

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, L. (2009). *Estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación mediática en Colombia. Años 1962 a 1990*, Popayán, Colombia, Colección de Tesis doctorales RUDECOLOMBIA. Fondo Editorial Universidad del Cauca.
- COSTA, J. (2010). *El Dircom Hoy*, Barcelona, España, Costa Punto Com, Segunda Edición.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*, Madrid, España, Alianza editorial, primera edición.
- GUMUCIO, A., TUFTE, T. (2008), *Antología de la comunicación participativa para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*, La Paz, Bolivia, Consorcio de comunicación para el cambio social, Plural Editores.
- ISLAS, O. (2003). *Tecnocultura y comunicación, X cátedra Unesco de comunicación social, E-Formation en la ciencias de la comunicación*, Bogotá, Colombia, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- MARTÍN, I. (2007). “Retos de la comunicación corporativa en la sociedad del conocimiento: de la gestión de información a la creación de conocimiento organizacional”, en *Signo y Pensamiento*, vol. XXVI, núm. 52, julio-diciembre, pp. 52-67.
- MARTÍN, H., I. (2005). “Ciber Redacción Periodística: Nuevo lenguaje para un nuevo medio”, en revista *Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, No.92, diciembre, pp.24-29.
- MELLADO, C. (2010a) “La voz de la academia: reflexiones sobre periodismo y comunicación”, en *Signo y Pensamiento* Vol. XXIX, Número 56, enero-junio, pp. 274-287.
- MELLADO, C. (2010b) “Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica (1)”, en *Revista de Ciencias Sociales, RCS*, Vol. XVI, No.1, enero-marzo, pp.9-20. Disponible en <<http://www.scielo.org.ve/pdf/racs/v16n1/arto2.pdf>>, (Consultada 27-05-12).
- COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. (2012). Observatorio Laboral para la Educación Ministerio de Protección Social, Salario promedio, Disponible en <<http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/article-195067.html>>, (Consultada 24-01-2012).
- PEREIRA, J. (2005). “La comunicación: un campo de conocimiento en construcción”, en *Investigación y desarrollo*. Vo.13, Número 002, Universidad del Norte, pp. 412-441.
- PROBLEMAS SOCIALES. Nación. (2010, 8 de febrero) *Periodismo más pasión que negocio*, en revista *semana.com*. Disponible en <<http://www.semana.com/problemas-sociales/periodismo-pasion-negocio/134728-3.aspx>>, (Consultada 25-05-12).
- SALAZAR, M., SEPÚLVEDA, R. (2011). “Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social”, en *Signo y Pensamiento* No. 59, Vol. XXXI, julio-diciembre, pp. 194-209.
- TUFTE, T. (2011). “¿Dónde están los medios públicos en América Latina? Medios ciudadanos y transformación nacional en un contexto glocalizado”, en *Signo y Pensamiento*, vol. XXX, núm. 58, enero-junio, pp. 64-78.
- VALLE, M. (2005). “La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI”, en *Razón y Palabra*, No.32, México. Disponible <<http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n32/mvalle.html>> (Consultada 25-05-12).
- ZALBA, E., BUSTOS, J. (2001). “Problemas y desafíos de la formación académico-profesional ante la diversidad de los actuales escenarios de la comunicación social”, en revista *Diálogos de la Comunicación, FELAFACS* Número 62, pp. 35-41.

Los muchachos de antes no usaban gomina (Breve historia de un gel y de su marca registrada)

La moda o, como diría el filósofo posmoderno Gilles Lipovetsky, el “imperio de lo efímero” constituye uno de los aspectos más interesantes de la cultura hedonista contemporánea en relación con la revitalización del cuidado del yo y de la preocupación moral y estética por la realización personal. (Gustavo de Armas).

Antes de que el gel para el cabello fuera inventado, se utilizaba para mantener el cabello asentado en su lugar, sustancias como la vaselina, aceite de maíz y aceite de Macasar. En la década de los años 20, el gel para el cabello fue elaborado mezclando agua y aceite mineral, espesando luego la mezcla con un tipo de cera, como la cera de abejas.

En algunos sitios de Internet, sin señalar con precisión fuentes científicas, se afirma que una sustancia similar al gel ya era utilizada en tiempos históricos y por los antiguos egipcios.¹

En 1914, en una pequeña farmacia ubicada en pleno centro de Buenos Aires (Florida al 600), el estudiante de veterinaria José Antonio Brancato creó el primer fijador para el cabello, que llevaría el nombre *gomina* como marca registrada. Para ello, mezcló goma arábiga, tragacanto de Persia y diferentes esencias. Al poco tiempo la palabra “gomina” pasó a ser sinónimo de fijador. Un fijador que desplazó a los jabones y aceites utilizados para tal fin.

Roberto Vila de Prado

Político. Profesor Emérito UAGRM. Distinguido al mérito docente UPSA (1999; 2003; 2009)

María Renée Vila Gutiérrez

Diseñadora gráfica publicitaria

Apenas se fundó la carrera de medicina veterinaria (1904), en el Instituto Superior de Agronomía y Veterinaria, Brancato se matriculó como uno de los primeros alumnos de la carrera². Aunque no pudo recibirse, su creación le permitió obtener grandes utilidades. Pronto, la empresa diversificó sus productos llegando a fabricar 65 artículos diferentes. Tiempo después, a tres años de la muerte de su fundador, se incendió el laboratorio principal y sus sucesores decidieron cerrar la empresa.

En 1929, la empresa *Chemico Works* de Birmingham (Inglaterra), lanzó al mercado un gel con la marca *Brylcreem*. Una parte

¹ Véase [<http://gelstrong.blogspot.com/2007/11/historia-del-gel-fijador-para-cabello.html>] y [<http://gelstrong.blogspot.com/2007/11/historia-del-gel-fijador-para-cabello.html>].

² Al mismo tiempo, en calidad de bioquímico, fue uno de los tres ayudantes de la cátedra de Química.

del producto se frotaba con los dedos y el consumidor podía, entonces, arreglar su cabello. El gel se extendió por toda Europa y llegó a los EEUU, constituyéndose en un producto de moda. Se utilizaba un tipo de gel para cada género y, con los años, otras compañías comenzaron a vender productos similares.

El invento argentino fue introducido en París en 1925 por Carlos Arce un porteño elegante frecuentador de cabarets y restaurantes de lujo. Arce fue descrito por Enrique Cadícamo³ como un muchacho de veinticinco años, morocho y de excelente estatura.

Llevada por Arce y otros argentinos, la gomina se fue difundiendo en París hasta que otro argentino, González Roura, corresponsal de un diario porteño, se lanzó a comercializarla en la Ciudad Luz. En varios países se puso de moda la expresión “peinado a la gomina”. En el argot francés la palabra *gominé* era sinónimo de dandy.

La Gomina Brancato tenía la apariencia de una gelatina pastosa de color rojizo. El consumidor debía ponerse un poco en las manos y luego desparramarla en el pelo húmedo antes de peinarse. Se formaba, entonces, una suerte de casquete en el cabello. Para quitarla, había que friccionar el pelo con las manos y se desprendía un polvillo, un tipo de caspa artificial que afeaba las hombreras de la ropa oscura.

En la década de los años 20, Brancato era tan famosa que, con el tiempo, surgieron productos similares tratando de imitarla:

- El fijador Palmolive producido bajo licencia de la firma Colgate-Palmolive Company.
- Los fijadores de color rosado, Fixina y Malvik, que se vendían en polvo y debían ser mezclados con agua.
- Las brillantinas perfumadas, como Glostora, Atkinsons, Lord Cheseline.

³ Cadícamo fue un poeta y escritor argentino, autor de la letra de numerosos tangos. Usó, además de su nombre, los seudónimos Rosendo Luna y Yino Luzzi.

El fijador Palmolive era de color verde y muy publicitado con los otros productos de la misma línea. En la transmisión radial de los partidos de fútbol, cuando el relator anunciaba un afortunado golpe de cabeza al balón, el locutor comercial intervenía diciendo “Bien peinado todo el día con fijador Palmolive”, asegurándose previamente que el cabeceador no fuera un jugador calvo.

En la década de los cuarenta, en Buenos Aires, los alumnos asistían a clase peinados por sus madres, con el cabello engominado y el famoso jopo. Tanto por ahorro como por gusto, a los niños les gustaba comprar la goma de tragacanto en las farmacias y mezclarlas con agua. Al tomar nota de este comportamiento, los laboratorios lanzaron al mercado los fijadores en polvo rosados y perfumados. Fixina, que en un principio se vendía en un envase de forma cilíndrica, comenzó a utilizar un pequeño sobre con polvo, y luego fue seguida por Malvik cuyo lanzamiento estuvo apoyado por una campaña publicitaria más intensa.

Glostora era un líquido aceitoso muy usado en los países latinoamericanos que daba brillo y contribuía a mantener asentado el cabello. La brillantina Atkinsons pertenecía a una afamada línea de cosméticos que incluía perfumes (Colonia Coral, Lavanda inglesa, Royal Briar).

Los canales más utilizados por la publicidad eran la radiofonía y los medios gráficos. Las firmas auspiciaban programas radiales que llevaban su nombre como Radioteatro Atkinsons, el Glostora Tango Club, Teatro Palmolive del Aire, etc.

La palabra “gomina” comenzó a usarse como sinónimo de fijador y, como tal, se encuentra hoy en los diccionarios de la lengua española. Para hacer valer el derecho de marca, el fabricante agregaba en todos los mensajes publicitarios, y en la etiqueta de frasco, la frase “Único fabricante Brancato”.

El producto tuvo mucho éxito y esto se refleja en las letras del tango *Tiempos Viejos*⁴:

⁴ *Tiempos Viejos* (tango). Letra de Manuel Romero y Música

“Te acordás hermano qué tiempos aquellos...
Eran otros hombres, más hombres los nuestros.
No se conocían coca ni morfina;
los muchachos de antes no usaban gomina”

En otro tango⁵ de la época se decía:

“Niño bien pretencioso y engrupido,
que tenés berretín de figurar
[...] Vos te creés que porque hablas de ti,
fumás tabaco inglés,
paseás por Sarandí,
y te cortás las patillas a lo Rodolfo
sos un fifí.
Porque usás la corbata carmín
y allá en el Chantecler
la vas de bailarín,
y te mandás la biaba de gomina,
te creés que sos un rana
y sos un pobre gil”!

Cabe señalar, que los mensajes publicitarios no tenían como *target* precisamente a los metrosexuales, como hoy, sino que resaltaban la dureza de lo masculino. En los tangos precitados, el uso de gomina alude a un refinamiento no muy varonil. Actualmente, encontramos también el término gomina en la música contemporánea⁶.

En 1936, se filmó la película *Los muchachos de antes no usaban gomina*. La misma que tuvo una *remake* en 1969. Ambas versiones tuvieron un éxito considerable. Se trata de un romance entre un joven de familia adinerada y la bailarina de un lugar de diversión. Siguiendo el consejo de su padre, el muchacho abandona a la bailarina para casarse con una chica de la alta sociedad. Ya en las puertas de la vejez, ya casado y aburrido, rememora con tristeza los tiempos viejos (Véase fichas técnicas en Anexos I y II).

En 1977 se filmó una película que lleva por

de Francisco Canaro (1926).

⁵ *Niño bien* (tango, 1928). Música: Juan Antonio Collazo. Letra: Víctor Soliño y Roberto Fontana.

⁶ “Todos queremos cantar/lo que la mente decida/ tango, milonga, candombe/ o un rock and roll con gomina”. *Rock and roll con gomina*. Los piojos.

nombre *Grease* (grasa) en los Estados Unidos, denominándose *Vaselina* en Latinoamérica y *Brillantina* en Europa. Es una comedia musical que refleja los últimos años de la década de los años cincuenta, y que está interpretada por John Travolta y Olivia Newton-John.

En la década de los sesenta se fue imponiendo el corte a la navaja, una especie de “escultura de la cabeza” y las melenas⁷, el peinado tipo *Beatles* y el pelo “flojo”. El uso moderado del fijador quedó relegado a las personas de mayor edad.

En la actualidad, la moda juvenil ha impuesto los cabellos erizados y ha vuelto al uso del gel. En las fórmulas caseras se disuelven las resinas en alcohol, generalmente estas últimas son sustituidas por resinas de tipo silicona, aunque por deficiencias del tratamiento o falta de ingredientes el consumidor puede sufrir irritaciones en la piel, descamación o caída del cabello [<http://www.dscuento.com.mx/gel-para-cabello/>]. Las marcas comerciales que se han mantenido en el mercado son Palmolive, X-treme, y algunas con nombres tan originales como *Moco de Gorila*. Éstas y otras marcas pueden encontrarse en las grandes tiendas como Liverpool, El Palacio de Hierro, Wal-Mart y Sears, así como en farmacias y perfumerías.

BIBLIOGRAFIA

- ALPOSTA, L. (2011) “Mosaicos porteños. Acerca de la gomina”. En *Noticia Buena* N° 75. Buenos Aires.
- ARMAS, G. DE (s/f) “Modas y publicidad. Los juegos de Narciso”. Serie *Comunicación* 6. [Consulta: 11-08-12]
- DESDE BOEDO (2012) “Te acordás hermano... Hoy: La Gomina”. En *Información de Boedo* (periódico digital)
- WISE, L. (s/f) “La historia del gel para el cabello” [http://www.ehow.com/about_4700499_history-hair-gel.html#ixzz23DU5mPdx]. [Consulta: 11-08-12]

⁷ En 1970 se estrenó la película argentina *El extraño del pelo largo* (libro y dirección de Julio Porter), basada en la canción del mismo nombre.

Escenas de las dos versiones de la película
 “Los muchachos de antes no usaban gomina”



Actores: Santiago De Arieta y Florencio Parravicini (1937)

ANEXO I:
LOS MUCHACHOS DE ANTES NO USABAN GOMINA

FICHA TÉCNICA
 Dirección: Manuel Romero
 Guión: Manuel Romero y Mario Bernard
 (Basada en la obra homónima de Manuel Romero).
 Música: Alberto Soifer
 Montaje: Francisco Mugica
 Escenografía: Ricardo J. Conord
 Protagonistas: Florencio Parravicini
 Mecha Ortiz
 Santiago De Arrieta
 Irma Córdoba

DATOS Y CIFRAS
 País: Argentina
 Año: 1937
 Género: Comedia
 Duración: 90 minutos
 Idioma: Español
 Productora: Lumiton

Historia en imágenes del fijador para el cabello



Actores: Osvaldo Miranda y Rodolfo Beban (Remake 1969)

ANEXO II:
LOS MUCHACHOS DE ANTES NO USABAN GOMINA (1969)

FICHA TÉCNICA
 Dirección: Enrique Carreras
 Guión: Norberto Aroldi (Basado en la obra homónima de Manuel Romero).
 Música: Tito Ribero
 Fotografía: Antonio Merayo
 Montaje: Jorge Gárate
 Escenografía: Gori Muñoz
 Protagonistas: Rodolfo Bebán
 Susana Campos
 Osvaldo Miranda

DATOS Y CIFRAS
 País: Argentina
 Año: 1969
 Género: Comedia
 Duración: 115 min.
 Idioma: Español

COMPAÑIAS
 Productora: Argentina Sono Film