

MÁS ALLÁ DE LA PANTALLA: ZULLY MORENO Y LOS CARTELES DEL CINE CLÁSICO-INDUSTRIAL¹

Lic. Soledad Pardo
Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
sole_pardo@yahoo.com.ar

Recibido el 29 de abril de 2015

Aceptado el 6 de abril de 2016

Resumen

El fenómeno del estrellato cinematográfico se ha revelado complejo desde sus orígenes. Tal como ha explicado Richard Dyer (2001), la imagen de una estrella se crea a través de la combinación de diversos textos mediáticos, como la promoción, la publicidad, las películas, la crítica y los comentarios. El presente artículo aborda una figura clave del *star-system* cinematográfico argentino del período clásico-industrial, la actriz Zully Moreno, desde las representaciones que de ella ofreció un conjunto de afiches cinematográficos. Siguiendo a Dyer (2001), partimos de la hipótesis de que los carteles de cine contribuyeron a la construcción de su carácter de estrella cinematográfica y a la creación de una imagen de estrella particular. Nos planteamos entonces los siguientes interrogantes: ¿qué aportó cada uno de esos afiches al respecto? ¿Qué lugar le asignó cada uno de ellos a Zully en su composición? ¿Qué tipo de imagen de estrella contribuyeron a delinear para ella? Dado que la filmografía de la actriz incluye más de cuarenta películas, proponemos una selección de los afiches que consideramos más relevantes en su carrera, correspondientes a los films *El profesor Cero* (Luis César Amadori, 1942), *Stella* (Benito Perojo, 1943), *Dios se lo pague* (Luis César Amadori, 1948), *Nacha Regules* (Luis César Amadori, 1950), *María Montecristo* (Luis César Amadori, 1951), *Amor prohibido* (Luis César Amadori, 1958) y *Un trono para Cristy* (Luis César Amadori, 1960). Tras un breve repaso histórico por los vínculos entre el cine y el cartel, y una revisión de las características fundamentales de los carteles de cine, el trabajo se volcará al análisis de los afiches seleccionados, circunscribiéndose a las áreas de la retórica de la imagen y la semiótica visual. Dejaremos a un lado, por el momento, otros aspectos relativos a la industria, como las instancias de distribución y recepción.

Palabras clave: Zully Moreno, estrella cinematográfica, carteles de cine, retórica de la imagen.

¹Una versión preliminar del presente artículo fue expuesta en el III Congreso Internacional Artes en Cruce. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires, del 6 al 10 de agosto de 2013.

BEYOND THE SCREEN: ZULLY MORENO AND THE CLASSIC-INDUSTRIAL FILM POSTERS

Abstract

The phenomenon of stardom has been complex since its origins. As Richard Dyer (2001) has explained, a star image emerges from the combination of diverse media texts, such as promotion, advertising, films, critique and gossip. This article approaches a key figure of the Argentine cinematographic star-system of the classic-industrial period, Zully Moreno, from the representations that a series of film posters offered of her. Following Dyer (2001), we start from the hypothesis that these posters helped her become a star and contributed to the creation of a specific star image. We formulate, then, the following questions: What did each of these posters provide? Which place did each of them assign to Zully in their respective compositions? What type of star image did they help to outline for her? Given that the actress's filmography includes more than forty films, we propose a selection of the posters that we consider to be more relevant in her career. These posters correspond to the films *El profesor Cero* (Luis César Amadori, 1942), *Stella* (Benito Perojo, 1943), *Dios se lo pague* (Luis César Amadori, 1948), *Nacha Regules* (Luis César Amadori, 1950), *María Montecristo* (Luis César Amadori, 1951), *Amor prohibido* (Luis César Amadori, 1958) and *Un trono para Cristy* (Luis César Amadori, 1960). After a brief historical revision of the links between cinema and posters, and a review of the main characteristics of the film posters, the article will present the analysis of the specific posters we selected, limiting itself to the fields of the visual rhetoric and the visual semiotics. We will put aside, for the present time, other aspects related to the film industry, such as distribution and reception.

Keywords: Zully Moreno – Film Star- Film Posters- Visual Rethoric.

Como citar este artículo:

Pardo, S. (2016). "Más allá de la pantalla: Zully Moreno y los carteles del cine clásico-industrial", en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 9, n° 1. pp. 83-108.

Introducción

En el año 1933 la creciente industria cultural argentina, que ya incluía el teatro, la música, la prensa gráfica y la radiofonía, adquirió una dimensión más amplia y compleja al incorporar el cine sonoro con sistema *movietone*². Esta novedad dio pie rápidamente al desarrollo de una de las industrias cinematográficas más pujantes de América Latina, que tomó como referente estético y productivo al cine de Hollywood (España, 2000). Comenzó a gestarse entonces un cine de carácter clásico-industrial, sostenido sobre la base de un sistema de géneros, un sistema de estudios y un sistema de estrellas. Estos sistemas se hallaban interconectados, y así fue frecuente que cada estudio productor contara con sus propios astros o estrellas, y que a su vez cada uno de esos intérpretes se dedicara a algún género cinematográfico en particular (Ídem, 2000). Según explica Claudio España (2000: 57) el actor cómico Luis Sandrini y la actriz melodramática Libertad Lamarque fueron los primeros actores del cine argentino en alcanzar el estatus de estrellas. Pero no fueron los únicos, claro: con el correr de los años varias figuras más, como Tita Merello, Mecha Ortiz, Enrique Muiño, Sabina Olmos, Pedro Quartucci y Hugo del Carril fueron haciéndose progresivamente más célebres, hasta alcanzar el rango de auténticas *stars* cinematográficas. Muchos de esos astros y estrellas adquirieron incluso un carácter transnacional, en la medida en que fueron más allá de las fronteras de la Argentina para incorporarse a otras cinematografías del mundo; por lo general (aunque no exclusivamente), la mexicana, la estadounidense y la española.

Entre las estrellas más célebres del firmamento cinematográfico argentino se encuentra Zully Moreno. Habitualmente identificada como “la Rita Hayworth argentina”, Zully forjó una fructífera carrera tanto en Argentina como en el exterior. Fue la protagonista del primer film argentino nominado por la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood en el rubro Mejor Película Extranjera, *Dios se lo pague* (Luis César Amadori, 1948); y merecedora de varios premios y distinciones³. Junto a su marido, el realizador Luis César Amadori, llegaron a ser integrantes del Directorio de Argentina Sono Film, una de las empresas productoras más importantes de Argentina, y a ser dueños del célebre teatro Maipo, conocido popularmente como “la catedral de la revista porteña”. El rostro de la actriz apareció innumerables veces en las portadas de las revistas sobre cine y medios de mayor tirada del país, como *Radiolandia* y *Antena*. En enero de 1954 estas dos revistas, junto con *Teleastros* y *Diario del Cine* de Radio

² Sistema por el cual se imprime el sonido en la película.

³ Entre ellos se destacan, en Argentina, los premios de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas a la mejor actriz por su labor en *Dios se lo pague* (Luis César Amadori, 1948) y *La mujer de las camelias* (Ernesto Arancibia, 1953) y una Mención Especial de esa misma Academia por su labor en *Nacha Regules* (Luis César Amadori, 1950). En el exterior recibió el premio Golden Globe de la Asociación de Cronistas Extranjeros de Hollywood (Hollywood Foreign Press Association) a la mejor actriz extranjera por su participación en *La mujer de las camelias*, en 1955; el premio del Círculo de Escritores Cinematográficos (CEC) a la mejor actriz extranjera en un film español por su labor en *Madrugada* (Antonio Román, 1957), en 1957; y un diploma especial del 5º Festival de Cine de San Sebastián por su participación en el mismo, también en 1957.

Belgrano, más la adhesión de LR 3-TV, organizaron una Encuesta de Popularidad que involucraba tanto a artistas nacionales como extranjeros, quienes recibirían los votos de los lectores. El 5 de enero de ese año *Antena* comunicó que Zully Moreno era la estrella argentina más votada entre los artistas locales, seguida por Mirtha Legrand y Carlos Thompson en el segundo y tercer puesto, respectivamente⁴.

A pesar de que las investigaciones sobre el cine clásico-industrial argentino, han aumentado considerablemente en los últimos años, el fenómeno del estrellato en particular aún permanece poco estudiado⁵. Los escasos trabajos que lo abordan, por otra parte, suelen centrarse en los films sin atender al complejo entramado del cual es posible realmente la emergencia de una estrella, que incluye, como ha apuntado Richard Dyer (2001), a las películas mismas junto con otros productos propios de la industria cultural (publicidades, prensa gráfica, paratextos fílmicos en general)⁶. El presente artículo se sitúa en el marco de los estudios sobre el *star-system* cinematográfico argentino en su período clásico-industrial y propone el abordaje de esta personalidad clave del mismo, Zully Moreno. Nos planteamos como objetivo general contribuir al conocimiento de la trayectoria de Zully como actriz y estrella de cine; y como objetivo específico, realizar un análisis inmanente de una serie de afiches a los efectos de dilucidar cuál fue su aporte a la construcción de una determinada imagen para la estrella. Tomaremos para el análisis algunas herramientas provenientes del campo de la retórica de la imagen y la semiótica visual. Basándonos en las propuestas de Roland Barthes (1970) entenderemos que el afiche, en tanto producto publicitario visual, implica la combinación de un mensaje lingüístico y un mensaje icónico. A partir de la propuesta barthesiana procuraremos estudiar cómo opera el primero con respecto al segundo (funciones de anclaje y relevo), qué conexiones y disyunciones se observan entre los mismos, y cómo operan los planos de la denotación y de la connotación, entre otras cuestiones que hacen a la construcción de significados en las obras. Incorporaremos también, siempre que sea pertinente, algunas nociones provenientes de estudios específicos sobre el cartel cinematográfico, como los de Mabel Amanda López (2008), Francisco Javier Gómez Pérez (2002) y Rafael Tranche (1994).

⁴ Véase *Antena*, año XXII, n° 1189, 5 de enero de 1954.

⁵ Entre las publicaciones más recientes sobre el cine clásico-industrial argentino podemos mencionar los trabajos de Ricardo Manetti y Lucía Rodríguez Riva (2014), Clara Kriger (2009), Ana Laura Lusnich (2007) y Gabriela Fabbro (2006). Asimismo, en el campo de la teoría cinematográfica se encuentra el trabajo de Eduardo A. Russo (2008) en torno al concepto de cine clásico. Para un abordaje historiográfico de los estudios sobre cine clásico argentino véase Kriger (2014).

⁶ Para un estudio general del sistema de estrellas en el cine clásico argentino véase el artículo de Ana Laura Lusnich (1999). Para un estudio específico del caso de Mirtha Legrand, véase el trabajo de Gabriela Fabbro (2006).

Cine y cartel, un vínculo histórico

El cartel ha acompañado a los films desde los orígenes mismos del medio cinematográfico, tanto en Argentina como en el resto del mundo. Según explica Claudio España, a escala mundial fueron los espectáculos de circo y de teatro los que primero adoptaron la costumbre de la publicidad a través de afiches, y luego ese hábito se trasladó al cine:

En materia de espectáculos, fue el circo, al parecer, el primer entretenimiento que se atrevió a anticipar su agitado relato escénico con cromos coloridos, por lo común muy alargados horizontalmente, de dimensiones no fastuosas, con abundante escritura y con dibujos de elefantes, señores de turbante y bailarinas de a caballo, de pie sobre el animal a todo galope. Le siguió el teatro, primero con aquellos grabados gigantones de Henri de Toulouse-Lautrec y, luego, con los arabescos *art nouveau* de Mucha, verticalísimos. En el inicio del Cinematógrafo, Louis y Auguste Lumière, los inventores, no pudieron negarse al afiche e inauguraron el cartel de doble hoja, con una escena de *El regador regado* en un fondo de públicos de todas las edades (España, 2006: 7).

Así como los hermanos Lumière anunciaron sus exhibiciones cinematográficas con afiches, en Argentina los pioneros Eugenio Py y Mario Gallo también publicitaban sus películas con carteles. Muchas de esas cintas se han perdido para siempre, pero aún se conservan varios de sus posters (Ídem, 2006: 7). En aquel entonces el cinematógrafo mismo era la novedad a promocionar a través del cartel; aún faltaban años para el surgimiento y la consolidación de las grandes estrellas, que pasarían a ser las protagonistas de los afiches durante los años dorados del cine argentino.

Con los estrenos de *Tango!* (Luis Moglia Barth) y *Los tres berretines* (Equipo Lunitón) en 1933 se impulsó el proceso de industrialización del cine en Argentina, que se extendería hasta el inicio de su crisis a mediados de la década del cincuenta (España, 2000; Manetti, 2014). Durante la década del treinta las producciones cinematográficas argentinas estuvieron protagonizadas en varias ocasiones por estrellas de la radio, la música y el teatro. El universo del tango y del arrabal fue el predominante en esas cintas, que apuntaban a la creación de una identidad propia para el cine argentino (España, 2000). Ya en la década siguiente el afán de creación de una identidad en el medio cinematográfico fue disminuyendo y el universo del tango y del arrabal fue perdiendo protagonismo. Acompañando este proceso, y como estrategia para brindar mayor prestigio al cine argentino, se comenzaron a adaptar grandes obras de la literatura mundial. Mientras tanto, fueron consolidándose cada vez más las estrellas propiamente cinematográficas, surgidas en ese medio (Ídem, 2000).

Ya en pleno auge del *star-system*, los afiches pasaron a estar dedicados fundamentalmente a los astros y estrellas protagonistas de los films. Sus cuerpos y

rostros fueron el objeto de diversos dibujantes que emprendieron la tarea de retratarlos. Claudio España señaló al respecto:

Entre los creadores de la era dorada sobresalen los modelos visuales de Osvaldo Mario Venturi, con su publicismo realista de los grandes rostros en una gama escalonada y el título de la película bien visible, tanto por el color como por la dimensión de la letra. En acuarela y pastel, rostros duros de angustia contenida pero de expresión flexible, atractivos (*La guerra gaucha*, *Riachuelo*, *Prisioneros de la tierra*, *El túnel*, *Las aguas bajan turbias*). Las caricaturas de Narciso Bayón, infaltables en el delineado de las rumberas de los '50, y las de Mario Pacciarotti, en la reproducción de la mueca cómica de Niní Marshall. Otros nombres se pierden en el olvido de los títulos y se anudan en la memoria de los afiches: RAF (Rafael A. Faillace), Ermete Meliante, Guillermo Dowbley, Osvaldo Camblor, Marchisio, Mezzadra y Pablo Pereyra. Sisto y Lemme fue la marca de los talleres litográficos más requeridos (2006: 9).

Además de Sisto y Lemme, algunas otras imprentas importantes de la época fueron Fénix (ubicada en Medrano 1668, Buenos Aires); Schcolnik; Fotocromía F. Springer y cía. (Cossio 5645, Buenos Aires); RAF (Malabia 1655, Buenos Aires); Establecimiento Gráfico Oeste (Tacuarí 980, Ramos Mejía) e Impresora 22 (Río de Janeiro 232, Buenos Aires) (Di Chiara, s/d).

Del tamaño de los afiches, por otra parte, se sabe que fue variando con el paso del tiempo, aunque no existen estudios precisos que den cuenta de sus modificaciones en Argentina. Según afirma Roberto Di Chiara, el estándar en el período silente era de 65 x 35 cm, aunque para las producciones especiales se utilizó el formato 150 x 110 cm y 300 x 150 cm. (s/d: 13). En el caso de Hollywood, sí es posible conocer los formatos existentes durante el período de auge del *star-system*: las *lobby cards* medían 28 x 36 cm; las *window cards*, 36 x 56 cm; las *half-sheet*, 56 x 71 cm; las *insert cards*, 36 x 91 cm; las *one-sheet*, 69 x 104 cm (el formato de cartel más común en la actualidad); las *three-sheets*, 104 x 206 cm y las *six-sheets*, 206 x 206 cm (estos dos últimos eran los formatos más habituales para pegar en las calles) (Tranche, 1994: 140). Teniendo en cuenta que el modelo a seguir en esa época era fundamentalmente el hollywoodense, podemos suponer que en Argentina se utilizaron estándares similares.

Antes de adentrarnos en el análisis de los carteles señalados, veremos a continuación algunas de las particularidades de los afiches cinematográficos en general.

Carteles de cine: algunas características fundamentales

En palabras de Rafael Tranche,

Los dos elementos primordiales de un cartel [son]: la imagen y el texto, y su inherente conexión. A ello habría que añadir un factor temporal, inexistente en la tradición pictórica: el cartel debe leerse "al paso". Este condicionante (...) ha procurado al cartel la liberación de las reglas pictóricas. La llamada técnica plana se caracteriza por introducir no solo el abandono de la perspectiva clásica sino también la convención de la tridimensionalidad de las figuras, el efecto volumétrico tan perseguido en otros medios. (1994: 137).

Este autor señala, además, que en términos compositivos el afiche va a estar marcado por la utilización del formato vertical de área rectangular y una estructura lógica de aglomeración, no de cadena deductiva. Por otra parte, tanto los colores como las tipografías utilizadas resultan fundamentales en la composición del mismo (Ídem, 1994: 137)⁷. En el caso particular de los carteles de cine, el diseño debe evocar o sugerir las imágenes del universo cinematográfico. Así, puede afirmarse que el referente de este tipo de cartel ya no es un objeto o una idea sino otra imagen (Ídem, 1994: 138).

Si en un comienzo los carteles cinematográficos hacían hincapié en el título del film y en la empresa productora, con el surgimiento del fenómeno del estrellato, tal como señala Tranche, "el diseño se supeditará a la presencia de la estrella, con su imagen y nombre destacados en la composición" (1994: 140). Algo similar afirma Francisco Javier Gómez Pérez con respecto a la tipografía en el cartel de cine, y en particular en el del cine clásico:

Dependiendo de la época, el género, la distribuidora, el director y/o la película, el espacio reservado para la tipografía será diferente. Así, en las primeras décadas de vida del cine, cuando el *star-system* aún no estaba constituido, es difícil encontrar carteles donde hallemos más información tipográfica que el título. (...) Tras el establecimiento del *star-system*, es fácil encontrar carteles donde el nombre del actor es superior en tamaño e importancia incluso al del título (2002: 208). El motivo más frecuente en cartel de cine clásico es la pareja protagonista, afirma nuevamente Tranche (1994: 140). La misma puede estar inmersa en la acción o aislada en una pose fotográfica. En cualquiera de los dos casos, la figura humana ocupa un lugar destacado en el cartel. Según el autor, "un recurso habitual es recortar o realzar la silueta del fondo, despegándola de otros

⁷ Para ahondar en estas cuestiones véase el trabajo de Mabel Amanda López (2008) acerca del color en carteles de cine y el artículo de Francisco Javier Gómez Pérez (2002) acerca de la tipografía en esta clase de carteles.

elementos para destacar aún más la importancia de la efigie" (1994:140). En el marco del sistema de estrellas, por otra parte, el rostro de la figura ocupa un lugar central. En términos generales, los carteles clásicos tienden a suavizar los rasgos del rostro -evadiendo así el paso del tiempo- y a aislar la mirada de los personajes de su contraplano, dado que la imagen está extraída del flujo del film (Ídem, 1994: 141).

De todas las características del cartel señaladas, la fundamental probablemente sea aquella que señala Tranche en primer lugar en la cita que incluimos al comienzo de este apartado: la relación entre la imagen y el texto⁸. Este vínculo, por otra parte, trasciende al cartel propiamente dicho para alcanzar a los productos de la publicidad gráfica en general, como ha señalado Roland Barthes en su célebre "Retórica de la imagen" (1970), un texto en el que destaca como principal característica del discurso publicitario gráfico el hecho de que combina un mensaje lingüístico y un mensaje icónico.

Apoyándonos en dicho texto, y tras una breve descripción de la carrera de Zully Moreno, abordaremos a continuación una serie de afiches cinematográficos, todos ellos correspondientes a películas en las que la actriz participó. Tal como señalamos al comienzo de este trabajo, partimos de la hipótesis de que los carteles de cine contribuyeron a la construcción de su carácter de estrella cinematográfica y a la creación de una imagen de estrella particular. Indagaremos entonces en el aporte que realizó cada cartel al respecto, en el lugar que cada uno de ellos le otorgó a Zully en su composición y en la imagen de estrella que contribuyeron a delinear para ella. Siguiendo a Barthes (1970) procuraremos estudiar cómo opera en cada cartel el mensaje lingüístico con respecto al icónico (funciones de anclaje y relevo), qué conexiones y disyunciones se observan entre ambos mensajes, y cómo operan los planos de la denotación y de la connotación. Tendremos en cuenta, asimismo, las características específicas del afiche cinematográfico que hemos identificado a partir de los trabajos de Tranche (1994) y Gómez Pérez (2002). Sumaremos, por último, algunas observaciones planteadas por López (2008).

Zully Moreno y los carteles del cine clásico-industrial

La carrera cinematográfica de Zully Moreno, desarrollada durante más de dos décadas, fue muy extensa. La actriz se inició como extra a fines de la década del treinta, fundamentalmente en producciones de los Establecimientos Filmadores Argentinos (EFA), y durante esos primeros años se dedicó principalmente a la comedia, participando en producciones como *Cándida* (Luis Bayón Herrera, 1939), *Bartolo tenía una flauta* (Antonio Botta, 1939), *Orquesta de señoritas* (Luis César

⁸ Otro autor que estudia esa relación es Diego Coronado e Hijón (2000).

Amadori, 1941), *Los martes, orquídeas* (Francisco Mugica, 1941) y *Papá tiene novia* (Carlos Schlieper, 1941). Su participación en *Stella* (Benito Perojo, 1943), marcó un punto de inflexión en su carrera y redefinió la misma en dos aspectos cruciales: por un lado, significó su claro lanzamiento al estrellato, y por otro, implicó un giro casi definitivo hacia el melodrama, un género del que prácticamente no volvió a apartarse. Fue en esa época cuando Argentina Sono Film, la empresa productora más importante del país junto con Lumiton, la contrató en exclusiva. Con el correr de los años, la actriz llegó a ser la principal estrella de dicha empresa e incluso llegó a formar parte de su Directorio. Tras un largo período en Argentina, alternó con producciones en México y posteriormente en España, donde se exilió junto a su marido y su hijo tras la caída del peronismo. A su regreso, en la década del setenta, evitó a los periodistas y se mantuvo alejada del medio. La actriz falleció el 25 de diciembre de 1999, víctima de Mal de Alzheimer. A lo largo de toda su carrera trabajó con algunos de los más importantes directores de cine argentino de su época, como: Lucas Demare, Mario Soffici, Carlos Hugo Christensen, Francisco Mugica, Carlos Schlieper y, por supuesto, Luis César Amadori, quien fue además su esposo.

Dada la amplitud de su filmografía, hemos seleccionado apenas algunos afiches que consideramos que han marcado puntos de inflexión en su carrera. Nos referimos a los carteles publicitarios de *El profesor Cero* (Luis César Amadori, 1942), *Stella* (Benito Perojo, 1943), *Dios se lo pague* (Luis César Amadori, 1948), *Nacha Regules* (Luis César Amadori, 1950), *María Montecristo* (1951), *Amor prohibido* (Luis César Amadori, 1958) y *Un trono para Cristy* (Luis César Amadori, 1960).

Nuestro primer film, *El Profesor Cero*, implicó para Zully un papel ya medianamente importante, después de haber pasado por una decena de intervenciones como extra y papeles menores en otras producciones. La película narra las aventuras de una serie de muchachos que viven en una pensión para estudiantes varones. Uno de ellos, apodado "Profesor Cero" (Pepe Arias), funciona como líder del grupo. El hogar se revoluciona una mañana con la llegada de una inquilina, llamada Zulema (Zully Moreno), que luego demostraría ser en realidad otra persona, María Emilia. En la cinta, la actriz encarnó un personaje que delineó algunas de las características que luego adoptarían más firmemente sus personajes posteriores: por un lado, interpretó a una mujer hermosa y seductora, capaz de deslumbrar a los hombres que la rodean; y por otro lado, representó a una mujer lúcida, inteligente y para nada ingenua⁹. *El Profesor Cero* fue, además, la película a partir de la cual consiguió ser contratada por Argentina Sono Film para participar luego en varias producciones de la empresa (Manetti, 2000: 219). Se trataba, de sus primeros pasos en el medio cinematográfico. La cinta se estrenó en Argentina el 4 de febrero de 1942 (España, 1993: 51), y en México el 10 de febrero del año siguiente (Ayala Blanco y Amador Romero, 1985).

⁹ Al final del film se revela que ella había tramado un plan para hacerse pasar por otra persona y evaluar de esa manera a uno de los muchachos de la pensión, con el cual su familia pretendía que ella contrajera matrimonio.

En el afiche del film, confirmando la tesis de Tranche (1994: 140), el diseño se encuentra supeditado a la estrella, que en este caso es un astro. El nombre de Pepe Arias, el susodicho, ocupa toda la franja superior del cartel, mientras que el título del film hace lo mismo en la franja inferior. El hecho de que el nombre del astro tenga el mismo tamaño que el nombre del film, hace equiparar al primero con el segundo. De esta manera, se connota la idea de que Pepe Arias "es" *El Profesor Cero*, en tanto protagoniza la cinta. En el marco de un cine clásico-industrial con un fuerte sistema de



estrellas, la operación no sorprende. Ni el director, ni el estudio productor, ni las actrices de reparto (cuyos nombres se incluyen en un tamaño mucho menor) son sinónimo del film del modo en que Pepe Arias lo es. Por otra parte, el hecho de que ambos textos ("Pepe Arias" y "El Profesor Cero") estén ubicados de modo simétrico en el espacio, refuerza la conexión entre ambos y la idea de que el astro es el corazón de la película. Los nombres de las actrices de reparto, por su parte, aparecen sobre el margen inferior izquierdo, en un pequeño recuadro. Están, evidentemente, en un segundo plano con respecto a Arias.

El mensaje icónico, por otra parte, es coherente con la jerarquía que establece el mensaje lingüístico con respecto a los actores del film: así como el nombre de Pepe Arias ocupa un lugar principal, su imagen también lo hace. Ubicada en el centro del cartel, y en un tamaño mayor al de las mujeres que lo escoltan, resalta en la composición. Las figuras de Zully Moreno y Dolores, por su parte, están relegadas a los costados y representadas por detrás de Pepe Arias. Los colores de las figuras humanas, coinciden con los colores de los nombres a los que corresponden. Así, vemos la frase "Pepe Arias" y la imagen del actor en azul y rojo, mientras que en tonos amarillos y anaranjados -mucho menos saturados, por otra parte- podemos ver los nombres y las imágenes de las actrices de

reparto. El título del film, *El Profesor Cero*, también es rojo, lo cual vuelve a enlazar a la película con su astro protagonista; dado que tanto la corbata de la imagen de Arias como el punto de la letra “i” de su nombre tienen ese color. En cuanto al aspecto general de las dos actrices retratadas podemos destacar que ambas presentan un aspecto prolijo, llevan el cabello ondulado y un maquillaje que resalta sus mejillas y labios en un tono rosado. La diferencia entre ambas, no obstante, radica fundamentalmente en el vestuario que llevan. Aunque asimple vista parecerían estar luciendo prendas bastante similares, es notoria la diferencia en la morfología de cada una de ellas. El vestido de Dolores –ubicada a la derecha– tiene un escote mucho más amplio y profundo que el de Zully, que es claramente menos llamativo y más recatado. En aquel entonces esta última actriz lucía un aspecto sencillo en las películas, el cual era reforzado por carteles como este, que la representaban vistiendo ropas poco llamativas.

Contrariamente a lo que señala Tranche, en este afiche sí hay un efecto de perspectiva dado por el menor tamaño de las figuras femeninas con respecto a la masculina. Esa diferencia da la impresión de que Pepe Arias está adelante, en un primer plano, mientras que las damas que lo acompañan están detrás, en un segundo lugar. La sola presencia de Zully en el cartel indica una voluntad de otorgarle cierta cuota de protagonismo, pero ese segundo lugar al que fue confinada deja en claro que la actriz no era aún una estrella consagrada. Por el contrario, recién estaba empezando a alcanzar algunos papeles de reparto en los films, lo cual tenía su correlato en los afiches publicitarios. Estos la ubicaban, como en este caso, acompañando a las grandes figuras.

En cuanto a *Stella*, se trata del primer gran protagónico de Zully, planeado para lanzarla definitivamente como estrella. La producción de la película estuvo a cargo de la empresa Pampa Film. Si bien en, en aquel entonces la actriz contaba con un contrato en exclusiva con Argentina Sono Film, Atilio Mentasti, uno de los dueños de la Sono, le otorgó el permiso necesario para participar en la producción de Pampa, argumentando que se iban a invertir millones en publicidad y serían ellos quienes posteriormente, recogerían los frutos de esa inversión (España y Rosado, 1984: 22). El argumento del film, está situado en el siglo XIX y gira en torno a dos hermanas: Alejandra y Stella, que se trasladan desde Suecia a Argentina tras quedar huérfanas. Al llegar al continente americano se instalan en la casa de sus tíos y primos, transformando la vida familiar de aquellos.

La película no escatimó en recursos de puesta en escena para explotar la figura de Zully y proyectarla como estrella. En los créditos del film la nombraron en cartel francés y su primera aparición en el mismo ocurrió, a través de un primer plano de su rostro. Luego, a lo largo de toda la cinta, se sucedieron aproximadamente otros veinticinco primeros planos de su rostro. . El argumento situado en el siglo XIX, fue la excusa perfecta para hacerle lucir una gran cantidad de sofisticados vestidos de época. Las escenas de fiestas y bailes también contribuyeron a darle un aspecto elegante y glamoroso. *Stella* se estrenó en Argentina el 8 de octubre de 1943. Dos años después, en 1945, fue exhibida en España, donde se estrenó el

15 de enero (Elena, s/d: 12) y en México, donde se estrenó el 20 de noviembre (Ayala Blanco y Amador Romero, 1985).



En el afiche publicitario del film, como podemos observar, la composición parece estar dividida por una línea diagonal que se extiende desde el ángulo superior izquierdo hasta el ángulo inferior derecho, creando dos triángulos. El rostro de Zully se ubica en el centro del espacio, y su nombre, en el triángulo superior; dos operaciones que la hacen destacar como figura principal. La imagen y el nombre de la niña co-protagonista (Stella Río), por el contrario, se ubican en el triángulo

inferior, hacia el margen izquierdo. Entre el nombre de la estrella y su rostro, casi como encerrado entre ambos, se ubica el título del film, *Stella*. Así, una vez más podemos asumir que la película “es” su estrella protagonista. Si bien el rojo de la palabra “Stella” resalta por sobre los demás colores, la composición general del afiche parece estar al servicio del nombre y la imagen de Zully. El nombre de la empresa productora, así como los nombres de los otros integrantes del reparto, están relegados a los extremos del afiche, sobre los márgenes, además de no tener ninguna imagen asociada.

Se trata, sin lugar a dudas, de un afiche crucial en la carrera cinematográfica de Zully. En el mismo la actriz es promocionada claramente como la estrella del film, tanto desde el mensaje icónico (con su rostro en el centro del cuadro) como desde el lingüístico (con su nombre en grandes letras negras, que contrastan con el fondo amarillo, encabezando la composición). La función del mensaje lingüístico con respecto al icónico es, como en el caso anterior, de anclaje¹⁰. La polisemia de la imagen es restringida, en la medida en que al retrato de Zully se le hace corresponder, precisamente, la frase “Zully Moreno”. Así, de modo bien didáctico, se indica la correspondencia entre texto e imagen, nombre y rostro. Esto, por otra parte, invita a interpretar “estrella de cine”. La palabra “film” en el pequeño rótulo ubicado en el ángulo superior izquierdo, que reza “EMPA FILM presenta a”, remarca que efectivamente, se trata de una estrella cinematográfica. La seriedad de la expresión facial de Zully en el cartel, por otra parte, da cuenta de su giro hacia el melodrama; y la sobriedad de su vestuario funciona como indicador del tipo de personaje que interpretó en la cinta: el de una muchacha seria y “respetable”.

El siguiente film, *Dios se lo pague*, presentó la historia de un hombre rico (Arturo de Córdova) que se hacía pasar por mendigo. Una mujer ambiciosa, Nancy (Zully Moreno), comenzaba una relación amorosa con él sin saber nada de su doble vida. Finalmente la descubriría, y juntos decidían despojarse de sus riquezas.

La película fue estrenada en Buenos Aires el 11 de marzo de 1948, y consiguió inmortalizar a Zully como diva absoluta de la pantalla argentina. Por su labor en el film la estrella obtuvo el premio de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de ese país a la Mejor Actriz (España, 1993: 60). El éxito de *Dios se lo pague* trascendió asimismo las fronteras argentinas, al punto de llegar a recibir una nominación de la Academia de Hollywood en la categoría Mejor

¹⁰ Barthes afirma que son dos las posibles funciones del mensaje lingüístico respecto del mensaje icónico: de anclaje y de relevo. Dado que la imagen siempre es polisémica, implica una “cadena flotante de significados” (1970: 131). En toda sociedad, continúa Barthes, “se desarrollan técnicas diversas destinadas a fijar la cadena flotante de los significados, de modo de combatir el terror de los signos inciertos ...” (ídem: 132). La función de anclaje opera en esa línea, contribuyendo a la elucidación del mensaje. El autor explica que el anclaje es la función más frecuente del mensaje lingüístico, y aparece generalmente en la fotografía de prensa y en la publicidad. En la función de relevo, por el contrario, la palabra y la imagen se encuentran en una relación complementaria. Esta función es más habitual en los dibujos humorísticos y en las historietas.

Película Extranjera¹¹. El film también representó a la Argentina en el Festival Internacional de Cine de Venecia, e inauguró el primer Festival de Cine Argentino de Mar del Plata el 16 de marzo de 1948 (Paranaguá, 2003: 140). Tras el fallecimiento de Zully a fines de 1999, el Museo del Cine “Pablo Ducrós Hicken” realizó en Buenos Aires, una proyección de la película a modo de homenaje¹². Por otra parte, *Dios se lo pague* fue una superproducción de carácter fuertemente transnacional: mientras que el guión es una adaptación de una obra de teatro del brasileño Joracy Camargo, la pareja protagonista (Zully Moreno-Arturo de Córdoba) es emblemática de las dos grandes cinematografías latinoamericanas de la época, Argentina y México. Hemos seleccionado, en este caso, dos afiches.

El primero de ellos es un cartel en el cual, como señala Tranche (1994: 140), la pareja protagonista es el motivo de la composición. La estrella y el astro aparecen juntos en el centro de la misma, con un haz de luz que refuerza la idea de centramiento y hace resaltar a las figuras sobre el resto de los elementos de la composición. Sobre el margen inferior izquierdo, y en un tamaño menor, aparece el personaje secundario; quien se encuentra además en un plano superpuesto al de Zully y Arturo. Así, es visible otra de las características que señala Tranche para los carteles del cine clásico: en los mismos no hay perspectiva sino técnica plana. Curiosamente, el título del film es mayor en tamaño a los nombres de las estrellas, pero esto se compensa por el tratamiento de las imágenes recientemente señalado.



En ese afiche el mensaje icónico, que denota “hombre y mujer”, connota a la vez la idea de pareja romántica, dada por la posición en la que se encuentran las figuras (el hombre abrazando a la mujer, ambos mirándose a los ojos). El haz de luz, por otra parte, colabora con esa idea, en la medida en que recorta a la pareja de todo el alrededor. Los colores claros de los protagonistas, iluminados por ese

¹¹ Se trataba de una competencia por un galardón especial, ya que aún no se entregaba el Oscar propiamente dicho en esa categoría (el mismo comenzó a entregarse en 1956). La cinta de Amadori compitió con *Río escondido* (Emilio Fernández, México), *Paisá* (Roberto Rossellini, Italia), *Días de ira* (Carl Theodor Dreyer, Suecia) y *Monsieur Vincent* (Maurice Cloche, Francia). Fue esta última película la que se alzó finalmente con el premio (España, 1993: 60).

¹² Véase la Gacetilla de Prensa 31/99 emitida por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (Subsecretaría de Desarrollo Cultural – Dirección General de Museos) con el título “Zully Moreno (1920-1999). Homenaje”. El documento anuncia la proyección de la película el 3 de enero de 2000 a las 17.30 hs., en el microcine del Museo. Fuente: Archivo del Museo del Cine “Pablo Ducrós Hicken”.

rayo, contrastan con el color oscuro del espacio que los rodea. Para Mabel Amanda López, en los afiches cinematográficos "... el uso del color es un indicador importante para decodificar la temática del filme, porque los colores evocan verdaderos estereotipos cromáticos ya instalados en la cultura" (2008:110). Siguiendo ese razonamiento, podemos afirmar que aquí la paleta de colores recurre al estereotipo que asocia los colores claros con la virtud y los sentimientos positivos, y los oscuros con el vicio, el peligro y/o cualquier otra clase de concepto negativo. De ese modo las imágenes del poster consiguen funcionar como una alegoría y un anticipo del argumento del film, que nos mostrará dos seres de buen corazón, que luchan por sobrevivir en un mundo hostil. A su vez, en el marco de un modelo de producción industrial, basado en un sistema de géneros, se puede inferir que toda la composición connotaría para el público la idea general de "melodrama", en el cual la historia siempre es protagonizada por una pareja romántica que se enfrenta a alguna clase de conflicto.

En el segundo afiche el mensaje icónico corresponde solo a Zully, sin lugar para el galán del film. El mensaje lingüístico, por el contrario, incluye tanto su nombre como el de Arturo de Córdova, aunque éste último aparece en una tipografía de menor tamaño y en color negro. Es claro que el cartel está realizado en función de la estrella argentina, promocionada además como auténtica diva: su pose seductora, así como su vestido ceñido al cuerpo, confirman esa condición. Su cabello rubio, por otra parte, la relacionaba directamente con las divas de Hollywood de cabellos platinados, con quien los periodistas solían compararla. Atrás habían quedado sus primeros años en el medio cinematográfico, en los cuales aparecía con el cabello castaño y un aspecto simple y austero. A esta altura de su carrera las películas se ocupaban de construir para ella una imagen de sofisticación y elegancia, lo cual, como podemos ver, era acompañado y reforzado desde el aparato publicitario. Estos dos carteles en particular, contribuyeron a consolidar algunas cuestiones claves de su carrera y de su imagen, que ya venían construyéndose desde las películas: el lazo con el género melodramático, su carácter de estrella dentro del medio cinematográfico y su imagen de diva en el marco del *star-system* local.



La pareja de *Dios se lo pague* fue tan exitosa, que fue convocada nuevamente por Argentina Sono Film para protagonizar: *Nacha Regules*, también con dirección de

Amadori. El argumento de esta película se sitúa en la época de los festejos por el centenario de la Revolución de Mayo (es decir, en 1910) narrando en clave melodramática, las desventuras de una prostituta llamada precisamente Nacha Regules (Zully Moreno), quien después de pasar por una infinidad de infortunios consigue redimirse junto al hombre que la ama, Fernando Monsalvat (Arturo de Córdoba). El estreno de la película en Argentina ocurrió el 2 de marzo de 1950; y unos meses después fue estrenada en España (el 14 de agosto en Barcelona y el 2 de septiembre en Madrid) (Elena, s/d: 21). Luego se estrenó también en México, el 4 de noviembre de ese mismo año, con el título *Santa y pecadora* (Ayala Blanco y Amador Romero, 1985).

Francisco Javier Gómez Pérez afirma que "... Es fácil encontrar carteles que hacen referencia a éxitos pasados como reclamo para el nuevo espectador. 'La influencia de los éxitos predecesores va a influir en representaciones iconográficas posteriores, insistiendo en los signos visuales de películas y carteles anteriores' (Perales Bazo, 1995: 94)" (Gómez Pérez, 2002: 215). No es extraño entonces que para el cartel de *Nacha Regules* se haya optado por primerísimos primeros planos de Zully y Arturo, una pareja que había resultado muy exitosa en *Dios se lo pague*.

En este cartel la estrella y el astro comparten la misma jerarquía, tanto por el tamaño, color y tipografía de sus nombres en el mensaje lingüístico como por la ubicación de sus respectivas imágenes en el nivel del mensaje icónico. Nuevamente se trata de un cartel cuyo motivo es la pareja del film, evidentemente romántica (Arturo se encuentra casi besando la frente de Zully). La seriedad de las expresiones faciales connota una vez más "melodrama"; y el aspecto general de Zully, quien presenta un peinado con bucles bien definidos, aros y un collar de perlas, apunta a la idea de elegancia y sofisticación.



Son varios los autores que coinciden en la importancia del primer plano para la consolidación de las estrellas de cine¹³. Siguiendo esa lógica de promoción de *stars*, en este cartel no aparecen los cuerpos de los intérpretes, sino que se trata de dos primeros planos de sus respectivos rostros. Cabe destacar, de todos modos, que no son dos primeros planos idénticos: mientras que el primer plano de Arturo es de perfil, el de Zully es frontal, lo cual nos permite apreciar la totalidad de su expresión facial. Así, se trata de otro afiche emblemático de su consagración como estrella cinematográfica.

En cuanto a la función del mensaje lingüístico con respecto al icónico, por último, también en este caso es de anclaje; todo indica que "Nacha Regules" es al mismo tiempo el título del film y el nombre del personaje de Zully en el mismo.

¹³ Véanse como ejemplo los trabajos de Richard Dyer (2001); Carlos Monsiváis (1999) ; Tom Gunning (1994); Vicente Sánchez Biosca y Vicente Benet (1994); y Alexander Walker (1970).

María Montecristo cerró la trilogía de Zully y Arturo bajo la dirección de Amadori. Rodada esta vez en México (la filmación tuvo lugar en los estudios Azteca), se trata de un melodrama donde la actriz encarnó a una mujer rica y elegante que, sin embargo, al principio del film se hace pasar por pobre. El argumento de la película gira en torno a una mujer llamada justamente María Montecristo (Zully Moreno), cuyas actitudes misteriosas desconciertan al Dr. Galarza (Arturo de Córdova), quien se enamora de ella. María hace donaciones de su fortuna secretamente, pero también está convencida de que con dinero puede comprar cualquier cosa. Una vez que se recupera de un problema de salud se dedica a despilfarrar su riqueza saliendo de noche y bebiendo. Ese descuido de su salud (y, en términos melodramáticos, todo su proceder "incorrecto") implica un castigo ejemplificador: María termina andando en silla de ruedas, paralítica. Sin embargo, dado que tiene un buen corazón y ha aprendido la lección, consigue reencontrarse con el hombre de quien está enamorada. La cinta se estrenó primero en México, el 16 de mayo de 1951, y se mantuvo en cartel durante cuatro semanas (Ayala Blanco y Amador Romero, 1985). El estreno en Argentina ocurrió al año siguiente, el 17 de enero de 1952, en el cine Gran Rex¹⁴. También en ese año se estrenó en Madrid, el 31 de marzo (Elena, s/d: 23). Varias décadas después, el 8 de mayo de 2008, *María Montecristo* se exhibió nuevamente en el Colegio Público de Abogados de la ciudad de Buenos Aires, como parte de un ciclo de cine organizado por el Museo del Cine "Pablo Ducrós Hicken" y la Cineteca Privada¹⁵.

¹⁴ Véase *Heraldo del Cinematografista*, n° 1064, 23 de enero de 1952.

¹⁵ Véase el folleto publicitario "Ciclo de cine / Aniversarios y homenajes. Festejando los diez años de Cineteca Privada". Fuente: Archivo del Museo del Cine "Pablo Ducrós Hicken".



En el afiche del film el astro y la estrella comparten en principio una misma jerarquía, en tanto sus imágenes abarcan el centro del cuadro y sus nombres, en el ángulo superior derecho, presentan el mismo tamaño, color y tipografía. No obstante, en el nivel del mensaje icónico, vemos que el rostro de Zully está repetido: además de aparecer junto a su pareja en la imagen central, aparece sola en la imagen ubicada en el ángulo superior izquierdo. Así, se trata de un caso en

el que es visible la lógica de aglomeración que señala Tranche (1994); y que en este caso opera de modo tal de resaltar en importancia a la figura de Zully al tiempo que adelanta parte del argumento del film: en él la estrella argentina asume una suerte de doble personalidad, encarnando a la vez a una mujer sofisticada, perteneciente a la alta sociedad, y a una mujer pobre que es hallada como polizonte en un barco. Esta aglomeración de imágenes, por otra parte, evade nuevamente la perspectiva, en favor de la técnica plana. Las figuras, una vez más, aparecen recortadas del fondo, el cual no se puede identificar con ningún espacio físico concreto: es simplemente un fondo de color rojo con ciertas sombras alrededor de las figuras. Como señalamos unas líneas atrás, para Mabel Amanda López (2008) la utilización del color es un indicador importante para decodificar la temática del film, porque los colores evocan verdaderos estereotipos cromáticos ya instalados en la cultura, que a su vez se reiteran en afiches de películas pertenecientes a un mismo subgénero cinematográfico. Más adelante, la autora agrega: "El tono emocional del afiche, definido por las paletas cromáticas seleccionadas, "sintoniza" con las emociones que el espectador espera encontrar en el filme y lo persuade para ver o no la película en cuestión" (Ídem: 115). Siguiendo este razonamiento podemos pensar, que no es casual la elección del color rojo (tradicionalmente asociado a conceptos como "amor" y "pasión") para enmarcar a la pareja protagonista de la cinta. Al fin y al cabo, *María Montecristo* es un melodrama, género que siempre involucra una historia de amor.

También en este caso al nivel del mensaje lingüístico, el título del film es de un tamaño mayor al de los nombres de los actores. Sin embargo, las imágenes son las que ocupan mayor espacio en la composición, con lo que se puede inferir que a esa altura de sus carreras, y después de los éxitos de *Dios se lo pague* y *Nacha Regules*, tanto Arturo como Zully eran fácilmente identificables por el público a través de sus rostros.

Nuestra siguiente producción, *Amor prohibido*, es aquella que marcó el cierre de la carrera de Zully en Argentina. A pesar de que el rodaje de la película comenzó en mayo de 1955, la misma fue estrenada en ese país recién en 1959. Como explica Claudio España, "El golpe de estado de 1955 –la revolución Libertadora– encontró a Amadori en plena posproducción de esta película. Se atrasó la finalización por la detención del director, y la productora, Argentina Sono Film, prefirió guardarla en latas hasta blanquear políticamente el nombre del imputado (...)" (1993: 41).

En efecto, con el derrocamiento del presidente Juan Domingo Perón el matrimonio Amadori-Moreno sufrió acusaciones e inconvenientes laborales varios, entre los cuales se encuentra el estreno demorado de *Amor prohibido*. Amadori fue detenido y trasladado a la Penitenciaría Nacional junto con Ángel Luis Mentasti, Atilio Mentasti y Hugo del Carril, todos en calidad de productores cinematográficos (Ídem, 1993: 43). La causa contra Amadori lo señalaba como sospechoso de contrabando, y suponía que el director y productor había

importado de modo ilegal una copia de su película *El barro humano* a la República Oriental del Uruguay. Tras la recuperación de su libertad el 1° de diciembre de 1955, Amadori se exilió en España junto a Zully y el hijo de ambos, Luis Alberto (Ídem, 1993: 43).

En *Amor prohibido*, una adaptación de la novela *Ana Karenina* de León Tolstoi, Zully encarnó a una mujer madura, casada y con un hijo, que comete adulterio. Su personaje, Ana, conoce casualmente al Capitán Alejandro Brown (Jorge Mistral) y enseguida se conforma un triángulo amoroso que los incluye a ambos junto al marido de ella (Santiago Gómez Cou). Ana se atreve a dejar todo, incluido su hijo, por su nuevo amor; pero cuando interpreta que Alejandro ya no la quiere, considera que ya no le queda nada ni nadie en el mundo y decide suicidarse.

En el afiche de la película, como podemos ver, el motivo es nuevamente la pareja protagonista. La misma se encuentra en el centro del cuadro y en un plano medio, recortada sobre un fondo de tonos azulados. La posición en la que se encuentran las figuras, estrechándose en un abrazo, sugiere el vínculo amoroso de los personajes.

Parte del argumento del film, es deducible a partir de la combinación de ese mensaje icónico con el mensaje lingüístico "Amor prohibido", correspondiente al título de la cinta. La presencia simultánea de ambos mensajes nos indica que esa pareja romántica, vive una relación conflictiva (su amor es, en efecto, "prohibido", dado que Ana es una mujer casada). Eso justifica, a la vez, las expresiones serias de los rostros, y vuelve a sugerir que se trata de un melodrama. Es interesante, que en este caso se haya recurrido a una paleta de azules para la mayor parte del cartel. A diferencia del afiche anterior, (donde predominaba el rojo, tradicionalmente asociado a los sentimientos pasionales y al amor) en este caso es un color frío el que impera. Podemos pensar esta decisión cromática en sintonía con parte del argumento de la cinta: como señalamos recién, *Amor prohibido*, es una adaptación cinematográfica de la novela de León Tolstoi *Ana Karenina*; un melodrama en el cual la conducta de la protagonista es castigada con todo el rigor de la justicia poética. Ana es una esposa infiel y una madre que abandona a su hijo, todo lo cual la lleva a la culpa permanente y a tomar finalmente una drástica decisión: el suicidio. *Amor prohibido*, por ende, es un melodrama sin final feliz. Podemos pensar, siguiendo a López (2008), que la fría paleta de azules se corresponde con ese clima emocional.



La dimensión transnacional que había alcanzado la carrera de Zully a esta altura, por otra parte, es visible en el hecho de que nuevamente se encontró protagonizando una película con un co-protagonista extranjero, el actor español Jorge Mistral.

Por último, *Un trono para Cristy*, rodada en España en co-producción con Alemania, fue la última aparición cinematográfica de Zully. Luego de haber forjado una importante trayectoria en el terreno del melodrama, la actriz volvió con este film al género que había cultivado en sus inicios: la comedia. El argumento de la película se centra en Cristy (Christine Kaufmann), una joven adolescente norteamericana, y su madre, la señora Wilkens (Zully Moreno), quienes viven juntas en Palma de Mallorca, España. Cristy se dedica a ir a la playa y despertar los celos de las demás chicas, quienes le envidian su éxito con los muchachos. Mientras tanto, su madre se encuentra en aprietos económicos, y al ver que su situación es realmente alarmante decide que debe casar a su hija con un conde o un príncipe, para recuperar de ese modo su posición económica acomodada.



Si bien en la película Zully trabaja en la línea de siempre, encarnando a una mujer tan hermosa y seductora como lúcida, en ella es visible más que nunca el paso del tiempo: la estrella ya no encarna a la protagonista sino a su madre. En ese sentido el afiche del film representa muy bien la situación de Zully como actriz y estrella de cine en ese momento: al nivel del mensaje icónico aparece un primer plano de su rostro, pero el mismo emerge por detrás de la imagen de la actriz que interpreta a Cristy. Así, el rostro de Zully es al mismo tiempo un primer plano y una figura ubicada en segundo lugar con respecto a la protagonista de la cinta.

El mensaje lingüístico, por su parte, ubica en primer lugar al título de la película (en un tamaño mayor al de los demás textos, y en color rojo), y a la vez resalta en un recuadro azul el texto "Eastmancolor". Esto es lógico tratándose de una producción puesta en marcha en 1959 y estrenada en 1960, una época en la cual era frecuente la explotación de diversas técnicas de coloración de los films (en parte como estrategia para sostener la competencia con la televisión). Estas técnicas eran publicitadas habitualmente con énfasis, a fin de recordarle su existencia a los potenciales espectadores. Por otra parte, el mensaje lingüístico unifica a todo el reparto de actores y actrices en un listado de nombres que comparten el mismo tamaño, color y tipografía. Zully encabeza esa lista, pero no se distingue de los demás nombres por ninguna particularidad.

El cartel, por otro lado, se hizo eco del género comedia y presentó una paleta de colores fundamentalmente claros y/o cálidos. El fondo del afiche es blanco, así como el vestido de la actriz Cristine Kauffman; mientras que el rostro y el cabello de Zully tienen un color rosado y dorado, respectivamente. El título de la película y el trono en el que se halla el personaje de Cristy, asimismo, son de color rojo. Los colores fríos aparecen en menor medida y por detrás de los cálidos.

Creemos que en cierto sentido, este cartel sintetiza la situación de la actriz en aquel entonces: se trataba de una estrella con luz propia, aunque ya en el ocaso de su juventud y de su misma carrera cinematográfica. Esto se ve claramente plasmado en el poster, que presenta el rostro de Zully al mismo tiempo en primer plano y en segundo lugar; acompañado de su nombre situado en primer lugar dentro de la lista de intérpretes pero sin mayores elementos para hacerlo destacar entre los demás.

Consideraciones finales

Cada uno de los afiches que hemos estudiado, marcó un punto de inflexión en la carrera de Zully y en su trayectoria como estrella cinematográfica. Desde el lugar de actriz de reparto, pasando por los primeros planos hasta llegar al primer plano "en segundo lugar", hemos podido ver en estos carteles parte del nacimiento, el auge y el declive de Zully como estrella de cine. También pudimos observar, la creciente sofisticación que fue adquiriendo su imagen en los posters, cuestión que ocurrió al mismo tiempo en que se iba tornando más sofisticada y glamorosa su

imagen filmica. Hemos visto, asimismo, que el tono de cada cartel se manifestó en sintonía con el género cinematográfico de su película correspondiente. Mientras que el inicio y el final de la carrera de Zully implicaron su incursión en la comedia, el desarrollo de la misma implicó su tránsito por el melodrama, cuestión que quedó claramente plasmada en la publicidad gráfica de cada película.

Siguiendo a Barthes (1970), hemos visto cómo en cada afiche se combinaron un mensaje lingüístico y un mensaje icónico, que contribuyeron a la construcción del carácter de estrella de Zully y a la creación de un tipo de imagen particular para ella. En ese sentido, podemos afirmar que en el nivel del mensaje icónico los planos de la denotación y de la connotación funcionan en estos carteles de dos modos fundamentales, que en algunos casos coexisten. Los afiches de *Dios se lo pague* (n° 1), *Nacha Regules*, *María Montecristo* y *Amor prohibido*, por un lado, funcionan denotando conceptos como "hombre y mujer", "actor y actriz"; y connotando otros conceptos como "pareja romántica" (en tanto los protagonistas se encuentran abrazados, o muy cercanos físicamente uno de otro) y "melodrama" (dado por las expresiones serias o directamente compungidas de los intérpretes, que funcionan como indicadores de que se trata de una pareja imposible). En los casos de *El Profesor Cero*, *Stella*, el segundo cartel de *Dios se lo pague*, *Nacha Regules*, *María Montecristo* y *Amor prohibido*, por otro lado, el mensaje icónico denota nuevamente conceptos como "hombre y mujer", "actor y actriz"; mientras que connota la idea más específica de *estrellas de cine*, en la medida en que destaca a las figuras en primer plano y/o en el centro de la composición. En el segundo afiche de *Dios se lo pague* y en el de *Nacha Regules*, además, queda particularmente claro, que Zully ya no era solamente una estrella sino una auténtica diva. Esto se evidencia, en el primer caso, por la pose glamorosa en la que se encuentra la actriz, sumada al vestido que remarca su busto y deja sus hombros al descubierto. En el segundo caso, queda en claro por la decisión de mostrarla luciendo joyas. Un caso especial es el afiche de *Un trono para Cristy*, en el cual el primer plano de Zully connota "estrellato", pero el hecho de que su rostro aparezca por detrás de otra figura, como señalamos antes, connota a la vez cierta pérdida de protagonismo. En todos los casos, el mensaje lingüístico refuerza aquello que los mensajes icónicos comunican, anclando los sentidos posibles.

Pudimos observar, por último, que existe un fuerte grado de estandarización en las características que presentan cada uno de los afiches analizados. Esto no sorprende, dado que se trata de afiches del período clásico-industrial, atravesados por la lógica de producción en serie que imperó en la propuesta industrializadora de la cinematografía argentina. Así, podemos arriesgarnos a suponer que gran parte de las características presentes en este corpus de afiches será fácilmente identificable en otros carteles del período, dedicados a promocionar otras estrellas. Tal estudio, no obstante, excede las posibilidades de este trabajo; el cual quedará a la espera de futuras investigaciones.

Referencias bibliográficas

AYALA BLANCO, Jorge, y María Luisa Amador Romero. (1985). *Cartelera cinematográfica*. México: UNAM.

BARTHES, Roland. (1970). "Retórica de la imagen" en: *Elementos de Semiología, Communications* n°4. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

CORONADO E HIJÓN, Diego. (2000). "Palabra e imagen. Una aproximación al supersigno del cartel" en: *Questiones publicitarias. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*, n° 8, 2000, p. 88-94. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3718516> Consultado el 20/03/2015.

DI CHIARA, Roberto. s/d. *Nobleza gaucha. El rescate del afiche cinematográfico argentino*.

Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/239363202/Di-Chiara-Roberto-Nobleza-Gaucha-El-Rescate-Del-Afiche-Cinematografico-Argentino> .Consultado el 20/04/2015.

DYER, Richard. (2001). *Las estrellas cinematográficas. Historia, ideología, estética*. Barcelona: Paidós.

ELENA, Alberto. (s/d). *Catálogo de películas latinoamericanas estrenadas en España*. Disponible en: <http://www.ricila.com/> .Consultado el 30/06/2015.

ESPAÑA, Claudio. (1993). *Luis César Amadori*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

----- (Dir.). (2000). *Cine argentino, industria y clasicismo. 1933-1956. Vol I*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

----- .(2006). *La búsqueda de la nostalgia. Afiches cinematográficos argentinos (1934-1964)*. Buenos Aires: Pontificia Universidad Católica Argentina.

ESPAÑA, Claudio, y Miguel Ángel Rosado. (1984). *Medio siglo de cine. Argentina Sono Film*. Buenos Aires: Abril.

FABBRO, Gabriela. (2006). *Mirtha Legrand, del cine a la televisión. La perdurabilidad de un clásico*. Buenos Aires: Universidad Austral.

GÓMEZ PÉREZ, Francisco Javier. (2002). "La tipografía en el cartel cinematográfico" en: *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, año I, vol. I, pp. 203-216. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2161836> .Consultado el 10/12/2014.

GUNNING, Tom. (1994). "La estrella y el telescopio. Mr. Griffith, Florence Lawrence, Mary Pickford y la aparición de la estrella. 1908-1912" en: *Archivos de la Filmoteca*, n°18, Valencia, octubre 1994, pp. 43-65.

KRIGER, Clara. (2014). "Estudios sobre cine clásico en Argentina: de la perspectiva nacional a la comparada" en: *AdVersuS*, XI, 26, junio 2014, pp. 133-150. Disponible en: <http://www.adversus.org/indice/nro-26/AdVersuS-online26.pdf> Consultado el 20/08/2014.

----- (2009). *Cine y peronismo. El Estado en escena*. Buenos Aires: Siglo XXI.

LÓPEZ, Mabel Amanda. (2008). "Retórica cromática en carteles de cine" en: *Color: arquitectura, diseño, artes y cultura. Actas del Congreso ARGENCOLOR 2006*, pp. 107-116. Buenos Aires: G.A.C.

LUSNICH, Ana Laura. (1999). "El star-system. Transformación y permanencia de un fenómeno con historia" en: *Imagen de la cultura y el arte latinoamericano. Boletín del Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano*, Año 1, N° 1, pp. 113-117. Buenos Aires: Secretaría de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

----- (2007). *El drama social-folclórico*. Buenos Aires: Biblos.

MANETTI, Ricardo y Lucía Rodríguez Riva (comps.). (2014). *30-50-70. Conformación, crisis y renovación del cine industrial argentino y latinoamericano*. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras – Universidad de Buenos Aires.

MANETTI, Ricardo. (2014). "Aprender y consumir, legitimación de un modelo estelar" en: Manetti, Ricardo y Lucía Rodríguez Riva (comps.). *30-50-70. Conformación, crisis y renovación del cine industrial argentino y latinoamericano*. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras – Universidad de Buenos Aires, pp. 21-47.

----- (2000). "Argentina Sono Film. Más estrellas que en el cielo" en: España, Claudio (comp.). *Cine argentino, industria y clasicismo. 1933-1956. Vol I*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

MONSIVÁIS, Carlos. (1999). "Las facciones formativas" en: *Rostros del cine mexicano*. Milán: Américo Arte Editores, pp. 9-13.

PARANAGUÁ, Paulo Antonio. (2003). *Tradición y modernidad en el cine de América Latina*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

PERALES BAZO, Francisco. (1985). "Cine y publicidad: el afiche cinematográfico" en: Rey, Juan (ed.). *Algunas consideraciones sobre la comunicación empresarial e institucional*. Sevilla: MAECEI, pp. 89-97.

POSADAS, Abel. (2009). "Zully Moreno" en *Damas para la hoguera*. Buenos Aires: Fondo Editorial ENERC-INCAA, pp. 1-34.

RUSSO, Eduardo. (2008). *El cine clásico. Itinerarios, variaciones y replanteos de una idea*. Buenos Aires: Manantial.

■ Soledad Pardo

SANCHEZ BIOSCA, Vicente, y Vicente Benet. (1994). "Las estrellas: un mito en la era de la razón", en: *Las estrellas. Vejez de un mito en la era técnica. Archivos de la filmoteca*, Octubre 1994, pp. 5-10. Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.

TRANCHE, Rafael. (1994). "El cartel de cine en el engranaje del star-system" en: *Las estrellas. Vejez de un mito en la era técnica. Archivos de la filmoteca*, Octubre 1994, pp. 135-143. Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.

WALKER, Alexander. (1970). *El estrellato. El fenómeno de Hollywood*. Barcelona: Anagrama.