrial Argentino (los más importantes de la república) otorguen préstamos extraordinarios, en un todo de acuerdo con sus respectivas Cartas Orgánicas. Conforme a estas pautas, el primero de ellos atiende los requerimientos crediticios de las editoriales de carácter comercial que hacen imprimir sus obras por terceros

¹⁵ En 1951 se expropián las instalaciones y los bienes del diario opositor *La Prensa*, transfiriéndolos a la Confederación General del Trabajo (CGT).

¹⁶ ABNA, exp. 62964, Buenos Aires, 1946, N.O. 1946.

(art. 4), y el Banco de Crédito Industrial Argentino se ocupa de los préstamos a las editoriales que imprimen sus obras en talleres propios (art. 5). En todos los casos —y aunque no siempre se cumpliera con la norma— los créditos concedidos no pueden superar 50% del capital integrado (art. 5). El plazo máximo para reintegrar las sumas prestadas se fija en cinco años, con amortizaciones trimestrales y un ventajoso interés anual de 5%, cuando la tasa ordinaria de mercado oscila entre 6 y 7 por ciento.

El contralor del Estado queda asegurado por dos disposiciones complementarias del decreto. Por un lado, a través del control de “la obra cultural que realiza la solicitante”, la cual queda a cargo de la Sociedad Argentina de Editores (art. 7) y, además, porque

las resoluciones por las que se acuerden los préstamos deberán ser aprobadas por el poder ejecutivo, con intervención del Ministerio de Finanzas, lo que se hará constar en los contratos que se celebren con los respectivos beneficiarios (art. 14).¹⁷

Si la producción de libros es importante para la Argentina de entonces, también lo es la circulación de diarios en el mercado nacional. De ahí que el papel para su edición¹⁸ ocupe un lugar destaca-

do en la industria del ramo. Por las características del complejo proceso de elaboración, hacia los años cincuenta hay en el país una sola empresa que pretende encarar la producción de papel para diarios en forma continua, tanto en su planta de Zárate (provincia de Buenos Aires) como en la que posee en Capitán Bermúdez (provincia de Santa Fe); es decir, que el grueso del papel para diarios se importa. Entre las principales empresas elaboradoras de pasta celulósica —materia prima fundamental para la fabricación de papel y cartón— se destacan cuatro sociedades (véase cuadro 1).

La producción nacional de pastas celulósicas, aunque es insuficiente, crece lentamente pero de manera sostenida. En 1939 se producen 23 098 toneladas; en 1946 la producción asciende a 34 798 toneladas y en 1952 —año de crisis económica aguda en el país— a 37 840 toneladas. De todos modos, la relación entre la producción y la importación de la pasta da valores decrecientes para la primera, ya que la producción nacional, que en 1946 representa 41.1% del total consumido, en 1952 desciende a 30.5%, registrándose un aumento superior a 60% del consumo total.¹⁹ Las cuotas de importación de papel para diario y su distribución por parte del gobierno, se constituyen en un “torniquete” político destinado a promover fidelidades.

La industria cinematográfica argentina también recibe el apoyo explícito del gobierno de la nación. Uno de los primeros

¹⁷ Ministerio de Finanzas, *Reglamentaciones*, pp. 8-12.

¹⁸ El esqueleto celulósico de las fibras, desprovisto de impurezas constituye la pasta química, comúnmente denominada celulosa y que constituye el material básico para la fabricación del papel para diarios. Este elemento es el que confiere al papel una mayor resistencia a los rayos solares, y una superficie apropiada para la edición. El otro material utilizado es

la pasta mecánica, obtenida mediante una enérgica molienda de la madera en muelas especiales. El papel para diario se compone de 25% de pasta química y 75% de pasta mecánica.

¹⁹ Banco de Crédito Industrial Argentino, *Informes*, 1955, t. 1, informe sintético 42, p. 240.

estímulos es del 5 de agosto de 1944, y se debe a los hombres que promovieran el golpe militar del 4 de junio de 1943. Se establece entonces la obligatoriedad de exhibir películas argentinas de largometraje en todas las salas del país.²⁰ La ley 12.999 del 6 de agosto de 1947, reglamentada ese mismo año, se constituye en el punto de partida de otras medidas oficiales en apoyo de esta importante actividad político-económica, especialmente durante la vigencia del Estado nacionalista, popular, benefactor y planificador liderado por Juan Perón, que por el decreto 26.012 de 1948 establece un sobreprecio a las entradas a las salas cinematográficas, “de cuyo producto, 30% se destina al fomento y mejoramiento de películas argentinas de largometraje”, y el resto se distribuye entre la Fundación de Ayuda Social Eva Duarte de Perón, el Sindicato Industria Cinematográfica Argentina y la entidad gremial que agrupa al personal de exhibidores.²¹

Los créditos especiales están a cargo del Banco de Crédito Industrial Argentino, que por resolución del 17 de marzo de 1948 aprueba la primera reglamentación de préstamos de fomento a la indus-

tria cinematográfica argentina. Establece acuerdos crediticios sobre películas terminadas, por un monto no superior a 70% del costo estimado; no exige a las empresas garantías reales sino “tener constituida una organización estable y la responsabilidad necesaria para ser considerada una unidad industrial”,²² pero sí las obliga a reservar de sus recaudaciones los montos necesarios para atender el servicio del crédito, amortizable en doce cuotas bimestrales con un interés anual preferencial de 4%. Para los acuerdos, el banco recibe el asesoramiento de una comisión integrada por el director general de Espectáculos Públicos —que la preside— y el de tres productores, que generalmente resultan afines a su ideología política.

El 4 de noviembre de 1949²³ se amplían las atribuciones del poder ejecutivo nacional para determinar quiénes pueden gozar de los beneficios de la legislación vigente. Mientras estos instrumentos legales permiten la colocación en el mercado nacional de las películas a producirse por los estudios locales, otras limitan la entrada al país de películas extranjeras y se asegura el apoyo bancario oficial a través de nuevos créditos especiales, para el cumplimiento de los planes de filmación en el territorio argentino.

El 4 de abril de 1950 el Directorio del Banco de Crédito Industrial Argentino, con el propósito de apoyar y promover la producción de películas cinematográficas que “por su tema, naturaleza y realización constituyen un acabado exponente cultural, artístico o científico”, re-

²⁰ Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino (en adelante ABCIA), Industria Nacional de Cinematografía. Informe 2, preparado por C. A. Cinto Courtaux, Buenos Aires, 1955, fs. 120-123. Véase Decreto-ley 21.344.

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

²² *Ibid.*, f. 64.

²³ *Ibid.*, fs. 50-54. En esa fecha se promulga la ley 13.651, reglamentada por el decreto 16.688 de 1950.

suelve otorgar préstamos con esa finalidad. La operación está dirigida a las empresas con “probada capacidad técnica, directiva y artística e intachables antecedentes bancarios y comerciales”, aunque arrienden las instalaciones y equipos, a satisfacción del banco, y siempre que —como un poco disimulado reaseguro político— la película sea evaluada por la institución financiera como “merecedora del apoyo especial” como lo determina esta reglamentación.²⁴

La resolución intenta corregir los defectos de la que se encuentra en vigencia, pues ésta no se adecua “íntegramente a las necesidades de la industria y a que los productores amparados en deficiencias que ofrecía el régimen adoptado, no cumplieran con sus disposiciones”.²⁵ Es requisito previo para el acuerdo de estos préstamos una directa intervención de los organismos del Estado, cuya contraloría se ejerce a través de la Dirección General de Espectáculos Públicos y otras entidades entendidas sobre el tema, según el asunto de la película ya realizada o a realizarse. Por otra parte, la empresa beneficiaria debe reconocer que

el Banco tendrá el derecho de hacer practicar, por intermedio de sus técnicos, todas las verificaciones e inspecciones que consi-

dere necesarias, a efectos de comprobar el cumplimiento de las disposiciones establecidas y la forma en que se desenvuelven sus actividades,

de lo contrario, la resolución dispone que “la obstaculización de la facultad de contralor que se reserva el banco, motivará sin necesidad de interpelación alguna la caducidad de los plazos acordados y la exigibilidad inmediata de la deuda”. El riesgo financiero estatal no tiene correspondencia con el “riesgo” político cultural, que queda así garantizado por la intervención directa de las instituciones del Estado peronista.²⁶

Para esa misma fecha y conforme a las directivas del ejecutivo nacional, el Banco de Crédito Industrial Argentino, con el fin de apoyar la producción de películas nacionales como expresión “de la actividad cultural y artística de la nación”, generadoras de empleo y contribuyentes al “mejor conocimiento del país en el extranjero”, resuelve otorgar una línea de préstamos especiales con este fin. Pueden acogerse a los beneficios de esta operación las empresas radicadas en el país que —a juicio del banco— tengan una organización estable, sean solventes, posean unidades industriales autónomas, que hayan producido en el país tres películas de largometraje en el año anterior a la solicitud o no antes de 18 meses, y que cuenten con recursos financieros propios (además de los solicitados al banco) para concretar la producción proyectada. La disposición indica —aunque no siempre se haya cumplido en la práctica— que cada préstamo

²⁴ Los préstamos se acuerdan en cuenta corriente ordinaria a 180 días de plazo, renovable automáticamente hasta tres años, siempre con un interés de preferencia de 4% anual y por un monto de hasta 70% del costo de la película a producir, con garantía prendaria sobre el negativo y las copias del film a favor del banco.

²⁵ ABCIA, Situación de la industria cinematográfica argentina, Buenos Aires, 1955, mimeo. (21 10 7779 1), fs. 2-3.

²⁶ Ministerio de Finanzas, *Reglamentaciones*, pp. 47-53.

“El carrusel” (para la película *Pueblerina*), 1948.

Grabado en linóleo

42 x 30.8 cm.

debe resolverse “teniendo en cuenta la situación económico-financiera de la empresa”, otorgándose un importe no superior a 70% del costo estimado por el banco para cada película. El plazo de reintegro se fija en dos años, con una ampliación que no supere los 120 días; además, mensualmente, la empresa debe depositar en el banco 70% de los ingresos percibidos por las recaudaciones derivadas de la exhibición de las películas sobre las que el banco haya acordado estos créditos especiales, con la finalidad de engrosar un fondo especial desde el cual se realimentaría el sistema de créditos con este propósito.²⁷

Como en el caso de la operación anterior, el Estado se reserva el derecho de intervenir en las actividades de la empresa, en salvaguarda, según se dice, de la calidad de las películas que se producen y también de la confiabilidad del argumento filmico, que no debe contradecir la política sustentada desde el oficialismo. Existe, además, un requisito previo para la obtención del crédito, la consulta a la Dirección General de Espectáculos Públicos, ente que debe opinar “sobre el valor cultural, moral y artístico de la película y sobre el importe máximo que a su juicio podría acordarse, teniendo en cuenta su costo y la recaudación probable”.²⁸ Una vez más, no son sólo cuestiones financieras las que deciden el otorgamiento o no de los créditos de referencia. Como en otras actividades más identificadas con la producción nacional, éste también es un instrumento para hacer política y reclamar fidelidades.

La aplicación de las resoluciones de 1950 no alcanza los objetivos esperados, y el 20 de noviembre de 1952 una nueva disposición del Directorio del Banco de Crédito Industrial pone en vigencia una “Reglamentación de préstamos de promoción a la producción cinematográfica”. El objetivo es reforzar la identidad nacional al promover la producción de películas impresas de elevada calidad

que por su naturaleza, tema y realización constituyan o puedan constituir auténticas expresiones del alma argentina en sus más puras manifestaciones sociales, artísticas, económicas y científicas, que sirvan para mostrar al mundo nuestro estilo de vida a la vez que para reafirmar en el pueblo el sentimiento y la emoción de su propio valimiento.²⁹

En tiempo de crisis económica, como el que se vive en la Argentina de entonces, las condiciones de liquidación del préstamo se modifican. El monto del acuerdo se entrega en tres cuotas iguales; una al efectuar 30% de la película proyectada; la segunda al haber cumplido con 70%, y la tercera al concluir la filmación, manteniéndose la garantía prendaria sobre el negativo y las copias de la película objeto del crédito.

La resolución se complementa con dos decretos del ejecutivo nacional, en su función de contralor de la ley 12.999, por los cuales se otorgan atribuciones especiales a la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación, por ser la

²⁷ *Ibid.*, pp. 54-59.

²⁸ *Ibid.*, p. 58.

²⁹ ABCIA, Situación de la industria cinematográfica argentina, Buenos Aires, 1955, mimeo. (21 10 7779 1), f. 80.

encargada de “vigilar” el cumplimiento de esas disposiciones legales y para “resolver sobre el terreno, con la premura que las situaciones requieran, los casos de excepción”.³⁰ Se fija, además, la permanencia mínima de una película argentina en la sala de estreno, que se estipula en una semana; en tanto, poco después, se refuerza la medida, indicando que “las películas argentinas gozarán en las salas de espectáculos, como mínimo, de todas las ventajas y privilegios que se acuerden a las extranjeras”.³¹

En 1953, cuando se pone en vigencia el Segundo Plan Quinquenal y el Estado peronista —que se mimetiza con el partido— exige adhesiones y fidelidades de modo explícito, amparándose en la declaración oficial que dice que “el intelectual y el artista serán protegidos por la acción del Estado, que los asistirá técnica y económicamente”.³² Un par de nuevos decretos del ejecutivo nacional, el 5.593 y el 8.891, refuerzan la intervención del Estado en esta materia, como una expresión contundente de la mayor vigilancia política que ejerce el gobierno sobre la sociedad en su conjunto. El primero de ellos crea el Consejo Consultivo Cinematográfico Argentino, compuesto por nueve miembros titulares e igual número de suplentes que representarían a los productores, a los obreros, a los artistas, a los autores, a los directores, a los exhibidores y a los laboratorios cinematográficos, sien-

do designados en todos los casos por el poder ejecutivo. Cuatro representantes oficiales asesorarían *ad honorem* al organismo, al tiempo que se rotarían en la presidencia del mismo, permaneciendo en sus cargos hasta que su mandato fuera revocado por el gobierno. Su labor es de singular importancia para el poder político, al punto de ser obligatoria su asistencia a todas las reuniones del Consejo, con la indicación de que “de sus opiniones se dejará expresa constancia en actas que se labren al efecto”.³³ El objetivo del Consejo es explícito: estudiar y asesorar en “todas las cuestiones atinentes a la industria cinematográfica”, y sus resoluciones deben ser tenidas en cuenta por los organismos estatales respectivos, pudiendo su presidente “decidir si alguna de ellas, por razones de interés general, no debe ser publicada”.³⁴

El Decreto 8.991, por su parte, designa a los representantes para conformar el mencionado Consejo Consultivo, dando muestras inequívocas de la decisión del ejecutivo nacional de designar con tal carácter a los representantes de las compañías y a los actores y directores más cercanos al aparato político peronista; los mismos que suelen beneficiarse con el crédito generoso y especial del sistema bancario oficial, que a partir de ese año procura afinar los requisitos que deben cumplir quienes soliciten y obtengan el auxilio financiero gubernativo.

³⁰ *Ibid.*, f. 55.

³¹ *Ibid.*, f. 57. Decreto 11.731 del 3 de diciembre de 1952. Se reafirma con el Decreto 12.572 de ese mismo año.

³² Presidencia de la Nación, *Segundo*, 1953, p. 101.

³³ ABCIA, Situación de la industria cinematográfica argentina, Buenos Aires, 1955, mimeo. (21 10 7779 1), f. 59.

³⁴ *Ibid.*

EL CRÉDITO Y LAS EMPRESAS DE CULTURA POPULAR

La estadística da muestras de los efectivos alcances de la legislación bancaria vigente en materia de créditos a estas áreas industriales vinculadas estrechamente con la cultura popular. Así, por ejemplo, el rubro papel y cartón que en 1944 recibe el beneficio de catorce operaciones 781 500 pesos, en 1946 eleva el primer guarismo a 75, y el monto a 3 544 500 pesos y en 1954 a 477 operaciones y 40 306 000 pesos; las diez operaciones por un total de 168 000 pesos registradas en 1944 para el rubro imprentas, publicaciones y análogos, ascienden a 215 operaciones por un total de 4 053 859 pesos en 1946, y a 866 y 47 513 000 pesos respectivamente. Por su parte, los dos créditos ofertados para el rubro de estudios cinematográficos por valor de 850 000 pesos se multiplican apenas iniciado el gobierno peronista y alcanzan en 1955 las 34 operaciones, por un monto de 26 973 020 pesos.³⁵

En 1955 el Banco de Crédito Industrial declara que “la industria papelera fue objeto de un tratamiento preferencial, debido a la estrecha vinculación que esta actividad tiene con el comercio y con las empresas gráficas y editoriales”. Un apoyo que la institución bancaria reitera para las empresas cinematográficas, por entender que cumplen una importante función de divulgación social, artística, económica y científica; aunque reconoce que “al cabo de varios años se ha llegado a una situación que puede calificarse de desastrosa”,

³⁵ Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria*, 1947 y 1956.

ante las múltiples deudas incobrables que este renglón registra.³⁶

Las editoriales

Las impresiones en talleres gráficos se pueden dividir en dos grandes grupos, que tienen características y mercados diferentes. Por un lado está la edición de libros y revistas, y por otro, la de impresos generales (comerciales, propaganda, etc.). Los libros son apreciados como “una mercadería internacional”, ya que se destinan a un amplio mercado. Las empresas editoras no siempre se rigen por criterios comerciales e industriales. Los otros tipos de impresiones son un complemento necesario de las actividades comerciales e industriales del país; las modalidades de propaganda de la época así lo exigen. En ambos casos esta industria aparece asociada a materias primas como el papel, el cartón, las cartulinas, las tintas, que se producen en el país pero que también se importan, especialmente cuando la producción local resulta más costosa. En 1947 la publicación de diarios, periódicos y revistas alcanza su mayor producción. Comparado con el índice 100 de 1943, en el año 1947 el volumen físico de producción llega a 147.8.³⁷

A partir de 1950, y como consecuencia del comienzo de la guerra de Corea, los precios internacionales del papel suben rápidamente, hasta triplicarse. El Banco Central autoriza entonces la compra en

³⁶ Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria*, 1956, pp. 23-24 y 28.

³⁷ Banco de Crédito Industrial Argentino, *Informes*, 1955, t.1, informe sintético 45, p. 262.

el exterior (Finlandia, Suecia, Italia, Austria, Francia, Reino Unido y Noruega) de importantes cantidades del producto y de celulosa.

Dos años después, el Estado reconoce que la maquinaria para producir papel nacional es obsoleta y que existen muchas dificultades para aprovisionarse de los repuestos de las mismas, originando notables incrementos en los costos de producción. De todos modos la documentación bancaria que realiza un diagnóstico de la industria editorial nacional, reconoce el impulso “considerable en cantidad, y su difusión”, especialmente a partir de 1936, cuando con motivo de la guerra civil española se instalan en la Argentina varias editoriales radicadas en aquel país europeo. A esta situación se suma la alfabetización creciente de varios países iberoamericanos, que provoca el aumento en el consumo de libros; factores que hacen posible el rápido desarrollo de la industria editorial y gráfica argentina. La estadística calcula que en 1947 (año de mayor exportación de la gestión peronista) se exporta 65% de la producción total de libros y estima, para 1953, en unos 200 los establecimientos editores de toda clase de libros.³⁸

El crecimiento no resulta armónico y, en varias ocasiones, no tiene en cuenta las necesidades del mercado. Muchos editores se improvisan como tales, mientras las editoriales con mayor antigüedad obran con más cuidado. De todos modos, el Estado peronista no tarda en salvaguardar y controlar este importante mecanismo de propaganda y acción cultural, promulgando la ley 13.049, reglamentada el 4 de

febrero de 1948 (decreto 3.335), que dispone la ayuda y fomento a las editoriales argentinas a través de créditos extraordinarios otorgados por la banca oficial, como ya se ha mencionado. La industria editorial argentina entra en una etapa expansiva, sólo afectada por el proteccionismo que España y México brindan desde la inmediata posguerra a sus editoriales.

En 1951, en consonancia con la difícil situación económica que vive el país, se suma a aquella coyuntura el incremento de los costos, mientras el Banco Central dispone reglamentar las exportaciones de libros impresos en el país, que desde entonces no pueden ser abonadas en moneda nacional por los compradores del extranjero.³⁹ Desde mediados de 1953 la industria editorial argentina siente el impacto negativo de ambas situaciones, y las secretarías de Comercio Exterior y de Finanzas se aprestan a subsidiarla, teniendo en cuenta que “la participación del libro argentino en los mercados extranjeros se ve seriamente amenazada por las dificultades con que tropiezan nuestros editores para poder competir con la producción de otros países”.⁴⁰

Las grandes imprentas editoras de libros clásicos del pasado argentino y de la literatura universal, de documentos oficiales, de papel moneda, de billetes de lotería, de estampillas, etc. —como Guill-

³⁹ ABNA, Circular C 1550, 20 de diciembre de 1951.

⁴⁰ Banco de Crédito Industrial Argentino. Departamento de Economía, *Informes*, 1955, p. 262. Por resolución conjunta 509 del 21 de agosto de ese año, se fija en 6.00 pesos la paridad cambiaria con el dólar para la venta al exterior de libros editados e impresos en el país.

³⁸ *Ibid.*, pp. 258-261 y 263.

mo Kraft Ltda., que iniciara sus actividades en el país en 1864, y la S. A. Jacobo Peuser, que con el nombre de "Librería Nueva" fuera fundada en Buenos Aires en 1867—,⁴¹ no tardan en adherirse al oficialismo y continuar como editoras de la folletería del gobierno y de guías, anuarios y folletería de sus diversas reparticiones, procedimiento por el cual refuerzan su envergadura financiera al amparo de las resoluciones protectoras emanadas desde el gobierno liderado por Perón. En 1943, la S. A. Casa Jacobo Peuser Ltda. tiene un capital en giro de 11 764 342.16 pesos, posee cuatro establecimientos gráficos distribuidos en Buenos Aires, Rosario, Mendoza y La Plata, seis puestos de venta en la Capital Federal y otros cinco en el interior. Sus ventas suman unos 11 000 000 de pesos y ocupa un total de 2 206 obreros y empleados, que cuentan con los beneficios de la Asociación Mutual y Social Peuser.⁴² Mientras

tanto, otras imprentas, más distantes del peronismo, languidecen o se mantienen con serias dificultades (Emecé Editores, por ejemplo) al no contar sino circunstancialmente y de manera acotada con el apoyo financiero de la banca estatal.

En 1952, a pesar del cambio en el rumbo económico y la crítica situación por la que atraviesan las finanzas públicas, un informe y resolución de la Gerencia Comercial del Banco de la Nación Argentina abre varios créditos documentarios por más de un millón de pesos a favor del Guillermo Kraft Ltda. S. A. para importar máquinas de origen francés, cuando la firma adeuda a la entidad bancaria 9 969 003 pesos, registra un pasivo de 38 796 114 pesos y declara un capital líquido de 33 812 729 pesos.⁴³

En julio de 1954, tiempos de ajuste económico-financiero, de producir y ahorrar más mientras se consume menos para la sociedad argentina, el Banco de Crédito Industrial Argentino estima

que la acción a desarrollar por esta institución debe tender a la consolidación de las empresas existentes por un mejoramiento de sus procesos de producción, con el fin de lograr un ejemplar perfeccionamiento técnico, y por sobre todo, una reducción de sus costos de explotación⁴⁴ (véanse cuadros 2 y 3).

⁴¹ El 4 de mayo de 1864, don Guillermo Kraft, dibujante y litógrafo alemán llega al país y funda en Buenos Aires un pequeño taller de impresiones que se convertirá en la base del importante establecimiento de artes gráficas que acompañará el rumbo de las ediciones argentinas. A la muerte del fundador ocurrida en 1893, la empresa queda a cargo de su hijo mayor Guillermo, que cursara estudios técnicos en Berlín y Londres. La Librería Nueva es fundada por el joven alemán de 24 años Jacobo Peuser el 20 de abril de 1867 en un modesto local porteño, que se amplía al año siguiente con la adquisición de la librería de José Bernheim y —más tarde— con la librería inglesa de Vázquez Millán y Cía. Desde 1891 se instala en Cangallo y San Martín (Buenos Aires), "la esquina de Peuser" como la llaman los porteños. Buonocore, *Libreros*, 1988, pp. 59-61; Amigos del Libro de Buenos Aires, *Acto*, 1949; Peuser Ltda., *Don*, 1943.

⁴² Peuser Ltda., *Don*, 1943, pp. 67-68.

⁴³ ABNA, Libro de Actas del Directorio, t. CCLI, octubre de 1952, fs. 102-103.

⁴⁴ Banco de Crédito Industrial Argentino, *Informes*, 1955, t. 1, p. 265.

"La alameda", 1948.

Litografía

42 x 31.5 cm.

Las empresas cinematográficas

Las empresas cinematográficas —como otros medios de comunicación masiva— tienen singular importancia para el Estado popular peronista. Desde 1948 —como se expuso— la legislación de fomento y las resoluciones bancarias que le otorgan créditos especiales, son muestras contundentes de su importancia política. El auxilio prestado pronto se traduce en un mejoramiento de las condiciones económicas de las empresas organizadas y con capacidad directiva; especialmente las que con mayor premura satisfacen las exigencias gubernamentales. También existen pequeñas empresas, creadas al amparo de la liberalidad del crédito, que no consiguen pervivir.⁴⁵

Argentina Sono Film y Artistas Argentinos Asociados, por el contrario, figuran entre las empresas (que además son distribuidoras) de mayor envergadura, tanto por su solvencia como por el apoyo que reciben de parte del gobierno nacional. La primera se funda en abril de 1933 por iniciativa del italiano radicado en el país Ángel Mentasti y por Luis Moglia Barth.⁴⁶ Un decenio más tarde, y an-

⁴⁵ ABCIA, Situación de la industria cinematográfica argentina, Buenos Aires, 1955, fs. 111-112. Así ocurre con Electra Film, Inti Huasi, Fitz Roy, Asociación Cinematográfica y Sincca Film.

⁴⁶ El 27 de abril de 1933 inauguró el período del cine sonoro local al estrenar la película *Tango* de Luis Moglia Barth. Muerto su fundador en 1937, sus hijos Ángel Luis y Atilio J. se hacen cargo de Argentina Sono Film, una de las empresas cinematográficas más importantes de América hispana. Prestigiosos actores (Tita Merello, Libertad Lamarque, Luis Sandrini, Alberto Gómez, Pepe Arias, Azucena Maizani) y directores (Luis César Amadori, Mario Soffici, Francisco

tes de producirse el incendio que destruyera sus instalaciones en San Isidro, la compañía anuncia su programa de filmar quince películas a lo largo de 1943-1944, cuando aún no se hace presente el apoyo del crédito oficial barato. Como producto de su crecimiento al amparo de dicho crédito, la empresa empieza a producir filmes que rescatan los valores y las costumbres de la sociedad argentina de entonces. Puede recordarse, a modo de ejemplo, que en 1946 Argentina Sono Film realiza doce películas, todo un récord de producción, privilegiando temáticas de tipo pasatista, tradicionalista y de corte biográfico, que se constituyen en la antesala de otros temas de abordaje que reflejan esencialmente la vida de los sectores populares, la importancia del trabajo, la moral y la educación como instrumentos para el ascenso social, sin dejar de apostar al éxito de la comedia ligera.

En 1948, la película *Dios se lo pague* obtiene el primer premio al mejor filme argentino en el Certamen Hispanoamericano de Madrid; en 1949 el galardón lo recibe una película de raíz histórico-literaria, *Almafuerte*, y el 1950 *Nacha Regules*, una expresión de la agitada vida de una mujer en la Argentina del Centenario. En 1953, *La mujer de las camelias*, que relata la vida de una joven de vida fácil y los obstáculos para integrarse mediante el matrimonio al mundo de “la gente decente”, obtiene en Hollywood el primer

Música, Manuel Romero, Lucas Demare) fueron convocados por la empresa. En 1947 el ex jefe de prensa de Argentina Sono Film, Raúl Alejandro Apold, se inserta en el poder peronista como funcionario encargado de controlar la confiabilidad de los medios de comunicación. *Clarín*, domingo 5 de junio de 1977, sección espectáculos, Buenos Aires, p. 1.

premio a la mejor película de habla hispana.⁴⁷ En términos financieros, varias son las oportunidades en que la empresa es eximida de realizar el depósito de 70% de sus ingresos y de contratar los seguros de práctica —como marca la ley—, en virtud de su “responsabilidad general y correctos antecedentes”, además de su cercanía con el gobierno y porque sus películas están destinadas “al entretenimiento del público”, son discretamente producidas y “sin objeciones desde el punto de vista moral”.⁴⁸

Artistas Argentinos Asociados, por su parte, echa sus bases en setiembre de 1941. Enrique Muiño, Elías Alippi, Francisco Petrone y Ángel Magaña, son los actores que integran esta nueva empresa de la que participa también el director Lucas Demare; encontrándose a cargo de la dirección general de administración Enrique Faustín, hombre conocedor del negocio cinematográfico.⁴⁹ En 1945, junto a los escritores Ulises Petit de Murat y Homero Manzi, prepara un programa de filmación que rescata rasgos de la tradición argentina y sus valores, a través de algunos clásicos de la literatura gauchesca y la novela histórica,⁵⁰ acercándose paulatinamente a los objetivos oficialistas.

Con menos suerte económico-financiera, la S. A. “Lumiton” es rundada en

1931 por cuatro pioneros de la radiotelefonía⁵¹ a quienes se incorpora un grupo de cineastas argentinos. Se radica en Munro (provincia de Buenos Aires) e inaugura sus actividades con un clásico del cine argentino: *Los tres berretines*. La colaboración de técnicos extranjeros y la participación de reconocidos actores del teatro nacional dan impulso a esta empresa. Los directores Manuel Romero, Luis Bayón Herrera y Francisco Múgica marcan con su presencia la trayectoria de esta empresa. La temática popular está presente en las películas del primero, mientras los temas preferidos de Múgica se dirigen a las clases medias y altas de la sociedad argentina de esa época. La crisis nacional, “una mala administración y acentuada baja en la calidad de sus productos”, afecta desde 1950 a esta empresa, que queda desplazada de la competencia con las otras dos importantes compañías cinematográficas.⁵²

En una media docena de compañías cinematográficas, cercanas al gobierno, se produce 80% del metraje total de películas editadas en el país. A ellas se suman unas 20 compañías de menor importancia, algunas con estudios propios y otras que alquilan sus instalaciones a otras productoras. También realizan actividades cinematográficas Sucesos Argentinos y Noticiario Panamericano, dedicadas con exclusividad a la producción de noticias que reflejan el quehacer del gobierno na-

⁴⁷ Museo del Cine (en adelante MC), Archivo de recortes, Argentina Sono Film, sobre 1, Reseñas, 24 de abril de 1958.

⁴⁸ ABCIA, Libro de Actas del Directorio, t. 3, orden del día 618, 11 de enero de 1952, fs. 674-682; t. 1, marzo de 1955, fs. 1440-1444.

⁴⁹ MC, Archivo de recortes, Artistas Argentinos Asociados, recortes de *La Frontera*, Buenos Aires, 24 de abril de 1944.

⁵⁰ *Ibid.*, 17 de septiembre de 1941 y s/f.

⁵¹ César José Guerrico, Luis Romero Carranza, Raúl Orzábal Quintana y —quien sería director de la compañía— Enrique T. Susini.

⁵² Centro Cultural Estudios Cinematográficos Lumiton, 1933-1993, 1993; *La Voz de los Espectáculos*, 19 de mayo de 1983, segunda sección, Buenos Aires, p. 1.

cional. Con fines de divulgación o documentación, producen sus filmes la Sección de Prensa y Espectáculos Públicos, Yacimientos Petrolíferos Fiscales y los ministerios de Guerra, Marina y Obras Públicas.⁵³

Los acuerdos crediticios —especialmente después del cambio de rumbo económico de 1950— muestran, para el caso de las empresas cinematográficas, resguardos políticos más que financieros. Mientras la legislación financiera propone que el acceso al crédito se dirija a actividades productivas, los préstamos para este rubro se basan en el interés argumental del film a financiar.⁵⁴ En 1952, razones similares determinan acuerdos a las empresas que atienden al encuadre argumental de las películas, poniendo de relieve “grandes realizaciones del actual gobierno de la nación” y el “especial interés cultural” de las mismas.⁵⁵

Más allá de los casos particulares, es posible afirmar que entre 1950 y 1954 se acuerdan créditos por un valor total de

92 811 226 pesos, que corresponden a 130 operaciones, con un promedio de 713 932 pesos y un índice de cancelación de 63% para 1950, y de 44% para 1954, dando la pauta de una firme política de apoyo a la industria cinematográfica nacional, más allá de las conveniencias financieras. En 1953 el Estado peronista refuerza sus mecanismos de propaganda y el Banco de Crédito Industrial Argentino otorga préstamos para la producción de 29 películas (29 802 160 pesos), en tanto en 1954 financia otras 32 (35 176 100 pesos). De todos modos, las dificultades económico financieras que vive el país hacia 1952, que provocan un aumento en los costos de producción, influyen negativamente en el reintegro del crédito por parte de algunas empresas que sufren, además, malas administraciones, disidencias internas o con el poder político (Interamericana S. R. L., Luniton S. A., Estudios San Miguel, Emelco S. A.), mientras otras dos: Film Andes S. A. y Sifa de Armando J. Bó, que filman circunstancialmente, se encuentran al borde de la quiebra. Es el Banco de Crédito Industrial quien denuncia que de los 9 669 340 pesos acordados en los últimos años a las “empresas de producción accidental”, muy poco se ha podido recuperar.⁵⁶

El número de películas se incrementa extraordinariamente desde el establecimiento de los créditos especiales, pero su calidad no sigue el mismo camino. Por esta razón, y a pesar de las dificultades financieras señaladas, apelando una vez más a la decisión política, la Subsecretaría de la Presidencia de la Nación decide que

⁵³ ABCIA, Industria. Informe 2, preparado por C. A. Cinto Courtaux, Buenos Aires, s.d.t., mimeo. (21 10 6691 2), fs. 4-6.

⁵⁴ ABCIA, Libro de Actas del Directorio, t. 3, orden del día 565, 29 de mayo de 1951, f. 1089. Ésta es la razón, por ejemplo, para acordar a David Goldberg (gerente general de Cinematografía Interamericana S. R. L.) y al actor Luis Sandrini, 634 340 pesos para producir *Sombras en la frontera*, auspiciada por la Dirección General de Gendarmería Nacional para destacar “el espíritu heroico, el sentido del deber, el patriotismo y la abnegación que anima al personal de nuestra Gendarmería”.

⁵⁵ ABCIA, Libro de Actas del Directorio, t. 1, orden del día 616, 3 de enero de 1952, fs. 186-193. Asociación Cinematográfica S. R. L.; S. A. Radio Cinematográfica Argentina Luniton y a Cinematográfica Libertador S. R. L.

⁵⁶ ABCIA, Situación de la industria cinematográfica argentina, Buenos Aires, 1955, mimeo. (21 10 7779 1), fs. 115-116.

un grupo de “directores representativos” realicen por cuenta propia películas de alta jerarquía. Se otorgan entonces préstamos a reconocidos actores y directores cercanos al poder político, por 2 540 000 pesos (a Hugo del Carril); por 2 200 000 pesos (a Luis César Amadori); por 2 000 000 pesos (a Daniel Tinayre, Leopoldo M. Torre y Mario Soffici); por 1 880 000 pesos (a F. Rolf Pappier); por 1 460 000 pesos (a la Productora Luis Sandrini S. R. L.), y por 1 100 000 pesos (a Carlos Borcosque).⁵⁷

De todos modos, hacia fines de 1954 la conducción del Banco de Crédito Industrial Argentino aconseja, en salvaguarda de los intereses de la institución, adoptar medidas para limitar los créditos a la industria cinematográfica argentina, ponderando las condiciones del solicitante en cuanto a continuidad de la producción, responsabilidad patrimonial, antecedentes técnicos, distribución adecuada, garantías ofrecidas y cumplimiento en el pago de sus deudas, para que el banco pueda “seleccionar y depurar la nómina de los productores que solicitan préstamos”. Se propone, al mismo tiempo, acordar los créditos sobre la base de películas terminadas “que por su naturaleza, tema y realización, constituyan auténticas expresiones nacionales en el aspecto social, artístico, económico o científico”.⁵⁸ Los tiempos han cambiado, poco se habla de la “tercera posición”, la economía peronista se ha hecho más liberal y en ese contexto de la política nacional, el banco se anima a sugerir la necesidad de consultar en esta materia la legislación que existe en México, Italia, Francia y España, sin per-

der de vista que “esta industria cumple una función social”.⁵⁹ El representante del Ministerio de Finanzas comparte las consideraciones de la entidad bancaria y va más allá, al denunciar la poca eficiencia del Consejo Consultivo Cinematográfico, que sólo se ocupa de “aumentar el precio de las localidades y votar pedidos de crédito”, mientras guarda silencio frente a los estudios que se cierran, la falta de celuloide, la demora en el pago de las cargas sociales, la evasión de divisas, la escasa calidad de nuestro cine, el contrabando de películas y la mora en el pago de los créditos⁶⁰ (véase cuadro 4).

A MODO DE BALANCE

Por su propia naturaleza y por las características que le son propias, el Estado popular, nacionalista, benefactor y dirigista liderado por Juan D. Perón, hace —como otros gobiernos populistas— un uso militante, creativo y asiduo de los medios masivos de comunicación para ponerlos al servicio de su gestión. La radiofonía, la prensa escrita y el cine se convierten en difusores extraordinarios e insustituibles del accionar y de la propaganda oficial, pero no sólo desde el discurso se rescata su importancia singular para el control social. El crédito, con características especiales, que prodiga el sistema bancario nacionalizado desde 1946 acompaña el mensaje y la decisión gubernamental de otorgarles a esos medios una función política de alta prioridad. Las oscilaciones en las cuotas de suministro de papel de diario, la compra y neutralización de edi-

⁵⁷ *Ibid.*, fs. 116-117.

⁵⁸ *Ibid.*, f. 125.

⁵⁹ *Ibid.*, fs. 128-129.

⁶⁰ *Ibid.*, fs. 130-134.

toriales y emisoras por parte del gobierno peronista, da paso a una censura desembizada que se apoya en burocráticos organismos estatales, al entender el presidente Perón que “la preparación de la opinión pública de un país soberano es parte de la soberanía que ejerce el gobierno y no puede cederla”,⁶¹ haciendo —en consecuencia— un uso discrecional de su poder sobre los instrumentos que ayudan a formarla. Los medios de comunicación se ponen al servicio de un autoritarismo plebiscitario, que deviene en totalitarismo apenas iniciada la década de 1950. La polarización política se consagra también en estas expresiones de cultura popular.

Más allá de la calidad de la producción escrita, radial o filmica de estas empresas de cultura popular, su presencia se incrementa de manera extraordinaria en la sociedad argentina, al mismo tiempo que se les asigna una misión política fundamental. El apoyo financiero, no siempre sustentado en sólidas bases de garantía como para poder recuperar el dinero prestado, muestra explícitamente el uso del

crédito como instrumento político, no sólo por el beneficio que reciben aquellos que se adaptan a las exigencias oficiales, sino porque esta “industria de la cultura popular” se constituye en una de las prioridades del Estado peronista, que entiende a la cultura como un

determinante de la felicidad de los pueblos, porque por cultura debe entenderse no sólo preparación moral y arma de combate para sostener la posición de cada hombre en la lucha cotidiana, sino instrumento indispensable para la vida política.

De ahí que desde la doctrina justicialista no se dude en afirmar que el Estado debe indicar a cada hombre “cómo debe pensar como argentino”,⁶² y desde la planificación económica el crédito se ponga —sin restricciones y con precisos objetivos políticos— al servicio de las empresas dedicadas a la cultura popular, conciliando el discurso, el mensaje y el auxilio financiero en el marco coyuntural que ofrece la “Nueva Argentina”, en oposición a la Argentina oligárquica.

ANEXOS

Cuadro 1. Empresas elaboradoras de celulosa (1954)

<i>Empresa</i>	<i>Capital social (pesos)</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Producción (ton. anuales)</i>
Celulosa Argentina S. A.	234 470 000	Sta. Fe, Bs. As., Tucumán, Misiones	36 500
Papelera Río Paraná S. A.	25 620 270	Campana (Bs. As.)	4 500
Cía. Papelera del Norte de Santa Fe S. A.	7 000 000	Villa Ocampo (Sta. Fe)	3 600
Fábrica Argentina de Cartones S. R. L.	880 000	Cañada de Gómez (Sta. Fe)	700

Fuente: Banco de Crédito Industrial Argentino, *Informes*, t. 1, informe sintético 42, p. 233.

⁶¹ Sirven, *Perón*, 1984, p. 15.

⁶² *Manual*, 1988, p. 31.

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

<i>Empresa</i>	<i>Año</i>	<i>Deuda con BNA (pesos)</i>	<i>Responsabilidad (pesos)</i>	<i>Observaciones</i>
Guillermo Kraft Ltda. S. A. (imprenta)	1946	566 184.36	1) 13 169 816.03	1952: deuda BCIA es de 22 700 314 pesos
			2) 5 392 910.00	
			3) 7 776 906.03	
	1950	3 936 657.46	1) 59 245 382.00	
			2) 25 216 013.00	
			3) 34 029 369.00	
	1952	7 366 149	1) 72 608 843.00	
			2) 38 796 114.00	
			3) 33 812 729.00	
S. A. Papelería, librería e imprenta Casa Jacobo Peuser	1947	2 000 000	1) 19 862 831.83	Dividendos 2 693 760 pesos Ventas en 1951: 60 536 578 pesos 1953: deuda BCIA es de 4 300 925 pesos
			2) 8 372 056.45	
			3) 11 490 775.38	
	1949	1 797 500	1) 35 926 019.00	
			2) 14 767 088.00	
			3) 21 158 931.00	
	1951	1 082 800	1) 58 596 625.00	
			2) 27 202 644.00	
			3) 31 393 981.00	

Cuadro 3. Créditos mayores acordados a las principales imprentas y papeleras (1946-1955)

<i>Empresa</i>	<i>Interés (%)</i>	<i>Fecha de otorgamiento</i>	<i>Monto (pesos)</i>	<i>Destino, garantía y plazo de reintegro</i>
Guillermo Kraft Ltda. S.A. (imprenta)	6.5	31/10/1949 BNA	3 200 000	Compra de materias primas. Garantía prendaria sobre equipos, 90 días. Renovable sin límite hasta 1951.
	6	5/1/1950 BCIA	1 500 000	Pago de deudas. A sola firma. Reintegro a 180 días. Renovable.
	6.5	10/5/1951 BNA	1 592 650	Crédito documentario para mercaderías (Francia).
	6.5	3/8/1951 BCIA	1 500 000	Adquisición de materias primas. Reintegro 180 días.
	7	10/8/1951 BCIA	10 000 000	Impresión de registros cívicos electorales nacionales y guía de abonados de teléfonos del Estado. Garantía: contratos firmados con las empresas.
	6.5	25/10/1951 BNA	3 072 778	Crédito documentario. Importación de máquinas estadísticas (Francia).
	7	3/1/1952 BCIA	7 000 000	Pago de sueldos, jornales y aguinaldos. Plazo: 90 días renovables por 180.
	6.5	12/2/1952 BNA	2 402 255	Cubrir importaciones de máquinas estadísticas (Francia).
	7	23/5/1952 BCIA	8 000 000	Ampliación del de 10 000 000. Plazo: 180 días.
	7	3/2/1953 BCIA	1 400 000	Pago de aguinaldo, en pagarés de su endoso. Plazo: 180 días.
	7.5	10/11/1954 y 3/3/1955 BCIA	11 540 000	Debe regularizar deudas con el INPS (de jubilaciones debe 3 704 100 pesos). Financiar el contrato con la Dirección de Teléfonos del Estado. Garantía prendaria. Plazo: 180 días. Renovable.

S. A. <i>La Razón</i> , diario de la tarde (publicación del diario y trabajos de imprenta)	1949	1 047 100	1) 5 905 126.00 2) 2 595 843.00 3) 3 309 283.00	Capital realizado 2 500 000 pesos
	1950	3 848 135	1) 8 658 180.00 2) 5 938 336.00 3) 2 719 844.00	
	1951	No registra deuda	1) 15 133 527.00 2) 12 434 692.00 3) 2 698 692.00	
Editorial Difusión S. A.	1950	No registra deuda	1) 9 622 858.00 2) 5 798 493.00 3) 3 824 365.00	Situación económica y financiera deficiente y desequilibrada
	1953	No se consigna deuda	1) 14 764 858.00 2) 10 916 320.00 3) 3 847 965.00	
	1950	2 000 000	1) 27 949 069.00 2) 5 694 577.00 3) 22 254 492.00	
Papelera Río Paraná S. A. (fábrica de celulosa y papel)	1950			En 1952 goza de préstamos de BCIA con garantía prendaria, por valor de 13 000 000 pesos

BNA: Banco de la Nación Argentina.

1) Activo. 2) Pasivo. 3) Capital líquido.

Fuente: ABNA y ABCIA (ex BANADE en liq.), Libros de Actas del Directorio años 1946-1955. Elaboración propia.

<i>Empresa</i>	<i>Interés (%)</i>	<i>Fecha de otorgamiento</i>	<i>Monto (pesos)</i>	<i>Destino, garantía y plazo de reintegro</i>
Editorial Difusión S. A. (talleres gráficos y editorial)		6/9/1951 BNA	944 061	Importar papel de diario.
		22/10/1951 BNA	1 565 304	Importar papel de diario.
	4	21/3/1950 BCIA	300 000	Fomento industrial, rotativo, para compra directa de materia prima. Plazo: 180 días. Renovable. Garantía: prenda sobre papel.
	4	25/8/1950 BCIA	100 000	Pago de haberes, jornales y alquileres. Plazo: 45 días.
	4	5/10/1951 BCIA	2 764 000	Cancelar su deuda con el Departamento del Exterior. Plazo: 180 días. Garantía: prenda sobre materia prima. Entre los principales clientes de la firma se encuentran la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación, el gobierno de la provincia de Buenos Aires y los ministerios de Educación y de Marina.
	4	12/2/1952 y 30/4/1952 BCIA	2 367 700	Para saldar deudas. Plazo: 180 días. Garantía: prenda sobre materia prima.
	5	22/1/1953 BCIA	3 951 250	Cancelación de deudas. Plazo: cuatro años. Garantía: Prendaria. Ventas de la empresa en 1950: 6 456 556 pesos. En febrero de 1955 se rematan los bienes de la empresa para amparar los créditos concedidos por los Bancos de la Nación, de Crédito Industrial y de la Provincia de Buenos Aires.

7.5	28/6/1955 BCIA	2 500 000	Compra de materia prima y pago de sueldos y jornales. Plazo: 180 días en pagaré directo a sola firma.
4.5	21/5/1947 BNA	500 000	Plazo: 180 días en pagaré directo.
6	6/11/1950 BNA	1 000 000	Compra de materia prima y pago sueldos, jornales y créditos documentarios. Plazo: 180 días en pagaré directo.
6.5	1/3/1951 BCIA	2 000 000	Igual destino y plazo que el anterior.
6	17/4/1951 BNA	1 000 000	Cancelar deudas, pago de mercadería y sueldos, compra de materia prima. Plazo: 180 días en pagaré directo.
7	14/9/1951 BCIA	3 000 000	Pago de jornales y compra de materia prima. Plazo: 180 días, en pagaré de su sola firma. Beneficio de la sociedad 5 262 264.96 pesos. Se trata de "una firma de sólido prestigio en el país por su corrección y moral".
6	24/10/1951 BNA	1 000 000	Pago de jornales, letras del exterior y créditos documentarios. Plazo: 180 días en pagaré directo.
7	15/1/1953 BCIA	1 300 000	Pago de aguinaldos. Plazo: 180 días en pagaré de su sola firma. Crédito extraordinario porque debe regularizar su situación con el INPS.
Según ley vigente	25/8/1949 BNA	1 350 000	Importación de papel de diario.
	3/8/1950 BNA	2 491 200	Importar papel de diario de Suecia.

BNA: Banco de la Nación Argentina. BCIA: Banco de Crédito Industrial Argentino.

Celulosa Argentina S. A.	7	31/8/1951 BCIA	12 000 000	Para importar materias primas. Plazo: 180 días renovable. En el ejercicio de 1950, ventas 161 000 000 pesos. Pago de materias primas. Plazo: 180 días renovable. En pagaré directo. Pago de materia prima, sueldos, gastos de elaboración. Plazo: 180 días. Ventas en 1952: 341 764 259 pesos Pago de materias primas, sueldos y jornales. Plazo: 180 días. Para pago de facturas. Plazo: 180 días.
	7.5	23/9/1952 BCIA	9 000 000	
	7.5	23/4/1953 BCIA	3 000 000	
	7.5	6/10/1953 BCIA	3 000 000	
	7.5	31/3/1954 BCIA	6 000 000	
		10/11/1954 y 5/5/1955 BCIA	3 000 000 3 000 000	No se indica tasa de interés. No se consigna destino ni plazo de reintegro.
Papelera Río Paraná S. A. (fábrica de celulosa y papel)	6	5/1/1950 BCIA	5 000 000	Completar financiación de construcción de su planta industrial y compra de maquinarias. Garantía: prenda. Plazo: tres años.
	6.5	5/1/1951 BCIA	5 000 000	Compra de materia prima y evolución. Garantía: prendaria sobre motores, maquinarias y accesorios. Plazo: dos años y seis meses.
	6.5	28/8/1951 BCIA	1 000 000	Compra de materia prima (en aumento). Garantía: prendaria. Amortización: trimestral.
	7.5	1/4/1952 BCIA	1 100 000	Compra de materia prima. Garantía: prendaria sobre materia prima. Plazo: 180 días.
	7.5	7/4/1955 BCIA	11 500 000	Cancelar deudas con el banco y mejorar la planta industrial. Garantía: hipotecaria sobre inmueble en Campana. Plazo: cuatro años.

BNA: Banco de la Nación Argentina. BCIA: Banco de Crédito Industrial Argentino.

Fuente: ABNA y ABCIA (ex BANVADE en liq.), Libros de Actas del Directorio, años 1946-1955. Elaboración propia.

Cuadro 4. Créditos mayores acordados por el Banco de Crédito Industrial Argentino a las principales empresas cinematográficas del país (1950-1955)

<i>Empresa</i>	<i>Situación patrimonial (pesos)</i>	<i>Monto en pesos, destino y condiciones del crédito</i>	<i>Observaciones</i>
Argentina Sono Film S. A.	1951	1951	Situación económica: deficiente y financiera: equilibrada. Ventas en 1950: 11 027 527 pesos. A pesar de que sus deudas exceden su capacidad patrimonial, por su buen cumplimiento con el banco y porque elevará su capital a 2 000 000 de pesos en un plazo de 180 días. En septiembre 1952, no se le concede un crédito de 30 000 000 de pesos para ampliar los estudios por el aspecto patrimonial de la empresa y los inconvenientes que han mostrado Lumiton S. A., Estudios San Miguel y otras firmas. Ventas en 1952: 17 812 259 pesos. Deuda con el banco: 1 584 000 pesos.
	1) 8 856 771	1 015 620	
	2) 7 233 379	Financiar películas de largometraje.	
	3) 1 623 393	Interés: 7,5%.	
	1952	Se exime a la empresa de depositar 70% de las recaudaciones sobre resolución 8/9/50.	
	1) 14 911 675	Garantía: prenda sobre negativo y copias de las películas.	
	2) 12 322 585	1953	
	3) 2 589 090	1 370 000 con interés del 5% y 1 180 000 y 1 186 325 con interés de 7,5%.	
		En ambos casos para producción de filmes. Plazo: dos años.	
		Garantía: prenda.	
	1954	1954	
	1) 20 119 415	1 400 000	
	2) 16 046 415	1 300 000	
	3) 4 072 000	1 150 000	
		Para filmes clase B. Interés: 7,5%. Plazo: dos años. Garantía: prenda.	

ARCHIVOS

- ABCIA Archivo del Banco de Crédito Industrial Argentino
ABNA Archivo del Banco de la Nación Argentina
MC Museo del Cine

HEMEROGRAFÍA

- Clarín*, Buenos Aires.
La Voz de los Espectáculos, Buenos Aires.

BIBLIOGRAFÍA

- Altamirano, Carlos (coord.), *La Argentina en el siglo XX*, Ariel, Buenos Aires, 1999.
-Amigos del Libro de Buenos Aires, *Acto de homenaje a la casa Kraft en su 85 aniversario. 1864-4 de mayo-1949*, Buenos Aires, 1949.
-Álvarez Junco, José y Ricardo González Leandri (comps.), *El populismo en España y América*, Editorial Catriel, Madrid, 1994.
-Banco de Crédito Industrial Argentino, Departamento de Economía, *Informes sintéticos acerca de las condiciones económicas de las diversas ramas de la industria argentina. 1946-1954*, Buenos Aires, 1955, tomo 1.
-Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria y balance. Duodécimo ejercicio, 1955*, Buenos Aires, 1956.
-Banco Industrial de la República Argentina, *Memoria y balance, años 1946, 1955*, Buenos Aires, 1947, 1956.
-Buonocore, Domingo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires. Esbozo para una historia del libro argentino*, Bowker Editores, Buenos Aires, 1988.
-Burke, Peter, "El 'descubrimiento' de la cultura popular" en Raphael Samuel (coord.),

Historia popular y teoría socialista, Editorial Crítica, Barcelona, 1984.

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

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

-Chartier, Roger, *Sociedad y escritura en la edad moderna. La cultura como apropiación*, Instituto Mora, México, 1995.

-Ford, Aníbal y Jorge B. Rivera, "Los medios masivos de comunicación en la Argentina" en Aníbal Ford, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, 3ª. ed., Buenos Aires, 1990.

-Hobsbawm, Eric, *Sobre la historia*, Crítica-Grijalbo, Barcelona, 1998.

-Ipola, Emilio de, *Ideología y discurso populista*, Folios, Buenos Aires, 1983.

-Lacau, Ernesto, "Populismo y transformación del imaginario político en América Latina", *Cuadernos de la Realidad Nacional*, Cire, núm. 3, 1988, Quito.

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

-*Manual del peronista*, Ediciones Los Coihues, Buenos Aires, 1988 (primera edición 1948).

-Neiburg, Federico, *Los intelectuales y la invención del peronismo*, Alianza Editorial, Madrid-Buenos Aires, 1998.

-Peuser Ltda., *Don Jacobo Peuser. Rasgos salientes de su vida y su obra. 1843-28 de noviembre-1943*, Peuser Ltda., Buenos Aires, 1943.

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

-Quattrocchi-Woissou, Diana, "Les populismes latino-américains à l'épreuve des modèles d'interprétation européens", *Vingtième Siècle. Revue d'Histoire*, vol. 56, 1997, pp. 161-183.

-Rein, Raanan, *Peronismo, populismo y política. Argentina 1943-1955*, Editorial de Belgrano, Buenos Aires, 1998.

-Sirven, Pablo, *Perón y los medios de comunicación (1943-1955)*, CEAL, Buenos Aires, 1984 (Colección Biblioteca Política Argentina, 79).

-Torre, Carlos de la, "Los significados ambiguos de los populismos latinoamericanos" en José Álvarez Junco y Ricardo González Leandri (comps.), *El populismo en España y América*, Editorial Catriel, Madrid, 1994.

-Torres Ballesteros, Santiago, "El populismo: un concepto escurridizo" en José Álvarez Junco, *Populismo, caudillaje y discurso demagógico*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1987.

-Ulanovsky, Carlos y cols., *Días de radio. Historia de la radio argentina*, Espasa-Calpe, Buenos Aires, 1995.

-Zubieta, Ana María y cols., *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, Paidós, Buenos Aires, 2000.