

**Matthew Karush, *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*. Buenos Aires, Ariel, 2013, ISBN 9 789 871 496 631, 304 pp.**



Juan Manuel Padrón  
Facultad de Arte (UNICEN)

El libro de Matthew Karush, editado recientemente en la Argentina, es una audaz propuesta en el marco de los debates que se han dado en tono a los orígenes del populismo local, abordando la temática a partir del análisis de la cultura de masas en la Argentina de los años de entreguerras. El texto plantea, a partir del análisis de films, canciones y programas radiales, cómo estos difundían mensajes de carácter conformista, que apuntaban a reforzar ciertas ideas de ascenso social, mensajes que convivían con la difusión de versiones de la identidad nacional que reproducían las divisiones de clase y en muchas ocasiones tendían a intensificarlas. Quienes participaban de las industrias culturales eran actores centrales en la producción de estos mensajes, muchas veces conscientemente, otras sin siquiera proponérselo.

Es decir, la hipótesis fundamental de Karush propone que a lo largo del período de entreguerras existió una fuerte tensión entre los intentos de modernidad de la industria cultural argentina, que buscaba un lugar en el mercado internacional, y la necesidad de desarrollar bienes culturales con una clara impronta nacional, que los distinguiera de sus competidores foráneos (en especial los provenientes de América del Norte: el jazz, el cine de Hollywood, etc.). En ese punto de tensión, el autor plantea que los mensajes proclamaban tanto la movilidad social como una fuerte división de clases. De esta forma, la cultura de masas en Argentina estuvo lejos de contribuir a forjar mitos de unificación nacional, sino que *“generó imágenes y narrativas polarizantes que funcionaron como el material narrativo en bruto con el cual Juan y Eva Perón construyeron su movimiento de masas”* (p. 19).

El libro está compuesto de 5 capítulos, una introducción y epílogo. En el capítulo 1, “*La formación de la clase en los barrios*”, se analizan los procesos de formación de clases en los barrios de la ciudad de Buenos Aires, destacando el rol de las identidades sociales en esos procesos. Aun cuando en este punto el autor da cuenta de una extensa bibliografía (hoy dominante) que enfatiza el carácter inclusivo de los mensajes culturales que provenía de diversos espacios (Estado, asociaciones barriales, etc.), destaca también aquellas prácticas “elitistas” que esos mismos mensajes difundían. Y allí avanza sobre algunos puntos centrales en su argumentación: la cultura del período lejos está de poder ser asimilada a la de la clase media, ya que según él tuvo un carácter ambivalente y fluido, y fuertemente disputado. Las clases populares no sólo poseían valores que *a priori* podían ser considerado propios de las clases medias (respetabilidad, ascenso social, valor del trabajo), sino que muchas veces estos convivían sin muchos conflictos con una clara hostilidad hacia el capitalismo y los ricos de la urbe. Esto era posible, en parte, porque la realidad cotidiana de esa sociedad porteña estaba, muchas veces, muy lejos de los discursos políticos y mediáticos que sobre ella se formulaban, espacio que era penoso a desdibujar las identidades de los diferentes grupos.

El capítulo 2, “*Competir en el mercado trasnacional*”, se centra en la aparición de la radio, el cine y las grabaciones musicales, desarrollando dos temáticas centrales: la figura de los empresarios del sector; y la segmentación de las audiencias. En el primer caso, analizando cuestiones relativas a su origen social, sus pautas de consumo y sus ligazones con la industria internacional, el autor destaca la posición precaria de estos empresarios frente a los productores norteamericanos, posición que los obligaba a hacer equilibrio entre producir materiales con rasgos de la cultura moderna, cercanos a los gustos populares, y materiales que rescataran lo “local” para hacerlo más atractivo a esos mismos grupos. Como el mismo autor remarca, “*las presiones del mercado trasnacional ayudaron a producir un discurso profundamente contradictorio sobre la identidad nacional argentina en tanto los productores culturales remodelaban tradiciones culturales preexistentes, con el objeto de competir con los productos importados*” (pp. 119-120). Por otro lado, en el capítulo se remarca la segmentación de las audiencias que se produjo durante todo el período, segmentación que obedecía tanto a motivos de índole económica como culturales, y que reforzaba las diferencias barriales en el consumo de productos culturales. La preferencia por películas extranjeras, en especial de Hollywood, se relacionó a la clase alta, mientras que los sectores plebeyos siguieron consumiendo un cine de factura local con clara referencia al mundo de la cultura popular.

En el capítulo 3, “*Rediseñar el melodrama popular*”, se analizan las características del melodrama argentino. Karush descubre en este género imágenes maniqueas del mundo de entonces, en donde, acompañando una tradición de larga data, lo “bueno” se liga a las clases bajas y al espacio rural o suburbano, repositorio de valores morales y del verdadero ser nacional, frente al mundo urbano, habitado por los ricos, moderno pero a su vez extranjerizante, corrupto e injusto. Así, el melodrama local adoptó, frente a otras versiones, características propias y muy significativas: el desenlace feliz de las relaciones interclases era poco creíble; fatalista en su mensaje, diluía los mandatos centrados en el trabajo honesto; etc. Era un género que, a diferencia del caso norteamericano, difícilmente podía operar en términos de lograr una reconciliación entre pobres y ricos, ya que exacerbaba su condena populista sobre estos últimos. Como nos advierte Karush, ese melodrama masivo de los años veinte y treinta, cuyas figuras excluyentes eran Libertad Lamarque, Niní Marshall y Luis Sandrini:

[...] representaba un modernismo alternativo [...] les ofrecían cosas diferentes a diferentes audiencias. Para muchos, incluyendo aquellos que aspiraban a un estilo de vida de clase media, los nuevos programas de radio y películas sonoras proveían una versión respetable, segura y sana de auténtica cultura argentina [...] Y podían darse el gusto de fantasear con volverse ricos de pronto. Para otros, en cambio, el melodrama ofrecía un modo de procesar las dislocaciones de la modernidad en términos de clase, construyendo un grupo identitario alrededor de valores asociados con los pobres, como la solidaridad, la lealtad y la capacidad de expresar sentimientos verdaderos (p. 171).

El capítulo 4, titulado “*Construir la Nación por medio de la cultura de masas*”, analiza los intentos que se dieron para modernizar la cultura de masas en la Argentina, procesos que se centraron fundamentalmente en purificarla de sus aspectos más incómodos. Esos intentos, según la argumentación del autor, tuvieron un freno tajante en los límites que le imponía la demanda por parte de los públicos de buscar lo nacional en las raíces populares de la cultura nacional. Continuando con la argumentación de los capítulos previos, Karush deja en claro que esos intentos destinados a elevar la cultura de masas, encontraron que “*las poderosas tendencias populistas en la cultura masiva argentina resultaron imposibles de reconciliar con los esfuerzos por superar las divisiones de clase y unificar la nación*” (p. 176). Un caso

paradigmático fue el del tango, que intentó ser posicionado como un modernismo alternativo, tanto como el jazz, y a la vez auténticamente argentino. Esto sin dejar de rescatar, por parte de los intérpretes de tango, a la milonga y al candombe, dar continuidad a los motivos gauchescos en el cine, o revalorizar la música folclórica hasta elevarla al nivel de género comercializable. La lucha entre autenticidad y calidad fue el problema a resolver en ese proceso de modernización de la cultura. Para muchos forjar una cultura popular nacional suponía mantener un delicado equilibrio entre lo auténtico y lo estilizado, lo comercial y lo popular. Es decir, el dilema era, como planteaba Homero Manzi, reconocido compositor de tangos, celebrar una cultura popular capaz de expresar “*las verdades profundas y sentimentales de la nación*”, sin caer en productos superficiales resultado de un mercado desregulado (p. 198).

El último capítulo, “*Politizar el populismo*”, junto al “*Epílogo. El surgimiento de la clase media (1955-1976)*”, nos presentan los nexos que existieron entre esa cultura de masas, “populista”, y el campo de la política. La tesis del autor en este apartado, que se construye desde la relación entre el melodrama y el peronismo, se centra en destacar que durante el gobierno de Perón los contenidos de la cultura de masas no se modificaron en lo sustancial, amén de la intromisión por parte del Estado en el desarrollo de las industrias culturales. El discurso peronista sólo se apoyó en ciertos tópicos presentes en la cultura melodramática previa (ej. la condena moral a los ricos, que no excluía su redención moral y su nacionalización), ya sea a partir de tener en el campo de la cultura funcionarios que provenían de esa tradición (el ejemplo por antonomasia era Evita, aunque no era el único), ya sea por utilizar esos motivos del melodrama. Aun así, no se puede dudar de que el peronismo introdujo novedades: el obrero pasó a ocupar el lugar del pobre como referente moralmente superior y auténticamente nacional; y el melodrama encontró una salida positiva en el mejoramiento colectivo de los trabajadores. Es decir que buena parte de los logros de Perón en el campo cultural se apoyaron en su capacidad para “*apropiarse del binarismo moralista del melodrama y, a la vez, rechazar su fatalismo [...] se las arregló para presentar una sociedad dividida entre la nobleza del pobre y la maldad del rico y, simultáneamente, para sugerir que los obreros no tenían por qué aceptar el statu quo*” (p. 257).

Desde los cincuenta, y en especial en los sesenta y setenta, esa cultura masiva surgida en los años veinte y treinta sufrió cambios significativos. Primero, la cultura de masas del posperonismo renunció a hablarle a los ricos para dirigirse a las clases medias; segundo, la

gran novedad eran los jóvenes como destinatarios de la comercialización de bienes culturales; y tercero, la politización de esas décadas se convirtió en un elemento central para entender las elecciones en los consumos culturales. Aun así, existieron continuidades importantes. El mercado de la cultura continuó siendo transnacional, aun cuando los productos nacionales mantenían la dialéctica de los años de entreguerras: se emulaba aquello de lo que se pretendía distinguirse.

En resumen, estamos frente a un trabajo significativo dentro de la historiografía relacionada al período de entreguerras, y en particular a los orígenes del peronismo. Aun cuando pueda tener puntos álgidos para más de un lector (empezando por la utilización de ciertos conceptos como el de clase), no deja de ser un trabajo estimulante en varios aspectos. El primero, y a nuestro entender fundamental, discutir ciertos postulados sobre el período que se apoyaban en diluir la idea de diferencias de clases. Karush centra su trabajo en presentar una clara hostilidad hacia los ricos dentro de la cultura de masas, que no evitó, como se ha mencionado, que los deseos de bienestar y ascenso social estuvieran también presentes en ese clasismo afirmado en una identidad popular. Además, es uno de los primeros trabajos, sino el primero, que presenta un análisis completo (y complejo) de fenómenos como la radio, el cine, el tango, etc., apoyándose en una base empírica por demás completa. Y por último, es un aporte significativo a los estudios sobre los orígenes del peronismo, al presentar nexos entre esa cultura melodramática analizada a lo largo del libro y el peronismo, en clave de pensarlo a éste como resultado de una historia signada por antagonismos sociales.