

## ENTRE LOS REYES MAGOS Y PAPÁ NOEL. NOTAS SOBRE LAS TRANSFORMACIONES CULTURALES DE LA CLASE MEDIA ARGENTINA DE MEDIADOS DEL SIGLO XX A TRAVÉS DE LAS FORMAS DE CELEBRAR LA NAVIDAD

Por Natalia Gisele Arce \*

Navidad es quizás una de las fechas más atípicas del calendario occidental ya que, desde mediados de diciembre hasta los primeros días de enero, la rutina es suplantada por otros usos del tiempo y el espacio incluso entre aquellos que no practican la fe cristiana de manera asidua. Esto es evidente en la profusa simbología que inunda gran parte de los hogares y negocios, la cual actúa de recordatorio de que esta época del año ha llegado y de que muchas familias habrán de reunirse (a veces no muy a gusto) para la cena de Nochebuena. Sin embargo, esta forma de celebrar la Navidad, con su decoración y menús más propios del invierno boreal que de la pampa húmeda, es más reciente de lo que podría suponerse en nuestro país. A partir de la segunda mitad del siglo pasado ha tenido lugar una peculiar transformación en los modos de representar y experimentar esta fecha, relacionados más con la divulgación de nuevos hábitos de sociabilidad y consumo entre la clase media porteña que con la “mundanización” y “paganización” de la que tanto se quejó la Iglesia católica en reiteradas oportunidades a lo largo de ese período.

En las páginas que siguen haremos un breve recorrido por estos cambios, tratando de pensar la relación que hay entre estos y el particular proceso de secularización que tuvo lugar en nuestro país. Dentro de algunos sectores del catolicismo las transformaciones en las expresiones de religiosidad generaron un extrañamiento que en algunos casos devino en fuertes críticas a los modos en que los fieles celebraban la Navidad. Estas miradas eclesiales sobre el tema serán las cuatro dimensiones que estructuraran nuestro relato, ya que ellas ejemplifican muy bien el rápido cambio en las prácticas devocionales y en los hábitos de consumo que estaban teniendo lugar entre la clase media entre las décadas.

Ya desde los años cuarenta es posible detectar variadas quejas acerca del carácter “superficial” que la Navidad estaba adquiriendo entre los católicos. En 1943, por ejemplo, un misal advertía a sus lectores que el ir a fiestas en hoteles, confiterías o restaurantes luego de la tradicional Misa de Gallo era “profanar la noche más santa y más pura del año y privar al hogar cristiano de una de sus más rancias y sagradas tradiciones!”. Varias fueran las medidas eclesiales tendientes para restituir el “verdadero” sentido de esta fiesta, siendo una de ellas la “Campaña de Navidad” de la Acción Católica, la cual se proponía todos los años aumentar el celo festivo a través de la realización de pesebres parroquiales y espectáculos de villancicos, así también como de concursos de vidrieras temáticas y colectas de juguetes. Esta misma organización también instaría a los socios de las diferentes ramas a “re Cristianizar” las fiestas entre 1950 y principios de los sesenta: los hombres serían interpelados en su calidad de padres de familia, compañeros de trabajo o patrones; mientras que a las mujeres, se les eran recomendaban actividades acordes a su rol de reina del hogar al ofrecerles recetas y listas de regalos. Claro está, en ambas formas de intervención es evidente la identificación del laico militante con el modelo de clase media imperante en la época, de cierto nivel adquisitivo y con una notoria división de las funciones domésticas según el género.

Sin embargo, estas admoniciones parecían ir a contramano de lo que ocurría en la vida cotidiana. La asistencia a la Misa de Gallo experimentará a lo largo del período que nos interesa una progresiva reducción en su número de asistentes: en 1966 un sacerdote atribuía su notable descenso al hecho de que “ciertas dispensas postconciliares atenúan la obligación de los fieles de ir al templo<sup>2</sup>”. Las cenas de Nochebuena, en tanto, distaban de ser los momentos de recogimiento y reflexión deseados por mu-

chos: por ejemplo, Para Ti recuerda a principios de los cincuenta que estas, a diferencia de Año Nuevo, son reuniones íntimas y no fiestas populosas. Sin embargo, a partir de 1960 el tradicional número de Navidad de esta revista dejaría atrás estas admoniciones para abrazar abiertamente el evento navideño, ya que se reducirán las notas religiosas para incluirse amplias secciones de decoración, regalos y cocina. De este modo, y con una estética y diagramación cada vez más modernas, se enseñará cómo hacer (o donde comprar) tarjetas de buenos deseos, regalos para toda la familia según la edad y el género y objetos para colgar en el árbol de Navidad, publicándose además recetas de la famosa ecónoma Petrona C. de Gandulfo. Una encuesta de Primera Plana muestra el ánimo poco piadoso con el que muchos decidían festejarla Navidad: mientras que un quinto de los 50 consultados señaló que su motivación era religiosa, otros alegaron el mantenimiento de la tradición familiar, en tanto que el resto señaló que su verdadera intención era divertirse y pasarla bien<sup>3</sup>. La revista planteaba además el “otro” rostro de la fiesta, aquel que según un psicoanalista consultado implicaba la reactualización de los conflictos familiares.



Artículo sobre la mesa navideña, Revista *Para Ti*, N° 2057, 12/12/1961

Otro de los puntos usuales de la crítica eclesial acerca de los modos en que los fieles festejaban era la presunta “paganización” de la fecha. Por un lado, se reprendía la implantación “artificial” del árbol de Navidad y Papá Noel, al ser prácticas de origen anglosajón que poco tenían en común con la tradición hispánica; por el otro, se señalaba el dudoso origen cristiano de ambas y la ausencia de referencias al nacimiento de Jesús. Los medios de comunicación de masas fueron actores importantes en la masificación de ambas tradiciones, evidenciándose el mayor peso de los Estados Unidos y su imaginario navideño boreal en la cultura popular argentina de los años cincuenta. Este se hacía presente no sólo en las películas o la literatura, sino que también en las representaciones gráficas publicadas en las revistas, siendo posible encontrar un progresivo aumento de imágenes que incluían al árbol y Papá Noel en los dibujos de buenos deseos o en las viñetas cómicas. Aún más, el deseo por tener un auténtico árbol de Navidad llevó a muchos a mediados de los sesenta a hurtar brotes de abeto y de plantas similares de las inmediaciones del Parque Pereyra Iraola, siendo los hallados en esa situación detenidos<sup>4</sup>.

Cabe destacar que tanto el arbolito como la figura de Papá Noel implicaban para la Iglesia una competencia simbólica para tradiciones previas como el pesebre, la figura del Niño Jesús o

los Reyes Magos. El crecimiento de la popularidad de Para Noel, por ejemplo, era un motivo de alarma principalmente porque permitía que se divulgaran en los corazones infantiles ideas “herejes” e “imprudentes” cuya peligrosidad radicaba en que, una vez descubierta la mentira de su existencia por los niños, decantaría en la desconfianza de estos por cualquier cosa enseñada por sus padres, incluida la fe cristiana<sup>5</sup>. A su vez, la hegemonía de los protagonistas de la “Fiesta de los niños”, los Reyes Magos, comenzaría a declinar lentamente en los sesenta, ya que un medio de filiación católica como Para Ti comenzará a presentar a la Navidad como la fecha para hacer los regalos, situación que tendrá su correlato en el aumento de los actores disfrazados de Papá Noel en las grandes tiendas para que los niños puedan sacarse fotos y pedirle deseos.



Coca-Cola tuvo un papel importante en la popularización de la imagen de Papá Noel que hoy conocemos. Esta ilustración de Haddon Sunblom de 1931 fue la primera de muchas que el artista realizó para la marca siguiendo el mismo canon de representación, que finalmente se impuso sobre otras representaciones hasta desplazarlas.



Papá Noel en la revista *Para Ti*, N° 2006, 20/12/1960.

No obstante, cabe destacar que el árbol de Navidad y Santa Claus no fueron los únicos elementos “paganos” que le brindaron competencia al imaginario católico, ya que el peronismo ofreció una reinterpretación laica de la celebración navideña. No sólo el merchandising justicialista era promocionado como posibles regalos para las Fiestas, sino que la figura de Evita era presentada en las páginas de Mundo Peronista como una “Reina Maga” que ayudaba a los tres míticos personajes en la entrega de regalos<sup>6</sup>. La asociación entre Navidad y la “Nueva Argentina” también se trasladó a las donaciones de sidra y pan dulce que la Fundación Eva Perón realizaba en Nochebuena.

El tercer tópico frecuente en las diatribas eclesásticas era la “comercialización” de la Navidad, poniéndose las tintas en el gran mercado construido en torno a esta fecha. Más allá de estos miedos, el gran aumento de las ventas en esta época del año era un suceso innegable, reflejado incluso en la trama de la película *Navidad de los pobres* (1947). Allí la acción transcurre en una tienda donde Niní Marshall trabaja como empleada durante las frenéticas jornadas de fin de año, iniciándose el film con una desopilante escena de Niní intentando vender a un malcriado niño de clase media una variedad de productos que iban desde un mecano a una bicicleta, pasando por un trencito y un pesebre “con el Niño Jesús adentro”.



Papá Noel repartiendo regalo en la revista *Mundo Peronista*, Enero de 1953.



Alquiler de trajes de Papá Noel, 1962.





Durante los años peronistas, desde la propaganda gubernamental el festejo de la Navidad estuvo fuertemente asociado a sus aspectos materiales. Este número de la revista *Mundo Peronista* de Enero de 1953 rezaba en la nota sobre *Las navidades de Perón y Evita* que: **“La navidad “...” un aprobio para los pobres que pegaban sus ojos frente a las vidrieras inalcanzables “...” son ahora verdaderas navidades “...” cuando los argentinos han dejado de ansiar el bocado de pan dulce para saciar su hambre y el sorbo de sidra para saciar su sed”.**

Tal y como se refirió con la escena de la película *La Navidad de los Pobres* y en la fotografía que puede verse arriba a la derecha del afiche, los juguetes cobraron cada vez más importancia en los festejos, ya sea en torno a su comercialización o distribución gratuita. **Arriba a la derecha** puede verse también la presencia de otros elementos de consumo como el característico árbol de navidad y una mujer escuchando la radio, en referencia a los mensajes de nochebuena de Evita. No es tan ilógico que aparezca esta imagen en el año 1953 luego del fallecimiento de Evita y cuando ya no había discursos de nochebuena, pues el peronismo intentaba por todos los medios mantener su presencia viva: **“Cuando sus palabras llegaban ya los niños sonreían, porque, antes que su palabra, había llegado su bondad en las formas tangibles del regalo”.**

Que para el peronismo los aspectos materiales de los festejos de la navidad eran no menos importantes que su carácter religioso queda evidenciado también en la fotografía **abajo a la derecha**; allí se ha escenificado una navidad perfecta, en dónde la familia se reúne en torno a los regalos y dónde no hay pesebre ni árbol visibles, pero sí muchos juguetes en un ambiente ricamente decorado y que es poco probable que pertenezca a una de las familias obrera. Las “verdaderas navidades” eran desde esta óptica peronista aquellas en dónde todos podían disfrutar a determinados bienes de consumo asociados a la celebración, viéndose su carácter litúrgico un tanto relegado.

Sin embargo, será en los sesenta cuando crezca de manera notable el mercado construido en torno a la Navidad, ya que hasta ese momento muchos de los regalos a la venta eran de factura muy sencilla e incluso eran confeccionados de manera casera. El crecimiento del consumo, así como el cambio en los gustos, llevó a la aparición de recomendaciones sobre donde y a qué precio encontrar los mejores obsequios, distinguiendo Para Ti en las listas no solo por edad y género, sino también por el signo zodiacal del agasajado.

Mientras tanto, puede percibirse una sofisticación en el gusto tanto de los clientes como de los productos ofrecidos, como ocurrió en el caso de las tarjetas navideñas, que atravesaron una modernización y mejora en la calidad de las ilustraciones a partir del creciente rechazo de los compradores hacia los diseños “ingenuos” y “cursis”<sup>7</sup>. Primera Plana se encargará a través de varias notas publicadas de develar la “industria” de la Navidad,



tal como la llamará, razón por la cual destacaba las grandes ganancias generadas por las rotiserías, la venta de sidra o a las fábricas abocadas a la manufactura de los arreglos de vidrio para los árboles de Navidad<sup>8</sup>.

Sin embargo, eran los juguetes los que encabezan las listas de los ítems más vendidos, iniciándose en octubre un cronograma en el que “primero las comuniones y regalos de fin de curso, luego Navidad y Año Nuevo, y, finalmente, Reyes dejan las jugueterías devastadas.”<sup>9</sup> El crecimiento de esta industria durante la posguerra, tanto a nivel internacional como nacional, se tradujo en un aumento de la calidad en los diseños y materiales de los productos disponibles, lo cuales no obstante continuaron siendo según Primera Plana los mismos de antes: muñecas, autitos, revólveres, sumándose los vehículos manejados a control remoto, verdaderas vedettes en las tiendas porteñas durante la Navidad de 1962<sup>10</sup>.

Hemos recorrido en los apartados previos los distintos aspectos que la Iglesia católica, a través de sus distintos grupos y voceros, consideraba como desviaciones de las formas en que debía celebrarse la Navidad. Una nueva interpretación vería la luz con el Concilio Vaticano II, enmarcada en la corriente que hacia fines de los sesenta se autodenominaría como “liberadora” y que será vista por quienes se hallaban fuera de la Iglesia como “progresista” o “posconciliar”. Uno de los ítems que la distinguirá de las ideas previas a su aparición es que, si bien existía antes la noción de que la Navidad era un momento en el que había que compartir con los prójimos más desfavorecidos, aquí la elección de Jesús de nacer en el seno de una familia humilde se vuelve central.

Este nuevo discurso es visible en la nueva versión del boletín de Junta Central de la Acción Católica, *Palabra*, que ve la luz en 1967 con una estética totalmente renovada, llena de fotografías y con una diagramación muy parecida a la de los medios de comunicación masivos. Las críticas a la “paganización” y “mundanización” recurrentes en los años anteriores son puestas de lado: la presencia del arbolito, así como la de Papá Noel, son aceptadas como un hecho más de la realidad. Ahora el énfasis se coloca en la construcción de una nueva ética personal y social, que implicaba tanto la mejora de las relaciones intergeneracionales como la búsqueda de igualdad y paz política.

El obispo de la diócesis de Goya, Alberto Devoto, fue una de las figuras que mejor expresó esta perspectiva “evangélica” de la Navidad a través de sus pastorales. En 1969, por ejemplo, pide a su feligresía que vaya más allá de la fiesta “folclórica” y de la “abrumadora propaganda comercial” para buscar un “compromiso” con la “liberación del hombre”<sup>11</sup>. Esta postura, en la que también se enrollan los mensajes del obispo Eduardo Pironio, intentó además llamar la atención sobre la situación social a través de la realización de eventos como el acontecido en la Navidad de 1968: en una iniciativa que incluyó acciones a nivel nacional, el obispo de Goya decidió no brindar la Misa de Gallo, a la vez que 21 sacerdotes se manifestaron frente a la Casa Rosada para hacer visible su oposición al gobierno de Onganía. Otros religiosos y laicos, en tanto, realizaron ayunos en varios puntos del país como medida de apoyo a la propuesta<sup>12</sup>. Los problemas internos del campo católico, así como la radicalización del escenario político nacional impactó como era de esperarse en esta corriente discursiva, teniendo muchos de sus adherentes llamarse a silencio para poder resguardar sus vidas.

Los villancicos fueron también reinterpretados en la segunda mitad de los sesenta, ya que el nuevo enfoque a favor de los idiomas vernáculos y las culturas de cada región impulsado por el Concilio permitió su revival, del cual el disco La Misa Criolla de Ariel Ramírez es indudablemente el mejor ejemplo. Esta obra, grabada en 1964, contenía dos partes: en el lado A aparecía el trabajo homónimo, mientras que en el lado B, se podía escuchar la Misa Nuestra, con letra de Feliz Luna, y en la que en mismo estilo folclórico se narraba el nacimiento de Jesús<sup>13</sup>. Ambas obras tendrían un impresionante éxito de ventas, e impondrían de allí en más la moda de coros religiosos con reminiscencias folklóricas.

A lo largo de estas páginas hemos querido establecer los cambios y continuidades entre los años cincuenta y sesenta a través de las prácticas cotidianas de religiosidad creadas en tor-

no a la Navidad. El temor a la “descristianización” que se escondía tras las quejas y críticas de la Iglesia puede pensarse como una verdad a medias, ya que a pesar de los malos augurios de muchos sacerdotes, el ateísmo no cundió entre la población, ya que el catolicismo continuó actuando como una fuerte identidad social y cultural. No obstante ello, la religión tal como lo conocían sí desapareció: los cambios en la estructura familiar y urbana a lo largo del período hicieron que los antiguos “facilitadores” del culto (las madres y la comunidad barrial) perdieran su primer plano. Los nuevos usos del tiempo libre, la consolidación de una industria del entretenimiento y el aumento del consumo también guardaron una importante conexión con los cambios en las prácticas: el descenso en la asistencia a la

Misa de Gallo puede atribuirse entonces a la aparición de actividades recreativas más atractivas y compatibles con el nuevo ritmo de vida que a un aumento del ateísmo.

De este modo, quisiéramos proponer que la modernización en las costumbres no implicó un descenso en las creencias religiosas, sino que hubo en su lugar un cambio de sensibilidad en la relación con lo sobrenatural. La aceptación y reinterpretación de la cultura norteamericana en la vida cotidiana no hizo más que expresar la búsqueda de símbolos más afines a las transformaciones sociales que estaban teniendo lugar, y con los cuales las personas pudieran establecer vínculo más horizontales y menos solemnes. Las constantes críticas a la influencia yankee en la Navidad puede pensarse también como la punta del iceberg del nacionalismo anglobófobo de gran parte del catolicismo local, que consideraba a la tradición hispánica como la panacea.



*Palabra*, N° 15, diciembre de 1968

## NOTAS

1. Azcárate, Andrés, OSB, *Misal diario para América en latín y castellano*, Bs. As., Guadalupe, 1951 (1943).
2. “Navidad: la tradición que vino del frío”, *Primera Plana*, N° 208, 20/12/1966.
3. “Navidad: las grandes maniobras”, *Primera Plana*, N° 126, 06/04/1965.
4. “Informe especial. La industria de la Navidad”, *Primera Plana*, N° 312, 17/12/1962; “Navidad: la tradición que vino del frío”, *Primera Plana*, N° 208, 20/12/1966.
5. “¿Santa Claus o el Niño Jesús?”, Anhelos. *Boletín de la Asociación de Mujeres de la Acción Católica*, noviembre-diciembre de 1953. Véase también “No juguéis con Papá Noel”, Anhelos. *Boletín de la Asociación de Mujeres de la Acción Católica*, noviembre-diciembre de 1954.
6. “La Reina Maga”, *Mundo Peronista*, N° 12, 01/01/1952; “Negrita”, *Mundo Peronista*, N° 11, 15/12/1953.
7. “Estampas. Los fieles exigen mejor nivel estético”, *Primera Plana*, N° 8, 01/01/1963.
8. “Informe especial. La industria de la Navidad”, *Primera Plana*, N° 312, 17/12/1962; “El árbol de doce siglos”, *Primera Plana*, N° 111, 22/12/1964; “Navidad: la tradición que vino del frío”, *Primera Plana*, N° 208, 20/12/1966.
9. “Reyes. ¿Es Papá el Mago?”, *Primera Plana*, N° 165, 04/01/1966.
10. “Los mayores desplazan a los niños en la manía de nuevos juguetes”, *Primera Plana*, N° 8, 01/01/1963. Una nota similar, en el que se vuelven a plantear los juguetes más vendidos es “Lo que está detrás de los Reyes Magos”, *Primera Plana*, N° 60, 31/12/1963.
11. Devoto, Alberto, “La navidad es mucho más que la propaganda comercial”, *Cartas pastorales II*, Bs. As., Patria Grande, 2004.
12. “La Navidad rebelde”, *Primera Plana*, N° 314, 31/12/1968.
13. “Misa Criolla”, *Concordia*, N° 355-356, noviembre-diciembre de 1964.

**Licenciada en Historia, Universidad Nacional de Mar del Plata. Becaria doctoral (Postgrado tipo I) de Conicet.**