

“Tras la mueca de Gardel”: tango y discursividad social en la década del treinta y el cuarenta en Costa Rica

After the Gardel's grin: tango and social discursivity in the decade of thirty and forty in Costa Rica

Mijail Mondol López¹

Recibido: 16-4-2019

Aprobado: 3-6-2019

A mi querido hermano Lenin

En Costa Rica ocurre un fenómeno; el tango más grande es el tango cantado. A eso se debe que si Gardel hubiera venido a Costa Rica a lo mejor lo matamos de tanto entusiasmo [...] ¿Por qué? porque lo han dicho los que saben. [...] Gardel no era tanto lo que cantaba, era cómo cantaba y decía las palabras. [...] Yo creo que como Gardel tal vez cantaron millones, pero como él ninguno” (Alberto Herrera Mora, Locutor de *Radio City*) ¿De dónde brota, entonces, el carácter enigmático que distingue al producto del trabajo no bien asume la forma de mercancía? Obviamente, de esa forma misma [...]” (Karl Marx, *El Capital*, 1873)

Resumen

Cuando se examina en detalle las razones por las cuales el célebre cantante y actor argentino Carlos Gardel representa una instancia emblemática en los procesos de recepción y difusión del tango en Latinoamérica, resulta evidente enfatizar la función mediática y comercial que desempeñó la industria cultural (cine-radio) en la construcción y difusión del mito gardeliano. No obstante, dicho razonamiento es insuficiente para comprender el impacto ideológico que desempeñó, y aún sigue ejerciendo, la figura gardeliana en el discurso y subjetividad socio-cultural latinoamericana. Con base en una de las tesis principales que hiciera Karl Marx respecto al llamado “Carácter fetichista de la mercancía y su secreto” (*Der Fetischcharacter der Ware und sein Geheimnis*), así como la noción teórica del “Star System” elaborada por Edmond Cros y los estudios socio-críticos, el objetivo principal de este artículo concierne en reflexionar acerca de la especificidad estético-ideológica que ha cumplido *Carlos Gardel* como una *forma* de conciencia social a través de la cual se configura una representación ideológica del Sujeto Cultural Latinoamericano en el marco de los procesos de modernización, crisis económica e industrialización cultural llevados a cabo durante las décadas del treinta y del cuarenta en el contexto urbano costarricense.

Palabras claves: Tango, Carlos Gardel, fetichismo, discursividad social, industria cultural, mercancía, Sujeto Cultural y *Star System*

¹ Doctor en Romanística, Universidad de Potsdam, Alemania. Docente e investigador de la Universidad de Costa Rica en la Carrera de Enseñanza del Castellano y la Literatura, Sede de Occidente, y en la Maestría en Literatura Latinoamericana, Sede Rodrigo Facio, Costa Rica.

Abstract

A detailed examination of the reasons why the famous singer and actor Carlos Gardel represents an emblematic instance in the reception and the dissemination processes of tango in Latin-America makes evident the need to emphasize the media and commercial function that the cultural industry (cinema and radio) performed in the construction and dissemination of the Gardelian myth. Nonetheless, such reasoning is insufficient to understand the ideological impact that the Gardelian figure had on Latin American sociocultural discourse and subjectivity and still does. Based on one of the main theses of Karl Marx related to the so-called “fetishistic character of merchandise and its secret” (*Der Fetischcharacter der Ware und sein Geheimnis*), as well as the theoretical notion of the “Star System” created by Edmond Cros and the socio-critic studies, the main objective of this article is focused on the reflection about the specific aesthetic-ideological role that Carlos Gardel has fulfilled as a form of social consciousness, which shapes an ideological representation of the Latin American cultural subject framed in the modernization, economic crisis and cultural industrialization processes during the 1930’s and 1940’s in the Costa Rican urban context.

Keywords: Tango, Carlos Gardel, fetisch, social discursivity, cultural industry, merchandise, cultural subject

I. “Y todo eso fue una locura”

Hacia mediados de la década del treinta del siglo XX, la moderna y muy bohemia ciudad de San José aún mantenía la esperanza de que el actor y cantante Carlos Gardel llegaría muy pronto al Teatro Nacional luego de finalizar una serie de giras por las ciudades de Medellín y Panamá. Al menos, esta era la gran expectativa que retrata la folclorista y humorista nacional Carmen Granados cuando alude al *espíritu de época* que representó el “gran ídolo latino” en la sociedad costarricense de aquellos años:

Y la locura de la gente aquí por la música de Gardel, y las películas de Gardel y todo eso fue una locura. Yo me acuerdo que cuando Gardel venía, que fue el último viaje, que lo estaban esperando en Panamá, Costa Rica tenía la ilusión de que el hombre iba a largar venir a aquí.²

Sin embargo, y como es de todos consabido, ni San José, Panamá y Medellín habrían de escuchar la voz porteña del “zorzal criollo”, quien tras un accidente aéreo ocurrido en esta última ciudad, muere trágicamente un día lunes 24 de junio de 1935.

Si bien su producción artística y reconocimiento internacional lo habían consagrado desde décadas anteriores como uno de los exponentes más prominentes de la industria musical y cinematográfica, el suceso de su muerte desencadenaría una suerte de mitificación e idolatría colectiva en la gran mayoría de las ciudades y barrios capitalinos que emergieron a raíz de los procesos de modernización, proletarización y segregación social ocurrida durante las décadas del treinta y del cuarenta del siglo XX.

En el ámbito costarricense, dicho fenómeno se constata a través de la publicación de varios reportajes, notas editoriales y anuncios publicitarios por parte de algunos periódicos locales; celebración de homenajes, actividades artísticas, proyección de películas, así como el surgimiento de una significativa promoción de cantantes y grupos musicales entre los que figuran *El Cuadro Buenos Aires*, *El grupo San Lorenzo* y *El Conjunto Tucumán*.

Así, por ejemplo, a un día de que la prensa internacional diera a conocer oficialmente el fallecimiento de Carlos

² Para una mayor comprensión, entiéndase esta frase de la siguiente manera: “iba a venir hacia Costa Rica”. Entrevista realizada por Oscar “Ché” Molina a la señora Carmen Granados. La transcripción completa de esta entrevista está registrada en el libro: *Voces e Intérpretes del Tango en Costa Rica*, del autor Mijail Mondol López, publicado por la EUNED, 2018.

Gardel en Medellín, el encabezado de algunos y reconocidos periódicos nacionales publicaban la noticia con los siguientes titulares:

Murió ayer en Colombia, Carlos Gardel, en una tragedia aérea. [...] Carlos Gardel venía para Costa Rica a dar varios recitales (*La Tribuna*, martes 25 de junio, 1935).

A las 3 de la tarde de ayer, y en un accidente aéreo en Medellín, Colombia, murió el intrépido Rey del Tango Carlos Gardel (*El Heraldo*, martes 25 de junio, 1935).

Información completa de la tragedia en que pereció Gardel” (*Diario de Costa Rica*, martes 25 de junio, 1935).

En este sentido, cabe mencionar que en el transcurso de esa misma semana la prensa nacional dio a conocer una serie de reportajes, semblanzas y artículos editoriales en los cuales se detallaban los sucesos del accidente aéreo, así como algunos aspectos relacionados con la vida personal y bohemia de Carlos Gardel, publicados por tres de los periódicos con mayor difusión en el país: *Diario de Costa Rica*, *La Tribuna* y *La Prensa Libre*.

Cuadro N°1: Reportajes nacionales acerca del fallecimiento de Carlos Gardel (1935)

Título del reportaje/ artículo editorial	Periódico y fecha de publicación
“Hasta pronto o hasta siempre” fueron las palabras del “Rey del tango” al partir de Bogotá	<i>Diario de Costa Rica</i> . Domingo 30 de junio, 1935.
Perfil del día. “Gardel, alma del tango”	<i>La Tribuna</i> . Miércoles 26 de junio, 1935.
“Argentina y Uruguay se disputan las cenizas de Carlos Gardel”	<i>La Tribuna</i> . Viernes 28 de junio, 1935.
“La croniquilla del minuto. Carlos Gardel, el Gran Trágico de América”	<i>Diario de Costa Rica</i> . Martes 25 de junio, 1935.
“La muerte de Gardel. La emoción del minuto”	<i>La Tribuna</i> . Martes 25 de junio, 1935.

“Carlos Gardel. El genial intérprete del tango Argentino. Trágicamente muerto ayer”	<i>La Prensa Libre</i> . Martes 25 de junio, 1935. (Sección Editorial)
“Carlos Gardel era de origen francés, tenía alma de gitano, y por eso era jugador y mujeriego”	<i>El Diario de Costa Rica</i> . 27 de julio, 1935. (Artículo publicado por el ensayista costarricense León Pacheco)

Fuente: Elaboración propia, Mondol 2019.

Por otra parte, en el transcurso de los meses siguientes, los principales teatros y salones de cine de la época (*Raventós*, *Adela*, *Teatro Variedades y Moderno*) proyectaron varias películas en homenaje a Carlos Gardel, cuyos títulos (“Espérame”, “Luces de Buenos Aires”, “El tango en Broadway”) aparecían mencionados en la cartelera cinematográfica, no sin antes indicar que eran “aprobadas por la censura”, como la que se detalla en la sección de “Notas de teatros” publicada el 26 de junio de 1935 por el *Diario de Costa Rica*, a tan solo dos días de haber fallecido el “supremo intérprete del alma latina”:

Costa Rica entera está bajo la tremenda impresión causada por la catástrofe aérea de Medellín en donde cayó trágicamente el ídolo máximo de la pantalla hispana, el supremo intérprete del alma latina, el maravilloso y llorado CARLOS GARDEL; para rendir un homenaje al gran artista argentino la empresa del Teatro Raventós ha dispuesto exhibir en las tres funciones de hoy miércoles una de las mejores creaciones del inolvidable CARLOS GARDEL que se titula ESPERAME (*Diario de Costa Rica*, miércoles 26 de junio de 1935).

De manera conjunta con este tipo de actividades, no menos importante fue la presencia que tuvo este cantante argentino en algunos anuncios y estrategias publicitarias donde, a cambio de la divulgación de una determinada empresa o producto farmacéutico, se promocionaba la adquisición de miles de tarjetas postales con la figura impresa de Carlos Gardel:

50 mil tarjetas postales de Carlos Gardel serán distribuidas por las boticas del país. En el cupón adjunto llene las líneas punteadas con nombres de enfermedades que tienen como origen un mal

funcionamiento del hígado [...] Llene y recorte este cupón y obtenga gratis una tarjeta de Carlos Gardel, presentándola en cualquier botica (*Diario de Costa Rica*, 4 de julio, 1935).

Finalmente, uno de los acontecimientos artísticos más significativos que se produjeron a menos de un año de haber ocurrido la muerte del “gran ídolo latino”, corresponde a la iniciativa que tuvo la Unión Artística Nacional en emprender un espectáculo músico-teatral basado en la célebre película *Luces de Buenos Aires*, uno de los mayores éxitos cinematográficos de Carlos Gardel hacia principios de la década del treinta. Como se aprecia en el programa de mano de este espectáculo, llevado a cabo en el Teatro Nacional entre los meses de febrero y marzo de 1936, el montaje de esta adaptación estuvo integrado por una promoción de músicos, actores y cantores costarricenses quienes desempeñaron una destacada participación en el desarrollo de los primeros espectáculos artístico-nacionales representados en el Teatro Nacional, así como en la difusión musical del tango en Costa Rica durante la década del treinta y del cuarenta.³

No obstante, más allá de las referencias que atestiguan el impacto mediático de la figura gardeliana en Costa Rica, resulta imprescindible afirmar que es a partir de los procesos de proletarianización y urbanización, derivados de la crisis del capitalismo mundial, así como la emergencia de nuevas formas de gobernabilidad (denominadas por algunos historiadores bajo la categoría de *populistas*⁴) donde se explica las condiciones socio-económicas en que

se produjo el fenómeno de recepción y difusión del tango en la gran mayoría de las sociedades latinoamericanas durante las décadas del treinta y del cuarenta del siglo XX. Razón por la cual, nos detendremos a contextualizar algunas de sus principales características.

II. “Cuesta abajo”

Tras anunciarse en Wall Street la quiebra de la Bolsa de Valores en Nueva York, ocurrida el 29 de octubre de 1929, el sistema financiero estadounidense oficializaba, *Urbi et orbi*, la crisis de uno de los nuevos ciclos del capitalismo mundial. Para el contexto latinoamericano, las consecuencias más inmediatas de la llamada gran depresión del treinta implicó en definitiva el agotamiento del modelo primario exportador, el cual se manifestó en la caída de los precios en materias primas y alimentos de exportación. En su lugar, dicho modelo fue sustituido por un paulatino proceso de industrialización, el cual tenía como rasgo principal empoderar el sector industrial como el actor más dinámico y centripeto de las economías locales. No obstante, dada las asimetrías y respectivos procesos de modernización de los diferentes Estados Nación latinoamericanos, muchos países adoptaron este nuevo modo de producción algunas décadas más tarde tras una serie de conflictos y movimientos político-sociales, caracterizado por algunos historiadores bajo la llamada época del *populismo* y de las reformas sociales.⁵

Así, pues, como se constata en los mandatos del General Juan Perón (1946-1955) en Argentina; Getulio Vargas (1930-1945/1951-1954) y João Goulart (1961-1964) en Brasil;

3 A manera de ejemplo, nos referimos a los siguientes cantores, músicos y promotores del tango durante las décadas del treinta y cincuenta en Costa Rica: Mario Chacón, Ismael Murillo, Santiago Barquero, Antonio Meléndez, Emel Solórzano, Eduardo Rueda, Francisco Brenes, Francisco Vargas, Guillermo Sancho Soto, Isaac Soto (*Cuadro Buenos Aires*), Héctor Soto (cantante), Rafael Murillo (guitarrista), Dr. Bañón (promotor artístico), Jorge Barrientos (cantante), Eduardo Mondragón (declamador), Marcel “Macho” Campos, Carlos Luis “Bicho” Mora, Esteban Romero Mora, Jorge Mora, Isaac Flores (*Conjunto Tucumán*), Augusto Pinajer (promotor artístico), Alberto Herrera Mora (locutor de radio), Carmen Granados (humorista nacional) y Efraín “Pillín” Granados (locutor de radio), entre otros.

4 Para una mayor discusión teórica acerca de la categoría historiográfica y meta-discursiva del “Populismo”, remito al texto de Martín Retamozo: “La teoría del populismo de Ernesto Laclau: una introducción”, publicada en *Estudios Políticos*. Novena Época. Número 41 (mayo-agosto 2017), pp. 157-184. Universidad Nacional Autónoma de México.

5 Según especifican algunos destacados historiadores y sociólogos latinoamericanos (Francisco Weffort, Gino Germani, Torcuato Di Tella, Octavio Ianni), la noción de populismo concierne a una categoría historiográfica con el fin de delimitar la especificidad política e ideológica que caracterizaron diferentes movimientos de masas, líderes políticos, discursos y formas de gobierno acontecidos en el transcurso de la década del treinta y la Segunda Guerra Mundial. Para ampliar cada una de estas perspectivas, remito al artículo de Myriam Stanley “El populismo en América Latina”, referido en la bibliografía de este artículo.

Lázaro Cárdenas (1934-1940) en México; los mandatos de Víctor Paz Estensoro (1952-1956/1960-1964) y Hernán Siles Suazo (1956-1960) en Bolivia y José María Velasco Ibarra (1934-1935/1944-1947/1952-1956/1956-1961/1968-1972) en Ecuador, el paisaje político inscrito entre la década del treinta y principios de los setentas constituye, como precisa la historiadora Myriam Stanley (2000), un momento de transición en el cual se sucede el protagonismo de una serie de figuras y grupos dominantes cuyas formas de control, dirigencia de masas y representación del poder político emergían como producto de la crisis del estado y la hegemonía oligárquico-liberal ocasionada por la crisis económica del treinta. Pero ¿cuál es el escenario socio-político que se desarrollaba en la sociedad costarricense de aquellos años?

El mismo día en que la trágica muerte de “Carlitos” Gardel ocupaba las primeras planas de los periódicos nacionales, el *Diario de Costa Rica* daba a conocer junto al anuncio de la reconocida *Crema Dental Squibb. Eficaz... agradable... no daña*, la siguiente noticia: “Asegúrase [sic] que el Líder Rojo Carlos Luis Fallas se declaró en huelga de hambre”⁶. Como se constata en la edición del 30 de junio del periódico *Trabajo*, órgano oficial del Partido Comunista Costarricense, desde hacía dos meses que Calufa, el gran dirigente de la gran Huelga Bananera de 1934, se hallaba preso en la Penitenciaría de San José luego de que los tribunales de justicia lo acusaran de “quebrantar” la condena de confinamiento que le habían impuesto en la zona atlántica.

Si bien la trascendencia de esta noticia resultó casi inadvertida por la gran mayoría de los lectores y sectores oficialistas de la prensa nacional, el acontecimiento más destacado de ese momento obedecía a la contienda electoral de 1936-1940 protagonizada por el Partido Nacional del Licenciado Octavio Beeche, el Partido Republicano Nacional de León Cortés y el Partido Comunista Costarricense, cuyo protagonismo en la organización de la gran huelga bananera de 1934 y defensa de los derechos laborales lo posicionaban como una significativa fuerza política bajo el liderazgo de Manuel Mora Valverde.

No obstante, tras las tensiones político-ideológicas que se reflejaban en el paisaje electoral de esos años, Costa Rica experimentaba la ruptura del modelo de Estado Nación fundado hacia finales del siglo XIX por la oligarquía-liberal, así como las contradicciones socio-económicas causadas por la crisis del capitalismo mundial. Como señala al respecto la historiadora Ana María Botey (2011), el periodo de entreguerras (I y II Guerra Mundial) en que se ubica la sociedad costarricense converge con múltiples factores sociales entre los cuales se destaca la presencia expansionista de la *United Fruit Company*, la caída internacional de los precios del café, el incremento de intensos procesos de movilidad y lucha social a favor del mejoramiento de las condiciones laborales de la clase trabajadora, así como el desarrollo de un paulatino proceso de proletarianización, endeudamiento económico y crecimiento demográfico, el cual dio origen a la formación de los primeros barrios capitalinos en el transcurso de la dos últimas décadas de la primera mitad del siglo XX.

“Barrio... barrio... que tenés el alma inquieta...”

Al igual que la gran mayoría de las sociedades latinoamericanas, el principal escenario donde acontecen los procesos de recepción y difusión de la figura gardeliana, y del tango en particular, mantiene una estrecha vinculación con las dinámicas socio-culturales desarrolladas por los barrios capitalinos durante las décadas del treinta y del cincuenta del siglo XX. Así, pues, tal como lo comenta el locutor de radio Alberto Herrera Mora, el impacto que tuvo el género del tango en el contexto urbano costarricense y su relación con la realidad socio-económica de aquellos años se ejemplifica a través del siguiente extracto testimonial:

El tango se fue metiendo hogar por hogar sencillamente por un detalle; porque la crisis económica era tan grande que cada hogar era un tango. Entonces, una señora trabajaba y era tan mal pagada que esos tangos tan lindos, que

6 *Diario de Costa Rica*. Martes 25 de junio de 1935, página 4.

ha llevado por el mundo la voz maravillosa de Agustín Magaldi, se vivían minuto a minuto en los hogares costarricenses, muy especialmente en los barrios bajos. Por eso el barrio bajo adora el tango en Costa Rica.⁷

Por otra parte, cabe destacar el impacto socio-cultural que durante este mismo periodo tuvo la industria cinematográfica y radiofónica en la gran mayoría de las metrópolis latinoamericanas y cuyas implicaciones tecnológicas serán más que determinantes en las formas de consumo y asimilación de los géneros musicales latinoamericanos y demás espectáculos dirigidos a una población específicamente urbana. Como lo expresa Acuña *et al.*:

Para los años 30, la población costarricense había alcanzado altos niveles de proletarización, reduciéndose aún más las posibilidades que las clases subalternas pudieron haber tenido de ingresar al Teatro Nacional, pero con la opción de asistir al cine, cuyos precios eran mucho más favorables y accesibles (Acuña *et al.*, 1996, p. 98).

Con el fin de demostrar la relevancia social que desempeñaron las salas-teatros de cine y emisoras de radio durante las décadas de 1930 y 1950 en el contexto urbano capitalino, véase al respecto el siguiente cuadro donde se detallan el nombre de algunos de estos espacios de entretención y su vinculación directa con el entorno popular de los barrios capitalinos de la época.

Cuadro N°2. Emisoras, barrios y salas de cine: 1930-1950

Nombre del Barrio	Ubicación geográfica	Teatros-salas de cine	Emisoras de Radio
Barrio México	Sector Noroeste del Casco Central de San José. Distrito de la Merced.	“Teatro Líbano” “Cine Adela” “Cine Tovac” “Gran Líbano”	Estudio de grabación: “Sala Tasara” (Propietario: familia Tasara)
Barrio Santa Lucía	Sector Sur de San José. Avenida 8, entre calles 20 y 22.	“Teatro Moderno”	“Nueva Alma Tica” (Propietario: Gonzalo Pinto Hernández)
Barrio “La Tempestad” (Barrio La Merced)	Norte: Avenida Rogelio Fernández (Avenida Central). Sur: Estación del Pacífico. Este: Calle Alfredo Volio y Barrio “La Dolorosa” Oeste: Barrio Santa Lucía y Hospital	“El Raventós” “El Palacé” “El Moderno” “El Roxi” “El Center City”	“T.I MACHO” (Propietario: Macho Chávez) “Radio San José”: (Propietaria: Lola Monge Peralta) “Radio City”. (Propietario: Antonio Múrolo)
Barrio González Víquez	Alrededores de la Plaza González Víquez.	“Teatro Ideal” “Cine Lux” “Teatro Castro”	Estación “El Mundo”. (Propietario: Rafael Hine García)

7 Extracto de la entrevista realizada por Oscar “Ché” Molinari al señor Alberto Herrera Mora, conocido locutor de radio (Radio City) y amante del tango durante las décadas del treinta y del cincuenta en Costa Rica. La transcripción completa de esta entrevista se encuentra disponible en el libro *Voces e Intérpretes del Tango en Costa Rica*, del autor Mijail Mondol López. EUNED, 2018.

Barrio Luján	Distrito Catedral de San José. Sector Sureste del Casco Central Norte: Avenida 10 (General San Martín) Este: Antiguo plantel de la Dos Pinos (Calle 21) Oeste: Calle 13 Sur: Plaza Víquez	Teatro-Cine “El Ideal”	No hay datos específicos.
Barrio de “La Dolorosa” (“La Alcancía”)	Distrito Catedral. San José. Entre Avenida 8 y calle 6.	“Teatro de la Dolorosa”	“Radio Athenea”.
Barrio Keith (“Cristo Rey”)	Sector sur de Barrio de los Ángeles. Hacia el Sur de la línea del Ferrocarril al Pacífico.	“Teatro Keith”	No hay datos específicos.

Fuente: Elaboración propia. Mondol, 2019.

Como se infiere de los datos anteriores, la proximidad local, así como las dinámicas de sociabilidad que caracterizaron estos espacios de entretención a través de la organización de concursos de radio, presentaciones artísticas, proyección de películas, intercambios musicales y programas de radio, se inscriben en el entorno socio-cultural de los barrios capitalinos, integrados en su gran mayoría por clases y sectores lumpen-proletarios los cuales constituían el destinatario colectivo más significativo de la industria cultural radiofónica y cinematográfica de esos años. De manera particular, este último aspecto será determinante para comprender la importancia ideológica y política que tuvo la figura gardeliana, y el discurso poético-musical del tango, en la construcción de un imaginario (cronotopo) del arrabal josefino⁸ y de otras sociedades latinoamericanas dentro del contexto de la crisis económica y de los movimientos “populistas” desarrollados entre las décadas de 1930 y 1960.

Una vez referido el contexto histórico en el que se inserta la producción discursiva y poético-musical del tango durante las décadas del treinta y del cincuenta, el planteamiento teórico de este artículo aborda el fenómeno de recepción de la figura gardeliana a partir del problema

de la *fetichización* de la mercancía propuesto por Marx y los conceptos analíticos del *Star System* y del *Sujeto Cultural* desarrollados por Edmond Cros. Por este motivo, los siguientes dos apartados se enfocan específicamente en la implicación teórico-metodológica que, de acuerdo con nuestra interpretación, se puede establecer en torno al análisis socio-textual de la práctica socio-cultural del tango, y de la figura gardeliana en particular, en el contexto urbano costarricense.

IV. “ [como]9 si, por libre determinación, se lanzara a bailar”

En la cuarta sección del primer capítulo de *El Capital* (1873), Karl Marx aborda el problema del fetichismo de la mercancía, destacando el carácter aparentemente “natural” en el que se percibe la representación social de la mercancía y la conciencia social de trabajo: “*A primera vista, una mercancía parece ser una cosa trivial, de comprensión inmediata*” (Marx, 1873, p. 87)¹⁰. No obstante, de manera posterior a esta afirmación, Marx aclara que tras este “efecto ilusorio”, el cual supone la objetivación y cosificación de las relaciones sociales y los productos del trabajo humano, la mercancía comparte además una dimensión *metafísica y teológica* que trasciende más allá de su valor de uso

8 En términos generales, el denominado “cronotopo del arrabal” corresponde a la transposición discursiva del espacio-tiempo del arrabal bonaerense y su intervención estético-literaria al contexto urbano-marginal de los barrios populares (lumpen-proletarios) josefinos.

9 El subtítulo de esta sección procede de la siguiente cita de Marx, extraída a su vez de la edición española Siglo XXI. 2017: “[...] y de su testa de palo brotan quimeras mucho más caprichosas que si, por libre determinación, se lanzara a bailar”. Por razones de legibilidad, hemos sustituido la expresión “que si”, por las partículas “como si”.

10 El destacado es mío.

o incluso de su determinación como valor: “Su análisis demuestra que es un objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas” (Ibídem). En términos más específicos, este último aspecto es explicado con las siguientes palabras:

Es de claridad meridiana que el hombre, mediante su actividad, altera las formas de las materias naturales de manera que le sean útiles. Se modifica la forma de la madera, por ejemplo, cuando con ella se hace una mesa. No obstante, la mesa sigue siendo madera, una cosa ordinaria, sensible. Pero no bien entra en escena como mercancía, se trasmuta en cosa sensorialmente suprasensible. No sólo se mantiene tiesa apoyando sus patas en el suelo, sino que se pone de cabeza frente a todas las demás mercancías y de su testa de palo brotan quimeras mucho más caprichosas que si, por libre determinación, se lanzara a bailar (Marx, 1873b, p. 122).

Así pues, la mercancía y su carácter fetichista (*Fetischkaracter*) es interpretado en este extracto a manera de una transfiguración en la que el objeto de la mercancía, junto con la representación social del trabajo inherente a dicha materialidad, adquiere una propiedad “mística”, “misteriosa”, “físicamente metafísica” e inaprensible, a través de la cual la mercancía adquiere una dimensión objetual – *sensorialmente suprasensible*– y en apariencia autónoma. Como señala al respecto Karl Marx:

Lo misterioso de la forma mercantil consiste sencillamente, pues, en que la misma refleja ante los hombres el carácter social de su propio trabajo como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales naturales de dichas cosas, y, por ende, en que también refleja la relación social que media entre los productores y el trabajo global, como una relación social entre los objetos, existente al

margen de los productores. Es por medio de este *quid pro quo* [tomar una cosa por otra] como los productos del trabajo se convierten en mercancías, en cosas sensorialmente suprasensibles o sociales (Marx, 1873, p. 88).

Si bien la primera parte de su exposición se refiere al carácter fetichista de la mercancía como una forma de objetualización-cosificación que media la praxis social entre los hombres y sus producciones, la explicación y analogía más precisa que utiliza este pensador alemán –y a partir de la cual define el “fetischismus” como una forma fantasmagórica inherente a la mercancía– se encuentra referida en el siguiente pasaje donde Marx explica el comportamiento del fetichismo y su vinculación análoga con el mundo religioso:¹¹

[...] lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre aquellos. De ahí que para hallar una analogía pertinente debemos buscar amparo en las neblinas comarcas del mundo religioso. En éste los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres. Otro tanto ocurre en el mundo de las mercancías con los productos de la mano humana. A esto llamo el fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo no bien se los produce como mercancía, y que es inseparable de la producción mercantil (Marx, 1873, p. 89) (el destacado es mío).

Como se deduce de los extractos y argumentos precedentes, la teoría general acerca del carácter fetichista de la mercancía no solamente alude al efecto de cosificación/transfiguración a partir del cual se llega a objetualizar las mercancías y sus relaciones de producción, sino que constituye *una forma de conciencia que rige la praxis social* entre los hombres, sus producciones y la

11 Al respecto de la vinculación entre el mundo religioso y el concepto de fetichismo de la mercancía, no puede resultar inadvertida la siguiente cita en la cual Marx señala que la forma de religión más adecuada dentro de una sociedad de producción de mercancías corresponde a la ideología cristiana-protestante: “Para una sociedad de productores de mercancías, cuya relación social general de producción consiste en comportarse frente a sus productos como ante mercancías, o sea valores, y en relacionar entre sí sus trabajos privados, bajo esta forma de cosas, como trabajo humano indiferenciado, la forma de religión más adecuada es el cristianismo, con su culto del hombre abstracto, y sobre todo en su desenvolvimiento burgués, en el protestantismo, deísmo, etc.” (Marx, 1873b, p. 130).

representación social de su trabajo. No obstante, y según indica el investigador Alejandro Luis Fitzsimons (2016), uno de los tópicos que recaen algunos estudios marxistas consiste en fundamentar una lectura dicotómica y ambivalente en torno a la teoría de la fetichización de la mercancía y el fenómeno del fetichismo propuesta por Marx, restringiendo el problema de la cosificación ya sea a las características inherentes, reales y objetivas en que se desarrollan las relaciones de producción (Fetischcharacter), o bien, como una forma particular de conciencia (entendido como una “falsa conciencia”) la cual surge como parte inherente de las relaciones sociales y producción de las mercancías.

Contrario a esta perspectiva, la lectura analítica que propone Alejandro Fitzsimon reactiva la interpretación dialéctica desde la cual Karl Marx fundamenta el problema de la cosificación, la conciencia y su relación específica con la mercancía. Como señala al respecto Fitzsimon:

[...] el fetichismo de la mercancía es la forma de conciencia que organiza el trabajo social en la sociedad mercantil y que, por ello mismo, el fetichismo es la mediación concreta de la transformación del producto del trabajo en mercancía [...] la mercancía en cuanto tal no podría existir sin la mediación de esta forma particular de conciencia. El fetichismo, entonces, no es una falsa conciencia acerca de una objetividad social ya constituida, sino la forma para el establecimiento de dicha objetividad (Fitzsimon, 2016, p. 45) (El destacado es mío).

Ahora bien, una vez demarcados algunos presupuestos conceptuales respecto al carácter fetichista de la mercancía y el fenómeno del fetichismo, ¿cuáles son los aspectos teóricos que nos interesan de este planteamiento para pensar la especificidad de nuestro campo y objeto de estudio? Tomando en consideración el principio de mediación que cumple el fetichismo como una forma de conciencia social a través de la cual un determinado

producto de trabajo adquiere su dimensión de mercancía (Fitzsimons, 2016), nuestra hipótesis de estudio afirma que ciertos procesos de recepción y configuración del campo cultural y, por tanto, inherentes a las relaciones de producción y división social del trabajo constituyen, en ciertos momentos de crisis o de aceleración del capital, uno de los mecanismos principales a partir de los cuales se desarrolla con mayor efectividad el principio de fetichización de las mercancías y su objetivación social. Ello supone, además, pensar no solamente el problema de la fetichización como un mecanismo real y objetivo (estructural y estructurante) de las relaciones de producción y cosificación que rige la existencia y circulación misma de las mercancías, sino también que este debe ser analizado como un modo específico de productividad estético e ideológico, el cual se activa, circula y reconfigura en el discurso social.

De este modo, siguiendo la tesis marxista acerca de que la fetichización no ocurre en el objeto de la mercancía, sino en la FORMA en la cual la conciencia social se objetualiza en y a través de la mercancía, considero pertinente subrayar la transcendencia hermenéutica que constituyen los estudios filológicos e históricos para dar cuenta de la dimensión estético-ideológica que cumplen los procesos de producción y recepción de ciertas prácticas y saberes socio-culturales y su vinculación con el carácter fetichista de la mercancía explicado por Marx.

a) El “tangologema” gardeliano: entre el Star System y el Sujeto Cultural

Las condiciones de recepción y producción discursiva que rodean la significación social de Carlos Gardel en el contexto urbano de las sociedades latinoamericanas no solo obedecen al desarrollo tecnológico que experimentaron la industria cinematográfica, la radio y la música grabada a lo largo de la primera mitad del siglo XX. De manera conjunta con la mediación comercial que desempeñaron estos medios de comunicación de masas, *la forma valor* de este personaje (mercancía cultural)

se transmuta en una instancia semiótico-discursiva¹² (*tangologema*) a través de la cual se refracta una forma de imaginario del Sujeto Cultural Latinoamericano y su tensión dialéctica con la modernidad económica y cultural de las décadas del treinta y del cuarenta.

No obstante, dado que el funcionamiento discursivo de este Sujeto tiene como rasgo constitutivo “esconder”, “disfrazar” sus contradicciones y posiciones de clase¹³, es a través de la especificidad colectiva y doxológica que cumple esta transmutación semiótico-discursiva donde se aprecia la efectividad estética desde la cual opera el carácter fetichista de la “mercancía gardeliana” y del discurso poético-musical del tango en general.

Con el fin de analizar el funcionamiento discursivo que tuvo el *tangologema gardeliano* en el ámbito costarricense, tomaré como referencia dos nociones altamente operativas en los estudios literarios y culturales, cuya exposición teórica permite fundamentar aún más su grado de implicación con el campo y objeto de nuestro estudio. Estos conceptos son los siguientes: el *star system* y el *sujeto cultural*.

De acuerdo con la perspectiva teórico-metodológica de los estudios socio críticos, el *Star-System* alude al funcionamiento discursivo de un modelo de representación relacionado con el culto fetichista de las estrellas televisivas y cinematográficas. De manera

particular, Cros determina que el punto culminante de este sistema se desarrolla durante la década de los sesentas del siglo XX como producto de las nuevas leyes del mercado que imperaban en la industria televisiva y cinematográfica norteamericana. No obstante, este mismo teórico advierte que el funcionamiento del *star system* ya se encontraba instalado en algunos discursos publicitarios que caracterizaban la oferta cultural de la proyección cinematográfica mexicana de 1936¹⁴, por lo que es con base en esta última consideración que se nos permite inscribir el funcionamiento discursivo que supuso la figura de Carlos Gardel alrededor de los años treinta y cuya efectividad fetichista fue determinante en la difusión de otros cantantes y actores argentinos de las décadas del cuarenta y del cincuenta, tales como Libertad Lamarque, Héctor Palacios, Zully Moreno, Santiago Arrieta, Sofía Bazán, Paquito Busto y Luis Sandrini, entre muchos otros.

En términos generales, el funcionamiento del *Star-System* consiste en la forma valor que adquiere el actor-protagonista dentro de las nuevas leyes de intercambio de mercancía que demanda la industria cultural cinematográfica y televisiva. Como señala Cros:

En los carteles, su nombre expulsa al del realizador, la película en la que tiene el papel principal se convierte en su película y la gente va a ver una película de Jean Gabin o una película de Marylin Monroe. [...] El valor de cambio

12 La base teórica desde la cual he definido en este artículo la categoría de “tangologema” deriva de la noción de *ideologema* propuesta por Edmond Cros: “Yo definiré el ideologema como un microsistema semiótico-ideológico subyacente a una unidad funcional y significativa del discurso. Esta última se impone, en un momento dado, en el discurso social, donde presenta una recurrencia superior a la recurrencia media de los otros signos. El microsistema así planteado se organiza alrededor de dominantes semánticas y de un conjunto de valores que fluctúan a merced de las circunstancias históricas” (Cros, 2009, p. 215). De acuerdo con nuestra interpretación, el *tangologema gardeliano* pone en evidencia la unidad representacional y simbólica que recae en el significante “Carlos Gardel” como una *instancia significativa del discurso* e históricamente consensuada por la memoria y la doxa cultural. Dada la fuerza de cohesión simbólica que ejerce esta unidad en el discurso social, una de las principales características que posee el *tangologema gardeliano* radica en reproducir y resignificar, en diferentes contextos y demarcaciones temporales, ciertas marcas ideológicas y culturales que constituyen el imaginario de modernidad y subjetividad latinoamericana.

13 Al respecto de la relación entre Sujeto Cultural y Clase social, Edmond Cros señala lo siguiente: “Con el fin de no ocultar su naturaleza fundamentalmente ideológica, yo concibo el sujeto cultural como una instancia que integra a todos los individuos de la misma colectividad: en efecto, su función objetiva es integrar a todos los individuos en un mismo conjunto al mismo tiempo que los remite a sus respectivas posiciones de clase, en la medida en que, como ya he dicho, cada una de esas clases sociales se apropia de ese bien colectivo de diversas maneras” (Cros, 2003, p. 12) (El destacado es mío).

14 En palabras de Edmond Cros: “La usurpación de la calidad de autor de película por el actor estrella en detrimento del realizador tal como aparece en la producción comercial de la producción cinematográfica no data, sin embargo, del star-system. Citaré, entre otros posibles ejemplos, la publicidad que presenta y acompaña la vida cultural en Monterey (México) en 1936 (Cros, 2003, p. 33).

metonímicamente inscrito por el nombre de la estrella sustituye a cierto tipo de autenticidad que estaría aquí representado por el personaje de la ficción cinematográfica y que puede asimilarse a un valor de uso [...] ¹⁵

Siguiendo con detalle el planteamiento socio-crítico de esta noción teórica, algunas de las características que rigen el funcionamiento ideológico del *star system* son las siguientes:

1. El actor-ídolo se percibe más allá de su vida profesional, producto de la formación de un discurso y un mercado publicitario que transforman la vida privada del actor-protagonista en un objeto-ídolo.
2. Este tipo de representación suele ser construido por los medios de comunicación de una manera ordinaria y excepcional a la vez. Es excepcional en tanto condensa los estereotipos, los ideales y las expectativas de una sociedad de consumo. Sin embargo, al mismo tiempo la publicidad se encarga de presentarlo de una manera ordinaria, en vista de que los valores que componen su excepcionalidad deben presentarse comercialmente como si estuvieran al alcance de todos. En palabras de Cros:

Tanto a nivel de su vida profesional como de su vida privada la estrella tiene pues, objetivamente una función esencialmente instrumental y el *star-system* se funda, como la publicidad, en un culto del objeto llevado hasta el paroxismo. También difunde símbolos y su función objetiva, a este nivel, consiste en actualizar, como la publicidad, los ideogramas que determinan el campo cultural ¹⁶

3. Este rasgo de dualidad que presenta el actor-ídolo (vida privada y profesional) forma parte de un mismo proceso de cosificación e instrumentalización que la industria cultural debe generar en torno a él con el fin de que el público-masa se integre de manera efectiva al sistema socio-económico (Cros, 2003).
4. Desde un punto de vista ideológico, el *Star System* proporciona al sujeto (consumidor) una tensión entre la identificación y la inaccesibilidad de su objeto-ídolo:

[...] en la medida en que al darle al sujeto la impresión de que puede identificarse con su ídolo y con sus condiciones de vida, le oculta las condiciones objetivas de su inserción socioeconómica, le proporciona al sujeto la impresión de que puede identificarse con su ídolo y con sus condiciones de vida, le oculta las condiciones objetivas de su inserción socioeconómica y por otra, en la medida en que, como para seguir siendo ídolo, el ídolo debe, necesariamente, ser inaccesible, mantiene al sujeto en su estatuto y contribuye a significarle su posición ¹⁷

Como se infiere de los aspectos anteriormente mencionados, existe una clara vinculación entre el concepto del *Star System* y el impacto publicitario-mediático que tuvo la figura gardeliana y otros intérpretes de la música del tango durante la producción musical y cinematográfica desarrollada durante las décadas del treinta y del cuarenta. En este sentido, véase al respecto las siguientes frases publicitarias que acompañaban la oferta cinematográfica de las películas y actores argentinos y en las cuales se evidencia el efecto socio-discursivo del *Star System*:

15 Edmond Cros. *El sujeto cultural, sociocrítica y psicoanálisis*. Fondo Editorial Universidad EAFIT. Segunda edición, corregida y aumentada, p. 31, 2003.

16 *Ibidem*, p. 32

17 *Ibidem*, p. 46

Vuelve a exhibirse **la petición inmensa de una de las mejores creaciones del llorado cantor argentino** que acaba de sucumbir víctima de la fatalidad (Diario de Costa Rica, miércoles 26 de junio de 1935) (El destacado es mío).

El estreno del año. **La cantante genial de la pampa, la heredera de Carlos Gardel en el drama especial y sublime ESPECIAL PARA MUJERES. Escrita por ella misma.** Con Libertad Lamarque (Película: Ayúdame a Vivir. El destacado es mío).

Olinda Bazán y Paquito Busto en la graciosísima comedia argentina de éxito arrollador. **El éxito de risa más formidable de 1938. Todo San José a morirse de risa** (Película: Villa Discordia. El destacado es mío).

“Otro desgarrador **drama de amor y pecado.** Santiago Arrieta, el intérprete de la Ley que Olvidaron. Mecha Ortíz y Florencio Parravicini. ¡Oiga el tango qué tiempos aquellos! Con la orquesta **Canaro** (Película: La Ley que Olvidaron. El destacado es mío).

El amor es placer convertido en dolor. Por fin mañana domingo la **película que todas las mujeres han esperado ansiosamente.** ¡Mujeres soñadoras que **esperaron.....!** ¡Mujeres románticas que **soñaron...!** ¡Mujeres que **amaron la azul quimera...!** Oiga la voz maravillosa de Libertad Lamarque cantando “Cuando el amor muere” “Una vez en la vida” y “Mañana” ¿Cual mujer no ha sentido deseos de arriesgarlo **todo una vez en la vida?** (Película: Una vez en la vida. El destacado es mío).

De manera relacionada con el *Star System*, la noción de *Sujeto Cultural* adquiere para este estudio una importancia transcendental para comprender la especificidad estético-ideológica que tuvo Carlos Gardel en los procesos de recepción y difusión del tango en Costa Rica. De acuerdo con Cros, el concepto de Sujeto Cultural alude a la interrelación de los siguientes aspectos: a) una

instancia de discurso ocupada por Yo, b) el surgimiento y el funcionamiento de una subjetividad, c) un sujeto colectivo constituido por una gran diversidad de instancias discursivas que dependen de otros tantos sujetos transindividuales y d) un proceso de sujeción ideológica. Se trata, por tanto, de una categoría analítica la cual permite comprender la emergencia y el funcionamiento discursivo de una subjetividad social o colectiva.

Dada la naturaleza doxológica que rige la existencia de este Sujeto, este se encuentra constituido por una red de narrativas, prácticas y textos culturales, cuyo análisis específico permite identificar los ideogramas e imaginarios colectivos desde los cuales trabajan ciertos discursos y subjetividades sociales. En palabras de Francisco Linares Alés:

La noción de sujeto cultural es la que hace entender que el texto literario o cualquier objeto cultural pueda transcribir “datos histórico-sociales”. Es una abstracción que explica la rica y contradictoria memoria discursiva – la cultura podríamos decir- que hace posible la producción de los textos, pero no la explica sólo como repertorio memorizado o código al modo de Lotman, sino que la explica en su materialidad histórica (Linares en Cros, 2009, p. 46).

Tomando en consideración la inscripción ideológica y significativa que ha ocupado la figura ídolo de Carlos Gardel en la construcción de un saber social a partir de la cual se configura en ciertos momentos históricos la representatividad del Sujeto Cultural Latinoamericano, uno de los materiales discursivos donde se aprecia con mayor especificidad el funcionamiento doxológico de esta instancia corresponde a la producción escrita que abarcó la figura bohemia, artística y biográfica de Carlos Gardel en la prensa local costarricense. Con base en lo anterior, el siguiente y último apartado de este artículo se restringe a analizar tres estrategias de representatividad y discursividad social vinculadas al fenómeno de recepción que tuvo la figura gardeliana en el contexto nacional.

VI. “Una sonrisa parisiense del Plata”

Durante los meses de junio y agosto de 1935, algunos periódicos nacionales (*Diario de Costa Rica*, *La Tribuna*, *La Hora* y *La Prensa Libre*) publicaron una serie de reportajes, artículos y comentarios editoriales en los cuales se aprecia el funcionamiento ideológico del *Star System* y el Sujeto Cultural que cumple la figura gardeliana en el discurso social inscrito en los procesos de modernización, urbanización y proletarización social de la década del treinta y del cuarenta en la sociedad costarricense. Con la finalidad de abordar analíticamente este último aspecto, la presente sección ha tomado como referencia algunos rasgos socio-discursivos extraídos del comentario editorial publicado por *La Prensa Libre* el día

25 de junio de 1935: “Carlos Gardel. El genial interprete del tango argentino, trágicamente muerto ayer” y la semblanza del reconocido ensayista y poeta costarricense León Pacheco, escrita el 27 de julio de ese mismo año por el *Diario Costa Rica* bajo el título de: “Carlos Gardel era de origen francés, tenía el alma de gitano, y por eso era jugador y mujeriego”.

En términos generales, la construcción enunciativa que plantean estos dos textos en torno a la imagen-semblanza de Carlos Gardel se articulan a partir de las siguientes frases o atributos brevemente registrados en el siguiente cuadro de referencia.

Cuadro N°3. Referencias textuales acerca de Carlos Gardel

Sesión editorial de La Prensa Libre (25 de junio de 1935)	Artículo de León Pacheco. Diario de Costa Rica, (27 de julio de 1935)
[eximo cantor de las pampas]	[Sonrisa de parisiense del Plata]
[El malogrado cantante Uruguayo]	[sentado en el Café Gavarny, en pleno Montmartre]
[trasplantado a las áridas pampas argentinas]	[fue más bien digno del personaje de una novela de Paul Morand]
[Creado entre gauchos apócrifos]	[puso toda su alma de porteño en aquellos tangos que tenían sabor a mate, a milonga, a aventura de compadrito, de caficho, a lamento de verso del viejo Pancho en las tardes creadas por un sol pampeano]
[Mueca pintada en el rostro]	[Carlos Gardel tenía algo de gitano y por eso era jugador y mujeriego]
[La música tanguista salida de los café arrabaleros]	[Era de origen francés pero paso su infancia en la calle Corrientes]
[La Ciudad-Luz alumbró el umbral de su gloria]	[Forjó sus sueños de mozo guapo y compadrón]
[expresión dolorosa y melancólica]	[con sus ojos negros y su voz insinuante y masculina]
[pasional y sensual] [festiva e ingenua] [Sentimental y triste]	[Gardel no era un personaje más de tango. Carlos Gardel era toda el alma de Buenos Aires]
[Tan humana, que parece vivirse una existencia pampera]	[él fue el nervio de esa ciudad que desde hace muchos años llevamos enclavada en el alma: Buenos Aires]
[en armonía a las de las grandes urbes]	
[dolor arrabalero]	
[Los parisienses embriagados de champaña y tangos]	
[Estuvo mucho tiempo en Nueva York y en los amplios salones]	

Fuente: Elaboración propia. Mondol, 2019.

Como se infiere del contenido de ambas publicaciones, la serie de enunciados (frases adjetivadas, epítetos, metáforas y sinédoques) que configuran la imagen socio-discursiva de Carlos Gardel se enmarca a partir de tres estrategias de representación altamente vinculantes con el desplazamiento histórico y migrante del sujeto cultural latinoamericano. Dichas tipologías son las siguientes: el ámbito de la ruralidad, la urbanidad periférica y la urbanidad cosmopolita.¹⁸

Así, pues, en relación con la semblanza artístico-biográfica registrada en el artículo editorial de *La Prensa Libre*, esta se configura alrededor del motivo literario de la pampa y del gauchaje argentino. De acuerdo con las frases y atributos respectivos, esta primera estrategia de representación enmarca la figura gardeliana a través del esquema narrativo de la *ruralidad gauchesca*, dotándolo de un sentido de pertenencia (origen) al paisaje y cultura pampeana antes de pasar a describir la vida artística y bohemia que tuvo este personaje en la “Ciudad-Luz” o del arrabal bonaerense.

Por otra parte, una de las características socio-discursivas más sutiles que presenta esta transposición, y la cual apela al cronotopo campo-ciudad (tradición-modernidad), consiste en representar la figura gardeliana bajo la forma de un *gaucho-urbano*, neutralizando así las tensiones económico-sociales que de manera histórica constituyen ambos espacios y movibilidades en los procesos de modernización, migración y proletarización urbana. De esta manera, la alusión al sentimentalismo gardeliano, su carácter “*festivo e ingenuo*”, “*humano*”, “*sentimental y triste*”, heredado de su origen gauchesco o rural, permite neutralizar, desde un punto de vista discursivo, el binomio ideológico que se suscita entre las categorías de *tradición/modernidad*, *campo/ciudad*, *modernismo/pragmatismo*, *regionalismo/cosmopolitismo*; reforzando así una visión ideológica la cual apela al carácter bohemio de la nostalgia como un elemento de consenso y pertenencia social del espacio urbano.

La segunda categoría desde la cual se construye la imagen discursiva de este artista suramericano se asocia al ámbito de la *urbanidad periférica*. A diferencia de la tipología anterior, donde la figura gardeliana aparecía ligada al paisaje pampero y gauchesco, la denominada urbanidad periférica constituye uno de los tópicos más utilizados para referirse a la imagen erótico-arrabalera del tango argentino. Dada la función emblemática que posee Gardel en relación con este género, el conjunto de frases que caracterizan este segundo nivel de representación adquieren una función metonímica entre la vida bohemia de este cantante y la ciudad de Buenos Aires.

Prueba de lo anterior se constata a través de la siguiente lista de enunciados en los cuales se advierte una mayor referencia a ciertos espacios, personajes y conductas sociales vinculadas a una cultura urbana-arrabalera y en donde la alusión al campo o al motivo de la pampa deja de ser un elemento central, dando lugar a la configuración del cronotopo del arrabal bonaerense: “*puso toda su alma de porteño en aquellos tangos que tenían sabor a mate, a milonga, a aventura de compadrito, de caficho*”/ “*Carlos Gardel tenía algo de gitano y por eso era jugador y mujeriego*”/ “*Era de origen francés pero paso su infancia en la calle Corrientes*”/ “*Forjó sus sueños de mozo guapo y compadrón*”/ “*con sus ojos negros y su voz insinuante y masculina*”/ “*Gardel no era un personaje más de tango. Carlos Gardel era toda el alma de Buenos Aires*”/ *él fue el nervio de esa ciudad que desde hace muchos años llevamos enclavada en el alma: Buenos Aires.*

Finalmente, la tercera categoría de representatividad corresponde a la evocación de la *urbanidad cosmopolita*. En términos generales, éste ámbito de representación se caracteriza por configurar la imagen socio-discursiva de Gardel a partir de su referencia con las grandes ciudades europeas y norteamericanas. Como se aprecia en el artículo del ensayista costarricense León Pacheco, dicha estrategia está basada en una serie de atributos,

18 En relación con el tema de la representación espacio-temporal y su implicación en los diversos discursos de la cultura identitaria latinoamericana, el destacado investigador Fernando Aínsa afirma lo siguiente: “Los caracteres que hacen una y diversa la identidad cultural latinoamericana forman parte de una historia de creatividad fundadora de culturas nuevas, distintas y en permanente transformación, pero sobre todo cruzadas por antinomias estructuradas alrededor de dos parejas de opuestos la del centro-periferia (construida en el espacio) y la de tradición-modernidad (elaborada en el tiempo). Estos ejes –espacio y tiempo– configuran los puntos de partida de una serie de dicotomías, relacionadas dialécticamente entre sí y con referentes históricos (tiempo) y geográficos (espacio)” (Aínsa, 2005, p. 13).

anécdotas y metáforas las cuales aluden de manera literaria a algunos pasajes artísticos y biográficos de Gardel durante su estancia en París y Nueva York.

Así, pues, con la finalidad de corroborar dicha representación, véase al respecto el siguiente registro de enunciados en los cuales se alude a este tercer tipo de representación: “Carlos Gardel era, para la gran capital del Sur, lo que Maurice Chavalier es para París”/ “Paris, sin Carlos Gardel, por aquel año de 1926 no hubiera sido París” / “sentado en el café Gavarny, en pleno Montmartre”/ “fue más bien digno del personaje de una novela de Paul Morand”/ “en armonía a las de las grandes urbes”/ “La Ciudad Luz alumbró el umbral de su gloria”/ “estuvo mucho tiempo en Nueva York y en los amplios salones”/ “Los parisienses embriagados de champán y tangos.”

Con base en los tres campos de representación anteriormente mencionados (*ruralidad gauchesca, urbanidad periférica, urbanidad cosmopolita*), bien se puede afirmar que la unidad de estas estrategias de representación constituye el principal núcleo de significación a partir del cual se estructura el *tangologema gardeliano* en el discurso social durante las décadas del treinta y del cuarenta. En este sentido, resulta importante destacar que la productividad narrativa que demarcan estos tres ámbitos de configuración de la imagen socio-textual gardeliana guardan una estrecha vinculación con tres modelos de representación ideológica del sujeto cultural latinoamericano a partir de los cuales se generaron las tensiones y los desplazamientos migratorios más significativos de las sociedades latinoamericanas inscritas desde finales del siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX.

VII. Dominante y Tónica: la construcción social de la nostalgia

Al igual que muchas otras sociedades latinoamericanas, la práctica socio-cultural del tango – y específicamente de *lo tanguero*– constituyó uno de los géneros poético-musicales más significativos de la sociedad costarricense durante las décadas del treinta y del cuarenta del siglo XX. No obstante, para comprender, en su complejidad, el significado socio-ideológico que constituyó la figura

gardeliana en el contexto latinoamericano, cabe destacar la dinámica de fetichización y mercancía cultural que caracterizó durante este periodo la figura gardeliana como un elemento de consenso y pertenencia social.

En este sentido, las formas de relación y producción simbólica desde las cuales la industria cultural de este periodo fetichizó la imagen gardeliana, en uno de los momentos de mayor crisis, polaridad y tensión social de la modernidad urbana de la primera mitad del siglo XX, deben ser comprendidas a través de las implicaciones histórico-ideológicas que desempeñó, de manera específica, el *ideologema gardeliano* en los procesos de representación/alienación de la subjetividad latinoamericana inscrita en la modernidad cultural de las décadas del treinta y del cuarenta.

Como se comprueba en los diferentes apartados de este artículo, el proceso de fetichización que encubre la figura gardeliana, así como las respectivas estrategias de representatividad desde las cuales opera el *Star System* y el Sujeto Cultural Latinoamericano, constituye una poderosa clave de lectura e interpretación histórica para analizar la dimensión estético-ideológica que cumple el discurso poético musical del tango, entendido como una práctica socio-discursiva, la cual apela a la construcción de la nostalgia y de la bohemia como una forma vedada de control político-social.

VIII. Bibliografía

- Acuña, G., et al. (1996). Exhibiciones cinematográficas en Costa Rica, 1897-1950. (Memoria de graduación para optar por la licenciatura en Historia). Universidad de Costa Rica.
- Aínsa F. (2005). Espacio literario y fronteras de la identidad. San José: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Botey, A. M. (2011). Costa Rica entre guerras: 1914-1940. Serie Cuadernos de Historia de las Instituciones de Costa Rica, N°.6. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Cros, E. (2003). El sujeto cultural, sociocrítica y psicoanálisis. Fondo Editorial: Universidad EAFIT. La Tribuna, 26 de junio, 1935
La Tribuna, 28 de junio, 1935

Cros, E. (2009). La sociocrítica. Editorial Arco Libros. Madrid, España. La Tribuna, 25 de junio, 1935

Fitzsimons, A. “¿Qué es el “fetichismo de la mercancía”? Un análisis textual de la sección cuarta del capítulo primero de El Capital de Marx. Revista de Economía Crítica, N° 21, primer semestre 2016.

Marx, K. (1873b). El Capital. Crítica de la Economía Política. Libro Primero. El proceso de producción del capital. Siglo XXI. España. Clásicos del Pensamiento. 2017

Marx, K. (1873a). El Capital. Crítica de la Economía Política. 2ª. Edición. Tomo I, Volumen I. México. Siglo Veintiuno, 1999.

Mondol, M. (2015). Tango, arrabal y modernidad en Costa Rica. Ensayo. Editorial Costa Rica. San José.

Mondol, M. (2018). Voces e intérpretes del tango en Costa Rica. Editorial EUNED.

Stanley, M. (2000). “El populismo en América Latina” Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Volumen 5, año 2000. Universidad Nacional de Rosario, pp. 347-359

Fuentes (periódicos nacionales)

La Prensa Libre, 25 de junio, 1935

Diario de Costa Rica, 27 de julio, 1935

Diario de Costa Rica, 30 de junio, 1935

Diario de Costa Rica, 25 de junio, 1935

Diario de Costa Rica, 4 de julio, 1935