

Lo nacional como espectáculo transnacional: el caso de *Digan lo que digan* (Mario Camus, 1968)

The National as Transnational Spectacle: The Case of Digan lo que digan (Mario Camus, 1968)

O nacional como espetáculo transnacional: O caso de Digan lo que digan (Mario Camus, 1968)

Pablo Piedras¹

ORCID: 0000-0002-8343-3543

¹Conicet; Universidad de Buenos Aires;
Universidad Nacional de las Artes, Argentina.
Correspondencia: pablo.piedras77@gmail.com

Recepción: 13/06/2025

Revisión: 23/07/2025

Aceptación: 30/07/2025

RESUMEN. Este artículo analiza una dimensión poco explorada del cine popular transnacional de los años 60 a partir del estudio de caso de *Digan lo que digan* (Mario Camus, 1968), una coproducción hispano-argentina protagonizada por el cantante Raphael. Por medio del examen de esta película, se busca comprender las transformaciones industriales, estéticas y culturales del cine comercial en el marco de las triangulaciones entre Argentina, España e Italia. Se argumenta que las cinematográficas de estos países desarrollaron estrategias de convergencia con las industrias discográficas y televisivas, articuladas en torno a festivales internacionales de la canción como San Remo y Eurovisión. Estos eventos funcionaron como plataformas de circulación de productos culturales, construcción de estrellatos transnacionales y promoción de imaginarios compartidos. La investigación evidencia cómo estas producciones obraron como dispositivos de diplomacia cultural y vectores de construcción identitaria en el marco de la modernización periférica de los años 60.

Palabras clave: cine; canción; industria cinematográfica; industria cultural; festival; identidad nacional; manifestación cultural; Italia; España, Argentina.

ABSTRACT. This article examines a largely unexplored dimension of 1960s transnational popular cinema through the case study of *Digan lo que digan* (Mario Camus, 1968), a Spanish–Argentine co-production starring singer Raphael. By analyzing this film, the study seeks to shed light on the industrial, aesthetic, and cultural transformations of commercial cinema within the triangulated relations among Argentina, Spain, and Italy. It argues that film industries in these countries developed strategies of convergence with the recording and television industries, organized around international song festivals such as Sanremo and Eurovision. These events functioned as platforms for the circulation of cultural products, the construction of transnational stardom, and the promotion of shared imaginaries. The research demonstrates how these productions operated as instruments of cultural diplomacy and as vectors for identity construction within the framework of the peripheral modernization processes of the 1960s.

Keywords: cinema; song; film industry; cultural industry; festival; national identity; cultural expression; Italy; Spain; Argentina.

RESUMO. Este artigo analisa uma dimensão pouco explorada do cinema popular transnacional dos anos 1960, a partir do estudo de caso de *Digan lo que digan* (Mario Camus, 1968), uma coprodução hispano-argentina protagonizada pelo cantor Raphael. Por meio da análise desse filme, busca-se compreender as transformações industriais, estéticas e culturais do cinema comercial no contexto das triangulações entre Argentina, Espanha e Itália. Argumenta-se que as produtoras cinematográficas desses países desenvolveram estratégias de convergência com as indústrias fonográficas e televisivas, articuladas em torno de festivais internacionais da canção como San Remo e Eurovision. Esses eventos funcionaram como plataformas de circulação de produtos culturais, construção de estrellatos transnacionais e promoção de imaginários compartilhados. A pesquisa evidencia como essas produções atuaram como dispositivos de diplomacia cultural e vetores de construção identitária no contexto da modernização periférica dos anos 1960.

Palavras-chave: cinema; canção; indústria cinematográfica; indústria cultural; festival; identidade nacional; manifestação cultural; Itália; Espanha; Argentina.

Introducción

Las renovaciones acontecidas en el campo cinematográfico durante la década del sesenta han sido estudiadas desde diferentes perspectivas. Seguramente, el aspecto más destacado en América Latina y Europa es la irrupción de los nuevos cines,¹ aquellos que, tanto en Francia (*nouvelle vague*) y Alemania (nuevo cine alemán) como en Argentina (Generación del 60) y Brasil (Cinema Novo), por citar solo algunos ejemplos relevantes, demostraron la existencia de un proyecto moderno en cuanto a la transformación del quehacer cinematográfico en sus aspectos productivos, estéticos, culturales y políticos. Sin embargo, en este ensayo me interesa caracterizar algunos de los elementos constitutivos de un fenómeno que no ha sido suficientemente investigado y que es nodal para comprender las mutaciones que la industria del cine sufrió desde fines de los años 50. Estos cambios abonan las mismas tierras de las que nacen los nuevos cines, porque las concepciones rupturistas de estos son, en cierto sentido, el negativo de un proceso en que los cines industriales se reacondicionan a partir de nuevas dinámicas productivas, espectaculares y narrativas.

Durante la década del sesenta se consolida una comunidad de consumo de masas en Argentina, España e Italia, constituida debido a las interacciones entre la industria del cine y las empresas discográficas, con la aparición de un nuevo actor mediático como los festivales internacionales de la canción. Con la explosión de los festivales de la canción de San Remo y Eurovisión,² y sus respectivas emisiones televisivas, se forma una comunidad de afectos e identidades compartidas que modifica una zona del panorama del cine industrial en los tres países y formula imaginarios sociales³ compartidos entre Europa y América Latina.

Considerando este contexto, aquí sostengo la existencia de relaciones transnacionales bilaterales o triangulares establecidas entre las industrias cinematográficas mencionadas para erigir un mercado cinematográfico industrial moderno, inserto en las nuevas industrias culturales y en los flujos del consumo de masas. La filmografía que surge de este proceso utiliza la canción popular (propagada por la industria discográfica y los festivales de la canción) como estandarte productivo y narrativo. Si desde inicios del cine sonoro los temas musicales ocuparon un lugar

fundamental para la consolidación de esta industria, en los años 60 aquello se transforma y potencia, en la medida en que las canciones transmutan su idioma, cambian de cuerpo y voz (del italiano al español y viceversa), pero remiten indefectiblemente a una comunidad que organiza facetas de su identidad sobre la base de los objetos de la industria cultural.

Es importante repensar las relaciones entre los mercados artísticos europeos y latinoamericanos, porque de ellas surgen dos fenómenos complementarios: por un lado, las industrias culturales de los países europeos ocupan un rol central respecto de las producciones de América Latina: verbigracia, el Festival de San Remo rápidamente se asimila como el espacio de legitimación de las figuras populares de la nueva canción melódica; y las empresas discográficas y cinematográficas, junto con las distribuidoras, imponen a las nuevas estrellas europeas en las industrias del disco y del cine de Latinoamérica y España. Miller et al. (2005) piensan estos procesos como “un nuevo tipo de imperialismo cultural mediado por las lógicas del mercado global y la convergencia tecnológica” (p. 124).⁴ Los autores desarrollan este concepto y explican cómo, a diferencia del imperialismo cultural tradicional,

1:: Elsaesser (2005) apunta que estos movimientos representaron una crisis creativa de la cinematografía comercial y de su modo de producción, e inauguraron nuevas sensibilidades estéticas y modos de narrar (pp. 48-49). Si esto es así, el proceso que aquí abordaré representa una de las vías mediante las que la cinematografía comercial buscó actualizarse.

2:: El Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar fue creado en 1960, pero su etapa dorada fue durante los años 70, por lo que excede parcialmente el recorte de mi trabajo.

3:: La noción de *imaginarios sociales* remite a los sistemas de representación compartidos que permiten a una sociedad dotarse de sentido, organizar la experiencia colectiva y proyectar horizontes de acción. Existen múltiples enfoques sobre el rol de las formas simbólicas —como el cine— en la configuración de estos imaginarios: desde la creación social instituyente que da forma a lo visible y lo decible (Castoriadis, 2007) hasta los marcos de interpretación colectiva que estructuran la memoria y la utopía (Baczko, 2001), pasando por la constitución de comunidades nacionales a través de medios de difusión masiva (Anderson, 1993). En el marco de este trabajo, adopto una perspectiva que concibe al cine como una tecnología narrativa privilegiada para la producción y circulación de imaginarios sociales, en tanto instancia que articula discursos, sensibilidades y estéticas que inciden sobre la dimensión afectiva de los públicos (Fressard, 2006).

4:: Todas las traducciones corresponden al autor de este artículo.

caracterizado por una imposición directa y unidireccional de los contenidos culturales, este “nuevo imperialismo” opera mediante mecanismos más complejos y sofisticados. En otras palabras, es un sistema en el que las industrias culturales transnacionales crean redes de distribución e intercambio que aparentemente respetan las particularidades locales, pero que, en su estructura profunda, mantienen relaciones de poder asimétricas.

En el caso específico de las industrias cinematográficas del eje Italia-España-Argentina, esta dinámica se manifestaba en el control mayoritario que ejercían las distribuidoras europeas y estadounidenses sobre los canales de circulación, mientras que la producción de contenidos incorporaba elementos locales y regionales para facilitar su aceptación en mercados diversos. Los mismos autores (Miller et al., 2005) argumentan que esta aparente diversidad cultural oculta un proceso de homogeneización estructural, por el que las lógicas de producción, distribución y consumo responden en definitiva a intereses comerciales transnacionales que reproducen jerarquías culturales preexistentes.

Por otro lado, las relaciones centro-periferia que marcaron el devenir de las industrias del cine en América Latina hasta los años 50 se reconfiguraron parcialmente, debido a que figuras provenientes de la cultura latinoamericana (Palito Ortega, Antonio Prieto, Roberto Carlos) alcanzaron niveles inéditos de reconocimiento en España e Italia a partir de su participación en festivales de la canción europeos. Esto los lleva a protagonizar películas (muchas de ellas coproducciones) y a grabar discos en castellano y en italiano dedicados exclusivamente a los mercados europeos italohispanos. Frith (2006) denomina este proceso como transculturación de la industria del entretenimiento, puesto que las geografías culturales se redefinen a partir de flujos bidireccionales de intercambio artístico.

Por todo lo dicho, es factible sostener que estos vínculos de cooperación, que involucraron no solo a artistas sino también a productores y gestores culturales, conformaron una temprana y particular expresión del sur global, concepto que se propagó una década más tarde en el marco de los estudios poscoloniales (Prashad, 2012) y que, de acuerdo con algunos autores, debe incluir a los países del sur global mediterráneo como España, Italia y Grecia (Panebianco, 2021).

Si bien es cierto que existe cierto anacronismo al aplicar el concepto sur global (que se consolidó posteriormente) a países como Argentina, Italia y España y que esto también

puede ser cuestionado en términos de las relaciones de poder asimétricas que, incluso en los años 60, existían entre estos países europeos y Argentina, con Panebianco (2021) quiero reforzar que tanto Italia como España —de modo similar que Argentina— sufrieron procesos de modernización tardía y fueron una suerte de periferia interna en relación con otras potencias europeas. En esta línea, es factible recuperar la noción de semiperiferia de Wallerstein (2006) para caracterizar la posición de los tres países durante los años 60. Esta posición intermedia los hacía participar en intercambios culturales transnacionales desde una posición no hegemónica pero tampoco completamente subordinada.⁵

A modo de hipótesis, sostengo que desde los años 60 la renovación de la industria cultural —gracias, especialmente, a la incorporación de la televisión— utiliza como enclave la forma de la canción popular y masiva vehiculizada a través de figuras construidas en el seno de la convergencia cine-discográficas-televisión, y actualiza un sistema de producción constituido como tal en la década del treinta. La irrupción de los festivales de la canción produce una irradiación internacional, particularmente hacia los públicos latinos, a partir de dos focos: el Festival de la Canción de San Remo (creado en 1951, masificado por medio de la RAI en la década del sesenta) y el Festival de la Canción de Eurovisión (creado en 1956 con sede rotativa), lo que puede verificarse tanto en las grabaciones de LP en castellano de artistas italianos como en la escalada de la canción melódica argentina y española.⁶ Estas figuras musicales, retomando las ideas de Dyer (2004), funcionan como textos culturales complejos que catalizan transformaciones en

5:: En esta época, mientras Argentina experimentaba un desarrollo industrial dependiente con políticas desarrollistas, España iniciaba su aperturismo económico tras el aislamiento internacional e Italia mostraba profundas divisiones entre el norte industrializado y el subdesarrollado “Mezzogiorno”.

6:: Gigliola Cinquetti, Mina, Franco Simone e Iva Zanicchi son artistas italianos que han grabado LP en castellano. Palito Ortega, Antonio Prieto, Julio Iglesias, Camilo Sesto y Manolo Galván son referentes de la escalada de la canción melódica española y argentina. Ambos resultan fenómenos colindantes que contribuyen a caracterizar este período. También es posible señalar el caso de Joan Manuel Serrat —cuyo estilo musical bascula entre la trova, la canción de autor y la canción contestaria—, quien instaló una polémica con su tema “La la la” en el festival de Eurovisión de 1968, debido a la represión del idioma catalán durante el franquismo. En Eurovisión la canción fue interpretada finalmente por Massiel en castellano.

los modos de producción y recepción del entretenimiento a escala transnacional.

Como caso de estudio para ilustrar las ideas que sostengo en este trabajo, analizo una película que el cantante y actor español Miguel Rafael Martos Sánchez (popularmente conocido como Raphael) protagoniza en nuestro país en el marco de la coproducción con España *Digan lo que digan* (Mario Camus, 1968). El examen de este film permite comprender una serie de caracteres del proceso de triangulaciones y relaciones bilaterales que he sostenido en esta introducción, particularmente los que se asocian con la influencia de las discográficas, los usos de la canción popular y el accionar lateral de los festivales de la canción.

El transnacionalismo y la reconversión industrial de los 60

El fenómeno que he planteado se inscribe en la problemática del transnacionalismo en el campo del cine y el audiovisual. El transnacionalismo es un concepto vigente que abarca un conjunto de teorías relacionadas con los efectos de la globalización sobre los aspectos culturales y económicos del audiovisual (Dennison & Lim, 2006). Incorpora los debates e influencias del posnacionalismo, el poscolonialismo, el consumismo y el Tercer cine (Shohat & Stam, 2003; Lusnich et al., 2017), entre otros tópicos. Una de las premisas nodales del cine transnacional es la necesidad de rediscutir el concepto de cine nacional.

Las películas que forman parte del corpus de relaciones triangulares y bilaterales a las que me refiero⁷ demuestran que la identidad nacional, concebida frecuentemente como una “comunidad imaginada” (Anderson, 1993), en realidad se halla conformada por comunidades separadas y fragmentadas, definidas más por la clase social, la clase económica, la sexualidad, el género, la generación, la religión, la etnia, la creencia política y la moda que por la nacionalidad. Ezra y Rowden (2006: 2) afirman que “el transnacionalismo designa fuerzas que trascienden las fronteras nacionales y desafían la hegemonía del paradigma nacional”, lo que resulta particularmente aplicable a las industrias culturales del período analizado. Entonces, las prácticas cada vez más transnacionales en materia de financiación, producción y distribución cinematográficas, combinadas con la “comunidad imaginada”, proporcionan la base para un cambio argumentado hacia un mayor uso

de las perspectivas que rebasan lo nacional dentro de los estudios cinematográficos. El objeto de estudio de este ensayo se inscribe precisamente en el momento histórico en el que se constituye una nueva fase del transnacionalismo cinematográfico entre América Latina y Europa, y presta atención a agentes fundamentales del sistema audiovisual (industrias del disco y de la televisión, festivales de la canción).

Durante el período 1960-1973 se producen ciertos hechos relevantes para el campo cultural y cinematográfico hispanoamericano, como la irrupción del cine moderno (Martin, 2008) y la reformulación del cine industrial, la expansión de las emisiones televisivas, y el auge y la decadencia de la canción nuevaolera en las discográficas y en la televisión (Manzano, 2017). El eje de reflexión sobre las relaciones entre Italia, Argentina y España se explica por tres motivos. El primero: durante este período se generan relaciones de triangulación entre estos países, favorecidas por los festivales internacionales de la canción (el de San Remo en particular) y por los convenios de producción multilaterales impulsados en Argentina y España (Goity, 2005). El segundo: esta triangulación comprendió la expansión de los mercados nacionales y el atravesamiento de las barreras lingüísticas entre Italia y Argentina-España, promoviendo así intercambios de diversa índole. El tercero: Italia y España son los países desde los que se generaron dos de los mayores flujos migratorios a Argentina durante los siglos XIX y XX y que, por lo tanto, resultan nodales a la hora de reflexionar sobre la constitución de identidades e imaginarios nacionales (Devoto, 2003; Fernández & Moya, 1999).

7:: Cito algunos ejemplos de películas protagonizadas por cantantes, aunque el corpus es más grande y comprende obras en coproducción entre Argentina, España e Italia: *¡Cómo te amo!* (Dio, come ti amo!, Miguel Iglesias, 1966, con Gigliola Cinquetti), *Amor en el aire* (Luis César Amadori, 1967, con Palito Ortega y Rocio Dúrcal), *Il profesor Matusa e i suoi hippies* (Carlo Martinelli, 1968, con Gigliola Cinquetti), *La larga agonía de los peces fuera del agua* (Francisco Rovira Beleta, 1970 con Joan Manuel Serrat), *Palabras de amor* (Antoni Ribas, 1968, con Joan Manuel Serrat), *Per amore... per magia...* (Duccio Tessari, 1967, con Mina), *San Remo - La grande sfida* (Pietro Vivarelli, 1960, con Adriano Celentano y Mina) y *Vacaciones en la Argentina* (Guido Leoni, 1966, con Domenico Modugno). Además, *En un mundo nuevo* (Fernando García de la Vega y Ramón Torrado, 1972, con Karina) y *La vida sigue igual* (Eugenio Martín, 1969, con Julio Iglesias) tienen en común haber promocionado la carrera de los cantantes mencionados y están ligadas a su participación en el festival de Eurovisión.

En resumen, la industria cultural y la cultura de masas impulsaron un flujo de discos, películas y programas de televisión, en los que la canción melódica y la balada dieron forma a la “estructura de sentimiento” (Williams, 1977) de amplios sectores sociales, en abierta confrontación con las expresiones políticas, culturales y artísticas contrahegemónicas surgidas en esos mismos años (Manzano, 2017). Para Martín-Barbero (1987), estas dinámicas representan una “mediación específica entre el orden internacional del mercado cultural y los usos populares de los productos masivos”, en las que los consumos culturales cristalizan tensiones entre la modernización y la tradición (p. 187).

Triangulaciones: el mercado cultural italohispano y los festivales como nodos de articulación transnacional

El proceso de triangulación y bilateralidad cinematográfico es parte de la intensificación de las coproducciones que se produjo desde fines de los años 50 en el mundo. En Argentina esto fue una política fomentada por el Instituto Nacional de Cinematografía. Este fenómeno no puede entenderse integralmente sin considerar el papel que desempeñaron los festivales de la canción como espacios de legitimación artística y como motores de la industria musical transnacional.

El Festival de San Remo constituyó el epicentro de un sistema de circulación cultural que trascendió las fronteras nacionales. Un aspecto particularmente significativo de este fue su formato de competición, según el que cada canción era interpretada por dos artistas diferentes, lo que facilitaba versiones en distintos idiomas y estilos de una misma composición. Esta estructura, como indican Facci, Soddu y Piloni (2011), “promovía intrínsecamente la reinterpretación y adaptación transnacional de los temas musicales”, y generaba, por lo tanto, un efecto multiplicador en el que una canción podía circular simultáneamente en italiano, español y otras lenguas (p. 93).

Las transmisiones de San Remo por la RAI llegaban a España por medio de acuerdos con la Televisión Española (TVE) y a Argentina mediante convenios con Canal 13 y Canal 9. Según los datos recabados por Fabbri (2013), “las emisiones de San Remo alcanzaban una audiencia estimada de 20 millones de espectadores solo en Italia, a los que se sumaban aproximadamente 15 millones más

entre España y diversos países latinoamericanos” (p. 76), cifras que demuestran el alcance masivo de este fenómeno cultural. Campus (2021), por su parte, sostiene que “San Remo funcionó como un dispositivo cultural que no solo promovía artistas y canciones, sino que formulaba modelos estéticos y performativos que reconfiguraban las sensibilidades musicales de diferentes públicos nacionales” (p. 45). La participación de artistas de diversos países en el festival italiano generaba un efecto de consagración internacional que supieron capitalizar los mercados discográficos y cinematográficos.⁸

La investigadora Goity (2005) realiza un mapeo de este proceso y postula que España fue uno de los países con los que Argentina tuvo mayor índice de colaboración en el período comprendido entre las décadas del cincuenta y sesenta, y que el modelo estético predominante fue el regreso a los formatos clásicos (p. 45). Como una manera de impulsar la producción industrial, las coproducciones tuvieron a favor la unión de capitales y la proyección directa hacia mercados predefinidos, pero también sufrieron, como potencial dificultad, la mezcla o indeterminación en términos de representación cultural.⁹ Goity (2005) señala que se realizaron alrededor de 100 películas entre 1957 y 1983 y que una de las iniciativas que falló durante este proceso fue la creación de una empresa de distribución internacional llamada UniArgentina que pretendió funcionar de modo similar a Pelmex en México.

Las redes de intercambio entre Argentina, España e Italia se consolidaron no solo por medio de acuerdos comerciales formales, sino también mediante flujos culturales que impactaron en las formas de representación

8:: Ejemplo de esto es la participación del chileno radicado en Argentina Antonio Prieto en San Remo en 1964 interpretando “Ieri ho incontrato mia madre”, que demostró la permeabilidad de estos espacios culturales europeos a figuras latinoamericanas. Además, entre otros, Palito Ortega grabó en italiano éxitos como “La felicità” (“La Felicità”) y “Un muchacho como yo” (“Un Ragazzo Come Me”) para el sello RCA-Victor en 1967.

9:: Sobre las coproducciones entre España y América Latina se puede ver: “Medio siglo de coproducciones hispano-latinoamericanas”, de Alberto Elena, en *El cine de América Latina: otras historias* (Festival de Cine Iberoamericano de Huelva/Filmoteca Española, 2009); entre España-Argentina, *Imágenes compartidas. Cine argentino – cine español*, del Centro Cultural de España en Buenos Aires (2011); y entre Italia-España, “Las coproducciones hispano-italianas: una panorámica (pan, amor y cine)”, de Antonio Checa (*Cuadernos de EIH CEROA*, 5, 2005).

y consumo. Las redes transnacionales reconfiguraron los mercados regionales latinoamericanos y mediterráneos y establecieron circuitos de exhibición y distribución que favorecieron la circulación de bienes culturales. La industria discográfica jugó un papel fundamental en esta triangulación. Compañías como RCA Victor, Columbia y Philips establecieron filiales en los tres países, y así facilitaron la distribución transnacional de grabaciones y la organización de giras promocionales. Las discográficas multinacionales fueron agentes centrales en la configuración de mercados transculturales, particularmente a través de estrategias de exportación de artistas nacionales a circuitos internacionales, lo que luego se articuló con la producción cinematográfica. Es por eso que, comprendidas en el marco del desarrollo de este imaginario italohispano, con figuras y músicas que fluyen entre uno y otro idioma y traccionan hacia un espectro de imágenes comunes, muchas de las películas realizadas en estos años pueden enmarcarse dentro de estos procesos más complejos que involucran la televisión (incluida la competencia por las audiencias) y los festivales.

Raphael, el turismo y la diplomacia cultural

El cantante español Raphael debutó en el cine en 1966, el mismo año en que se presentó por primera vez en el festival de Eurovisión, y su segundo largometraje como actor protagonista, *Al ponerse el sol* (Mario Camus, 1967), se inicia con una interpretación de “Hablemos de amor”, canción con la que participó en Eurovisión en 1967. La figura de Raphael representó la convergencia perfecta entre la industria discográfica, la televisión y el cine en el contexto de la apertura del tardofranquismo. Se trató de un producto cultural exportable que simbolizó la modernización controlada que el régimen español intentaba proyectar internacionalmente.

Party (2020) señala que el cantante se ubica en una posición intermedia entre la tradición, representada por el coplista Manolo Escobar (de fuerte raigambre clásica y popular) y la modernidad que, por aquellos años, representaban las bandas beat juveniles, como el Dúo Dinámico o Los Brincos (p. 510).¹⁰ Esta “tercera posición” es la de la canción melódica o ligera, generalmente interpretada por un solista masculino con el acompañamiento de una orquesta.

La carrera cinematográfica de Raphael debe entenderse en el marco de una estrategia transnacional consciente. Su primera película, *Cuando tú no estás* (Mario Camus, 1966), fue un éxito considerable en España y consolidó la viabilidad comercial del modelo “cantante-actor”. La segunda, *Al ponerse el sol*, amplió su distribución a diversos mercados latinoamericanos y estableció a Raphael como una figura reconocible más allá de las fronteras españolas.¹¹ La construcción del estrellato del cantante respondía a un proyecto de internacionalización que combinaba la tradición de la copla española con una modernización estética inspirada en modelos italianos y franceses, creando así un producto cultural híbrido especialmente atractivo para las audiencias hispanohablantes. Según Benet (2012), “en sus películas se pueden notar estrategias transnacionales de tratamiento de su imagen semejantes a las de las folclóricas de los años 50, emplazándole en ambientes exóticos y vinculándole a estrellas de otros países” (p. 365).

Las figuraciones de paisajes naturales icónicos y de zonas urbanas reconocibles son vectores de diplomacia cultural y de explotación de las señas identitarias de lo nacional en este tipo de películas transnacionales. Las coproducciones se alían con un fenómeno propio de los años 60 vinculado con la dinamización del turismo internacional como factor de incentivo para el desarrollo de los países subdesarrollados. Así, el turismo deja de ser visto como una práctica que es consecuencia del desarrollo para convertirse en una causa que lo alienta. Lanfant (1980) señala que en 1963 las Naciones Unidas sostuvieron que el turismo es una contribución fundamental al crecimiento económico de los países subdesarrollados. Jiménez (1993), por su parte, indica que un

10:: La distancia entre Raphael y la música beat es mostrada explícitamente en la película en una escena en que el protagonista busca trabajo como cantante en el Club Amaranta. En ese local asiste al ensayo de Los Walkers (un grupo argentino que se había iniciado en esos años). Rafael Gandía desiste de la prueba, señala que “ese no es su estilo” y abandona el lugar.

11:: Para un estudio actualizado e integrador de la figura de Raphael, se puede ver: *Raphael. Digan lo que digan*, de Luis García Gil (Milenio, 2022) y para un análisis de la participación cinematográfica del cantante español durante estos años, “La promoción de cantantes españoles en el cine del segundo franquismo: las películas de Raphael” (*Confluente. Revista di Studi Iberoamericani*, 2023).

buen número de países del tercer mundo en los 60 se lanzaron a la realización de grandes proyectos turísticos con asistencia financiera internacional (pp. 51-56).

Por todo lo dicho, es fundamental entender que en Argentina estas películas fueron promotoras del turismo en el marco de los procesos de modernización impulsados por los diferentes gobiernos desarrollistas de la época. En el caso de España, este proceso se asocia con la política aperturista del ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga Iribarne, entre 1962 y 1968, que buscaba modernizar la imagen de Franco de cara a Europa, convirtiéndolo en un adalid del anticomunismo durante la Guerra Fría.¹² La elección de Raphael debe leerse justamente en esta encrucijada geopolítica y cultural. Party (2020) explica el modo en que operó el gobierno español y, especialmente Fraga Iribarne, en la selección del cantante hispano para representar a su país en los festivales de Eurovisión de 1966 y 1967. A diferencia de otros casos, Raphael fue elegido por la Televisión Española y necesitó de respaldo político para salir del país, ya que en aquellos años se encontraba realizando el servicio militar. Por estas y otras razones, que recuperaré más adelante, Party (2020) señala que el oriundo de Linares fue el “máximo exponente de la cultura consumista en el franquismo tardío [...] y embajador cultural de España en el extranjero” (p. 507).

Digan lo que digan

Sobre la base de las ideas expuestas, se examina *Digan lo que digan*, una coproducción entre Producciones Cinematográficas Día (España) y Argentina Sono Film (Argentina), dirigida por Mario Camus en 1968, rodada plenamente en Argentina. Además de Raphael, la protagonista mujer es Serena Vergano, una actriz italiana que había emigrado a España, donde se convirtió en la musa de la Escuela de Barcelona a inicios de la década del sesenta.¹³ La presencia de Vergano evidencia otra dimensión de la triangulación cultural: una actriz italiana radicada en España que participa en una producción rodada en Argentina, lo que subraya el carácter transnacional del proyecto.

El proceso de realización de *Digan lo que digan* refleja las complejas negociaciones que identificaban a las coproducciones transnacionales del período. El proyecto originalmente titulado *A solas con tu nombre* fue concebido por Cesáreo González, un productor español con amplia experiencia en asociaciones con países de América Latina, quien

vio en Raphael una oportunidad para expandir mercados tras el éxito de sus dos primeras películas. La financiación del film siguió el esquema típico de la época: 70% de capital español frente a 30% de capital argentino, lo que explica que el control creativo y técnico estuviera mayoritariamente en manos españolas. Entonces, si bien a nivel local se la promociona como una película primordialmente argentina con el papel estelar de Raphael, se trata, mayormente, de una película española de carácter transnacional.

La productora nacional, Argentina Sono Film, presta los estudios, la logística y una segunda línea de técnicos, mientras que el director y todas las cabezas de equipo son de origen español.¹⁴ Por otro lado, y este no es un dato menor, el film se rueda en Panavisión 70 mm con película Eastmancolor de Kodak,¹⁵ lo que claramente da cuenta de un proyecto de amplia escala. La utilización de formatos

12:: La campaña denominada “Spain is Different” contó con una política de marketing costosa y masiva lanzada en 1964. Party (2020) señala que habitualmente se ha interpretado esta iniciativa como un “proyecto autoexotizante” que presenta a España como un lugar subdesarrollado y premoderno para atraer turistas internacionales (p. 518). El autor indica que fue una expresión paradójica porque dio cuenta de “los intentos del régimen de demostrar sus similitudes con respecto al Occidente industrializado mediante la hábil modificación de la diferencia como mercancía” (p. 519).

13:: El título original de la película iba a ser *A solas con tu nombre* y la coprotagonista femenina, Dora Baret. En una emisión de su programa televisivo (*Sábados circulares*, 1968), el conductor, Pipo Mancera, comenta que Raphael viene a filmar *A solas con tu nombre* y que trabajará con esta actriz; después, a pedido de Mancera, el oriundo de las Islas Canarias reproduce el que es su primer texto en la película: “No sé si podré dormir esta noche” (*Viva Raphael - Canciones*, 2015). Finalmente, el nombre de la película cambia durante el rodaje, debido al éxito del lanzamiento en Argentina del single *Digan lo que digan*, que en el lado B del disco incluía “Mi hermano”. Por otra parte, Dora Baret no firmó el contrato y fue reemplazada por Susana Campos.

14:: La excepción es Jorge Garate, habitual técnico de Argentina Sono Film en ese período, quien se encuentra a cargo del montaje. También se debe subrayar la colaboración en el guion de Ulyses Petit de Murat, quien muy probablemente es el responsable de las relaciones de esta película con la tradición del cine argentino. Un joven Adolfo Aristarain funge como asistente de dirección de Mario Camus.

15:: Lusnich (2005) estudia el paisaje en las películas argentinas de 1961-1966 y el modo en que se introduce el color en estos films, muchos de ellos coproducciones que tendían a contender con la televisión. Así es como durante este período convivieron diferentes formatos de color como el Ferrania, el Agfa y el Eastman (el más sofisticado), que empezó a revelar el laboratorio Alex en los 60. Es también la época en que se apostó a nivel internacional por los grandes formatos, como el CinemaScope, el Cinerama y el VistaVision.

amplios se vinculaba con la estrategia de intensificar las aristas espectaculares de la obra con el objeto de diferenciarse y ganar terreno respecto de la televisión. En España la película fue distribuida por Cesáreo González Producciones Cinematográficas, mientras que en Argentina la distribución estuvo a cargo de Argentina Sono Film.¹⁶ El alcance de la película se extendió mucho más allá, y logró estrenos comerciales en Italia (donde se distribuyó con el título *Quando tu non ci sei*), México, Venezuela y otros países latinoamericanos.

Digan lo que digan es un melodrama que narra dos historias. En primer lugar, la llegada a Argentina del cantante Rafael Gandía para buscar a su hermano, Miguel Gandía, un pianista que migró al país y del que recibió pocas noticias con el correr de los años. En segundo lugar, se narra el desengaño amoroso de Rafael con Blanca, una argentina que se encuentra enamorada de su hermano. La trama de la película resulta significativa desde varios ángulos. El motivo del viaje a Argentina en busca de un hermano emigrado evoca la historia real de las migraciones entre España y Argentina y remite a un subtexto histórico que resonaba con las experiencias personales o familiares de muchos espectadores a ambos lados del Atlántico. Este recurso narrativo permitía naturalizar la presencia del protagonista español en entornos argentinos, lo que facilitaba la verosimilitud de la historia para audiencias diversas.

El film incorpora varias canciones interpretadas por Raphael, entre ellas, el tema principal “Digan lo que digan”, pero, además, “Hablemos del amor”, “La noche” y “Mi gran noche”. La selección de estas canciones no es casual, sino que responde a un cuidadoso diseño comercial transnacional. “Digan lo que digan” había sido un éxito en España y se convirtió rápidamente en un fenómeno de ventas en Argentina tras el lanzamiento del single antes del estreno de la película. “Hablemos del amor”, por su parte, representaba la conexión directa con Eurovisión, festival en el que Raphael había participado el año anterior, lo que reforzaba su estatus de artista internacional. Las canciones en estas producciones funcionan como puntos de anclaje transnacional, lo que permite que audiencias de distintos países establezcan conexiones previas con el material cinematográfico a través de la familiaridad con los temas musicales. Estas interpretaciones están estratégicamente distribuidas en la narración para mostrar diferentes facetas del protagonista y para explotar las cualidades vocales e

interpretativas de Raphael. El añadido local que, de algún modo, aterriza el cancionero del cantante español a las tradiciones argentinas y a la música folclórica es su particular versión de “Acuarela del río”, un tema de espíritu litoraleño compuesto originalmente por Abel Montes.¹⁷

Sobre esta trama amorosa se erige una puesta en escena que, de modo contrapuesto, construye dos formas de espectáculo. Por un lado, la performance de las canciones interpretadas por Raphael. Estas escenas se caracterizan por el despojamiento y por el ascetismo visual de los decorados y de los espacios, que permiten que el cuerpo y el rostro de Raphael se recorten del entorno, como si se tratase de una figura extraída de la realidad y proyectada (multiplicada en espejos en “Cierro mis ojos”) en una escena fantasmática. El tratamiento visual de estas secuencias musicales responde a estrategias de estilización para resaltar la excepcionalidad de la estrella y aplica recursos estéticos propios de la televisión y la publicidad al lenguaje cinematográfico. Fernández Jiménez (2016) recupera el concepto de “oculésica” para describir el contacto ocular con las cámaras de televisión al que Raphael estaba habituado por su participación en diversos programas españoles. Según la autora, este contacto contribuía a anular el enfriamiento del aura de las transmisiones televisivas (p. 203). Esa misma estrategia es la que se percibe en casi todas las interpretaciones del cantante español en esta película.

Para la construcción visual de Raphael como estrella, el director Mario Camus, formado en el contexto del Nuevo Cine Español, aplica técnicas de fragmentación y estilización que dialogan con la modernidad cinematográfica europea: primeros planos prolongados que enfatizan la expresividad facial del cantante, juegos de luces y sombras que dramatizan su figura, y montajes rítmicos que sincronizan los movimientos corporales con la cadencia musical. Este tratamiento sofisticado contribuye a lo que Dyer (2004) denomina “la paradoja de la estrella”:

16:: La película se estrena en Argentina el 18 de julio de 1968.

17:: Esta canción musicaliza el clip en las Cataratas del Iguazú que, sin demasiadas justificaciones, se inserta en la narración. Esta canción litoraleña había sido readaptada por Los Andariegos en 1963 para el sello Polydor. La necesidad de inclusión de los atractivos turísticos de Argentina se percibe forzada en este fragmento en el que las imágenes de las cataratas han sido filmadas evidentemente por una segunda unidad de rodaje sin la presencia física de Raphael en las locaciones.

la simultánea percepción de accesibilidad y distancia, de humanidad y excepcionalidad, que define a las grandes figuras del entretenimiento.

Un análisis detallado de la secuencia en las Cataratas del Iguazú revela la compleja articulación entre espectáculo natural y drama emocional que pone en escena la película. Filmada con lentes de gran angular que maximizan la grandiosidad del paisaje, estas escenas combinan planos generales de las cascadas con primeros planos de los protagonistas (en otra locación) y crean un contrapunto visual entre la inmensidad natural y la intimidad humana. La conversión del paisaje argentino en espectáculo en pantalla amplia y a todo color resultaba un atractivo visual para las audiencias extranjeras (y para las locales que nunca habían visto las cataratas de ese modo) y como afirmación simbólica de las maravillas turísticas propias para los espectadores argentinos.

La secuencia ambientada en Bariloche, por su parte, explota las similitudes visuales entre el paisaje patagónico y ciertos entornos europeos, y establece espacios de reconocimiento entre las culturas, en los que los espectadores de diferentes orígenes podían proyectar referencias comunes. La arquitectura de inspiración alpina de Bariloche, junto con los lagos y las montañas que rodean la ciudad, configuran un escenario que funciona como un puente estético entre Argentina y Europa, y refuerza textualmente la conexión transnacional que propone la película.

Por otro lado, el formato de 70 mm y el color son utilizados para potenciar el impacto visual de las diferentes locaciones icónicas de Buenos Aires¹⁸ y los polos turísticos más importantes que Argentina tenía en aquel momento, como se mencionó, Bariloche y las Cataratas del Iguazú. Estas secuencias paisajísticas sintonizan con lo que Urry (2002) denomina “construcción de la mirada turística”, en la que los espacios geográficos se presentan como espectáculos visuales diseñados para el consumo.

La película desarrolla de este modo dos dimensiones de lo extraordinario a partir del cruce entre las cualidades únicas de la estrella de la canción y la explotación del entorno geográfico argentino en su dimensión espectacular. El resultado es la construcción de una narración enrarecida, de corte existencial, en la que abundan los tiempos muertos, las dudas sobre la identidad y las elucubraciones sobre el complot (propias

del cine de Hitchcock) y los planos generales en los que la figura humana se empequeñece frente a entornos urbanos o naturales vacíos que parecen extraídos de las películas contemporáneas de Antonioni. Esta aparente contradicción entre el cine popular musical y la estética del cine de autor europeo no es meramente incidental, sino que responde a una modernización ambivalente del cine comercial de este período, en la que elementos propios de la cultura cinéfila se integran con productos orientados al gran público y generan una tensión estética que permite satisfacer simultáneamente diferentes expectativas de consumo.

Es particularmente interesante la captura de los imaginarios visuales de Buenos Aires que el director subraya en la representación filmica. A pesar de su acercamiento a distintos espacios propios de la ciudad moderna de los años 60, la película se inicia y clausura en el espacio del puerto del barrio de La Boca. Este espacio —específicamente la última escena, que transcurre en un anacrónico bar portuario transitado por marineros, sobre el que se encuentra emplazada la modesta vivienda de Miguel— remite más a la iconografía del cine argentino clásico que a la ciudad de la etapa desarrollista. La decisión tiene que ver con la difusión de imágenes de Buenos Aires pensadas para la mirada del turismo internacional, lo que está alineado con el procedimiento que la película utiliza para espectacularizar los entornos naturales emblemáticos para el consumo de visitantes extranjeros como Bariloche y las Cataratas del Iguazú. Pero también, y de una forma más sutil, remite a la tradición del relato melodramático que justamente un estudio como Argentina Sono Film supo desplegar durante los años 30 y 40. Al fin y al cabo, no son pocos los puntos de contacto entre el periplo del héroe melodramático que es Rafael Gandía —quien se realiza musicalmente, pero, a cambio, debe renunciar a su deseo amoroso— y las peripecias de, por ejemplo, Blanca, la heroína interpretada por Libertad Lamarque en *Madreselva* (Luis César Amadori, 1938), quien goza de las mieles del éxito artístico después de haber abandonado su interés amoroso para favorecer, en su caso, a una hermana menor.

18:: Entre otras: Plaza San Martín, Plaza de Mayo (Casa Rosada), Av. 9 de Julio, Obelisco, Congreso de la Nación, Teatro Colón y Edificio Kavanah.

Esta coproducción entre España y Argentina tiende a explotar dos dimensiones del espectáculo a través de la conjunción de los caracteres encarnados en la figura del ídolo de la canción (en cuanto concreción de la performance) y en la explotación de la geografía local (en cuanto expansión de las formas visuales).

Conclusiones

El análisis de *Digan lo que digan* permite comprender las dinámicas transnacionales que caracterizaron la renovación de la industria cinematográfica en el contexto de las relaciones triangulares entre Argentina, España e Italia durante los años 60. La película sirve para entender la transformación del cine comercial popular gracias a la incorporación de estrellas musicales promovidas por festivales internacionales de la canción y la televisión, lo que establece nuevas sinergias entre industrias culturales que trascendieron las fronteras nacionales.

Este fenómeno no fue meramente una cuestión de mercados, sino que implicó profundos cambios en las formas de representación cinematográfica y en las estrategias de construcción del estrellato. Las estrellas transnacionales como Raphael encarnaron un nuevo tipo de celebridad multimedial, cuya presencia simultánea en discos, festivales televisados y películas creaba un circuito de significación que operaba a múltiples niveles. La triangulación entre Argentina, España e Italia configura un espacio cultural compartido en el que las canciones, interpretadas en diferentes idiomas y contextos, funcionaron como vehículos privilegiados para la construcción de afectos e identidades transnacionales. Estas relaciones triangulares, sin embargo, no estaban exentas de asimetrías. Como se ha intentado demostrar, las industrias europeas conservaban un capital simbólico predominante, mientras que la participación argentina funcionaba a menudo como proveedora de escenarios exóticos y mercados complementarios. No obstante, esta dinámica también permitió la proyección internacional de figuras latinoamericanas como Palito Ortega y Antonio Prieto, lo que sugiere flujos culturales más complejos que una simple imposición unidireccional.

Los festivales de la canción, especialmente San Remo y Eurovisión, constituyeron nodos fundamentales de estas redes transnacionales, al operar como espacios de legitimación artística y como plataformas de lan-

zamiento para carreras cinematográficas. Lejos de ser meros concursos musicales, estos eventos funcionaron como verdaderas “zonas de contacto cultural”, en las que se negociaban identidades nacionales y transnacionales, estilos musicales y estrategias comerciales. Su transmisión televisiva amplificó exponencialmente su impacto, formando comunidades de espectadores que trascendían las fronteras geográficas y lingüísticas.

Estos intercambios artísticos y comerciales representan una temprana manifestación de los procesos de globalización cultural que, paradójicamente, se desarrollaron en el marco de políticas económicas desarrollistas y nacionalistas. La aparente contradicción entre la promoción de las identidades nacionales (evidenciada en la exhibición de paisajes emblemáticos argentinos en *Digan lo que digan*) y la participación en los circuitos culturales transnacionales refleja las tensiones propias de la modernización periférica, en la que lo local y lo global establecen relaciones dialécticas complejas.

El estudio de estas producciones transnacionales revela la complejidad de los flujos culturales entre Europa y América Latina durante este período, y muestra cómo las lógicas del espectáculo cinematográfico-musical configuraron nuevos imaginarios sociales compartidos que anticiparon muchas de las dinámicas culturales que se desplegarían en décadas posteriores. Este ensayo solo ha presentado el mapeo de una problemática transnacional y ha mostrado una orientación posible para el análisis de la producción de este período. Queda por delante continuar con una investigación atenta a las diversas relaciones interculturales, cinematográficas y musicales entre Italia, España y Argentina y el modo en que estas se vieron plasmadas en un universo amplio de películas que fueron estrenadas durante los años 60 y 70.

Referencias

- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Baczko, B. (2001). *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*. Nueva Visión.
- Benet, V. J. (2012). *El cine español: una historia cultural*. Paidós.
- Campus, L. (2021). E Italia comenzó a volar. El festival de San Remo, el boom económico y el mito americano. *Artes en Filo*, 1. <https://revistas.filo.uba.ar/index.php/artesenfilo/article/view/3718>

- Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.
- Dennison, S., & Lim, S. H. (2006). Situating World Cinema as a Theoretical Problem. En S. Dennison, & S. H. Lim (Eds.), *Re-mapping World Cinema: Identity, Culture and Politics in Film*. Wallflower Press.
- Devoto, F. (2003). *Historia de la inmigración en la Argentina*. Sudamericana.
- Dyer, R. (2004). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. Routledge.
- Elsaesser, T. (2005). *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam University Press.
- Ezra, E., & Rowden, T. (2006). General Introduction: What is Transnational Cinema? En E. Ezra & T. Rowden (Eds.), *Transnational Cinema, the Reader*. Routledge.
- Fabbri, F. (2013). *Il suono in cui viviamo: Saggi sulla popular music*. Il Saggiatore.
- Facci, S., Soddu, P., & Piloni, M. (2011). *Il Festival di Sanremo. Paroli e suone raccontano la Nazione*. Carocci Editore.
- Fernández Jiménez, E. (2016). La pragmática de la comunicación no verbal de Raphael. *AdVersus, revista de semiótica*, 31, 189-212. <https://www.adversus.org/indice/nro-31/notas/XIII3109.pdf>
- Fernández, A., & Moya, J. C. (Eds.). (1999). *La inmigración española en la Argentina*. Biblos.
- Fressard, M. (2006). *Los imaginarios sociales contemporáneos: ensayos sobre las mutaciones socioculturales en Occidente*. Ediciones La Crujía.
- Frith, S. (2006). La industria de la música popular. En S. Frith, W. Straw & J. Street (Eds.), *La otra historia del rock* (pp. 53-86). Robinbook.
- Goity, E. (2005). Las coproducciones. Una solución al problema de la crisis. En C. España (Dir.), *Cine argentino. Modernidad y vanguardias 1957-1983. Vol. I*. Fondo Nacional de las Artes.
- Jiménez, A. (1993). *Turismo: estructura y desarrollo*. Mc Graw Hill.
- Lanfant, M. F. (1980). El turismo en el proceso de internacionalización. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 1(XXXII), 14-45.
- Lusnich, A. L., Aisemberg, A., & Cuarterolo, A. (Eds.). (2017). *Pantallas transnacionales. El cine argentino y mexicano del período clásico*. Imago Mundi.
- Manzano, V. (2017). *La era de la juventud en Argentina. Cultura, política y sexualidad desde Perón hasta Videla*. Fondo de Cultura Económica.
- Martin, A. (2008). *¿Qué es el cine moderno?* Uqbar.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili.
- Miller, T., Govil, N., McMurria, J., Maxwell, R., & Wang, T. (2005). *Global Hollywood 2*. BFI Publishing.
- Panebianco, S. (2021). Conceptualizing the Mediterranean Global South to Understand Border Crises and Human Mobility Across Borders. En P. Bilgin & M. Herz (Eds.), *Critical Security Studies in the Global South*. Palgrave MacMillan.
- Party, D. (2020). Raphael es diferente: la canción melódica española en el tardo franquismo. *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, 221, 505-526. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7865633>
- Prashad, V. (2012). *The Poorer Nations: A Possible History of the Global South*. Verso.
- Shohat, E., & Stam, R. (Eds.). (2003). *Multiculturalism, Postcoloniality and Transnational Media*. Rutgers University Press.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. Sage.
- Viva Raphael - Canciones. (2015, 4 de abril). Raphael en Sábados circulares con Pipo Mancera. 1968 [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XDDikdXXfSI>
- Wallerstein, I. (2006). *Análisis de sistemas-mundo: Una introducción*. Siglo XXI Editores.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford University Press.
- Financiamiento:** Conicet.
- Contribución de los autores (Taxonomía CRediT):** 1. Conceptualización; 2. Curación de datos; 3. Análisis formal; 4. Adquisición de fondos; 5. Investigación; 6. Metodología; 7. Administración de proyecto; 8. Recursos; 9. Software; 10. Supervisión; 11. Validación; 12. Visualización; 13. Redacción: borrador original; 14. Redacción: revisión y edición.
- P. P. ha contribuido en 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 13, 14.
- Editora responsable: A. L.