



LO POPULAR EN “EL NUEVO CINE” ARGENTINO

Una mirada desde el consumo

GONZALO ASSUSA



LO POPULAR EN EL
“NUEVO CINE ARGENTINO”.
Una mirada desde el consumo

Gonzalo Assusa



COLECCIÓN
PRIMEROS PASOS

Assusa, Gonzalo

Lo popular en el nuevo cine argentino : una mirada desde el consumo - 1a ed. -
Villa María: Eduvim, 2012.

316 p.; 135 x 199 mm. - (Primeros pasos)

ISBN 978-987-1330-89- 8

1. Sociología de la Cultura. 2. Cine. I. Título

CDD 306

© 2017. Editorial Universitaria Villa María
Chile 253 – (5900) Villa María,
Córdoba, Argentina
Tel.: +54 (353) 4539145
www.eduvim.com

© 2017. Gonzalo Assusa

Editor: Jesica Mariotta

Diseño de tapa y maquetación: Silvina Gribaudo



**Obra bajo Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional
CC BY-NC-ND**

Esta licencia permite a Ud. sólo descargar la obra y compartirlas con otros usuarios siempre y cuando se indique el crédito de autor y editorial. No puede ser cambiada de forma alguna ni utilizarse con fines comerciales.

La responsabilidad por las opiniones expresadas en los libros, artículos, estudios y otras colaboraciones publicadas por EDUVIM incumbe exclusivamente a los autores firmantes y su publicación no necesariamente refleja los puntos de vista ni del Director Editorial, ni del Consejo Editor u otra autoridad de la UNVM.

ÍNDICE

Agradecimientos	11
Prólogo	15
Capítulo 1	19
Introducción	19
1.1. Planteo general del problema y los objetivos	21
1.2. Descripción general del libro	27
Capítulo 2	
Marco de referencia conceptual	31
2.1. Elementos para una Sociología del consumo	33
2.2. Elementos para una Sociología del cine	61
2.2.2. El lugar de las “estructuras subjetivas” en la Sociología del Cine	65
Capítulo 3	
estrategia metodológica	
3.1. Teoría	97
3.2. Análisis fílmico	98
3.3. Encuesta	100
3.4. Entrevistas en profundidad	105
3.5. Criterios y formas de análisis	108

Capítulo 4

Crisis, emergencia y nominación: breve historia del “nuevo cine argentino”

4.1. Cuando lo viejo no termina de morir y lo nuevo no termina de nacer	114
4.2. El “nuevo cine argentino”, de nuevo	118
4.3. La creación de la novedad: el discurso de la crítica	122
4.4. Autonomía y racionalización: ¿Existe un “campo” cinematográfico argentino?	127
4.5. Autonomización / Mercantilización: cruces en el campo del audiovisual	129

Capítulo 5

Los caminos hacia el Pueblo. Recorridos teóricos en torno a “lo popular”

5.1. Acallar para hacer hablar	135
5.2. Lo popular desde el marxismo	137
5.3. Sociología y antropología de lo popular	140
5.4. La hipótesis de la ambivalencia	143
5.5. Lo popular y la elaboración simbólica	146
5.6. La doble clave de lectura de lo popular	151

Capítulo 6

El Pueblo imaginado. El sentido de lo popular en los filmes

6.1. Planteo del análisis	159
6.2. Lo popular en el corpus fílmico	166
6.3. Lógicas de construcción de sentido sobre la imagen de lo popular	184

Capítulo 7

El consumo de filmes: aspectos estructurales

7.1. El espacio del consumo	191
7.2. Públicos, consumos y prácticas	201
7.3. Resumen general del análisis	224

Capítulo 8	
Estructuras de percepción sobre lo popular:	
La construcción de sentido en el consumo de filmes	227
8.1. Marco global de comprensión de las prácticas de apropiación	230
8.2. Ejes de apropiación general	242
8.3. Ejes de apropiación de lo popular	249
8.4. Resumen sobre la apropiación de los filmes de Caetano y Trapero	259
Capítulo 9	
Conclusiones Generales	263
9.1. Reflexiones sobre los interrogantes de investigación	265
9.2. Algunas respuestas a nuestros interrogantes	266
Capítulo 10	
Bibliografía y Fuentes	279
ANEXO 1	
Ficha Técnica del Corpus Fílmico	293
1.1. Ficha técnica resumida de filmes de Caetano-Trapero seleccionados para el análisis semiótico	295
1.2. Ficha técnica resumida de filmes de Caetano-Trapero mencionados en las encuestas (sin análisis semiótico)	299
ANEXO 2	
tablas	301

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, toda y grande, por ser el principal sostén para llegar hasta acá. Cada uno a su manera me dio todo. Por apoyarme siempre y por permitirme hacer una carrera disfrutándola en todas sus formas posibles. Todas las libertades que tengo y tuve son por privaciones y sacrificios que ellos hicieron por mí. Eso se los debo toda la vida. Los amo.

A Mariel, porque no sé cómo haría si no la tuviera permanentemente bajándome a tierra y haciéndome volar. Por todo el aguante, el amor y la risa que me regala y me despierta. Por ser mi compañera de vida.

A Marcela, por el respeto y la generosidad con la que me enseñó, por la seriedad obsesiva, la humildad excesiva, la paciencia! y el cariño. Por recordar la razón que la llevó a elegir el singularísimo oficio de la docencia. A Fabiana y Paula, sin las cuales no habría llegado a tener directora.

A mis hermanos Álvaro, Andrés y Sapo, por el camino que estamos haciendo. Por las charlas inacabables, las lecturas compartidas, las críticas, opiniones y asados. Los quiero tanto como admiro. Gracias a ellos, nunca me sentí solo entre tanto vacío institucional, tantas mudanzas y tanta incertidumbre. No sabría decir qué es la universidad o la sociología sin ellos. A Esteban, Jota, Luli, Cande y todos los que fuimos a Pilar y sobrevivimos. A Angel, Agus, Piero y Nati, los "viejos" compañeros generosos, humildes y desinteresados que sirvieron desde siempre como referentes. A los amigos de la extensión, que le ponen el pecho, la espalda, las manos y la cabeza todos los días para sostener un espacio que, a pesar de todo, vale la pena.

A Rodolfo, Sergio, Mari, y toda la gente laboradora, divertida y generosa que tiene este lugar.

A mis profes de la secundaria, Dante, Susana, Nancy, Marisa, Griselda y tantos otros que me enseñaron el amor por el oficio. A mis amigos del centro, que me regalaron mis primeras armas políticas.

A Gabi, que en el último tiempo me cuidó, enseñó y ayudó un montón. A la familia Cabrera-Duran, “mía” por adopción, abundantes en trabajo y en cariño.

A Vani, que me tuvo mucha paciencia y me ayudó con la “Forma” de la tesis, y que estuvo ahí, hoy como siempre.

A Marina Moguillansky, que muy amablemente leyó y comentó uno de los capítulos.

A Mirta y Magalí, por hacer magia con los maleficios burocráticos, y porque efectivamente, sin su ayuda, no habría llegado hoy a cumplir con lo que me propuse.

A todos los que prestaron su tiempo y su palabra para que este trabajo saliera de la mejor manera posible.

PRÓLOGO

El presente libro es resultado de una investigación para el trabajo final de grado de la Licenciatura en Sociología de la Universidad Nacional de Villa María, realizada durante el año 2010. El tiempo transcurrido entre su escritura y su publicación hace que el texto no dé cuenta de muchas investigaciones actuales relevantes que se produjeron durante estos años. El campo cinematográfico y el grado de desarrollo tecnológico que toma como objeto han mutado tanto o más que el estado del arte sobre la cuestión, y lo que aquí se nombra como "nuevo" ha dejado de serlo hace tiempo.

Siempre que se considere a la sociología como un oficio, el texto sigue teniendo validez en tanto tal: como ejercicio de sociología. Todo el proceso de investigación, la aplicación de encuestas, la realización de entrevistas y el análisis documental está atravesado por el carácter de aprendizaje que conlleva la realización de toda tesis (en este caso, de grado) y, en un sentido más amplio, por la dinámica de aprendizaje que implica siempre el ejercicio de la investigación o la investigación como ejercicio.

El texto publicado pretende mantenerse fiel a ese carácter inacabado, reflexivo y aprendido en el proceso del oficio sociológico.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

[...] las imágenes son residuos oxidados, fijados por la luz y elementos químicos de organismos vivos. Ninguna expresión plástica puede alguna vez ser más que un residuo de la experiencia [...] El reconocimiento de una imagen que ha eternizado una experiencia trágicamente llama al acontecimiento más o menos claramente como las imperturbables cenizas de un objeto consumido por el fuego.

Man Ray, 1934.

El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación entre personas, mediatizada a través de imágenes.

Guy Debord, La Sociedad del Espectáculo

La «cultura popular» supone una operación que no se confiesa. Ha sido necesario censurarla para poder estudiarla. Desde entonces, se ha convertido en un objeto de interés porque su peligro ha sido eliminado.

Michel De Certeau, La cultura en plural

1.1. Planteo general del problema y los objetivos

Durante las últimas tres décadas la estructura social argentina se transformó radicalmente, y con ella, las prácticas sociales, sus sentidos y representaciones. Mutaron los modelos de dominación y la distribución del poder social. Las clases sociales, en permanente reacomodamiento estructural, reconstituyeron sus identidades de acuerdo a los nuevos tiempos¹. Esto implicó no sólo distintas maneras de autorepresentarse y de construirse colectivamente a partir de condiciones, situaciones e imaginarios

¹ SVAMPA, M., *La Sociedad Excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*, Buenos Aires, Taurus, 2005, pág. 97.

comunes, sino también nuevas formas de vincularse, re-ligarse, relacionarse entre clases y de regular dichas interacciones.

El cine, una práctica cultural fuertemente anclada en la constitución de una cultura de masas en el país, del acceso al entretenimiento y a la apropiación del espacio público por parte de las clases populares, también mutó al son de los vientos de cambio. Ni el “espacio público”, ni las “clases populares”, ni sus prácticas culturales fueron las mismas luego de la ola neoliberal, del aumento exponencial de la desigualdad social y de la denominada ruptura del lazo social.

Desde el comienzo del siglo xx en nuestro país, el cine y el mundo popular estuvieron ligados: por un lado, con la formación de un extenso circuito de exhibición y un público masivo y diversificado²; pero por otro, por la incorporación del pueblo no sólo como parte del entramado de signos que conforman la construcción misma de los textos, sino también como “receptores ideales”. Los personajes populares ejercieron un efecto bisagra entre los textos fílmicos y la estructura del sentir del público cinematográfico nacional.³

Gran parte de la bibliografía coincide en que el cine no sólo sufrió una fuerte contracción de su público (asistente a salas) durante la crisis social de los años noventa⁴, sino que además en varias de sus dimensiones se reorientó hacia nuevos públicos, o mejor, hacia un público conformado por nuevos sectores sociales⁵. Este proceso de concentración socioeconómica y territorial que se manifiesta más visiblemente en la reconfiguración de la estructura de exhibición cinematográfica, expresa, tal como

² WORTMAN, A., “Identidades y consumos culturales”, WORTMAN, A. (coord.), *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*, Buenos Aires, La Crujía, 2003, pág. 115.

³ KRIEGER, C., *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009, pág. 99.

⁴ CAMPERO, A., *Nuevo Cine Argentino. De Rapado a Historias Extraordinarias*, Buenos Aires, UNGS-Biblioteca Nacional, 2009, pág. 30.

⁵ GETINO, O., *Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Colihue, 1994; WORTMAN, *Op. cit.*; TORTEROLA, E., “El nuevo cine argentino en la encrucijada actual. Desequilibrios y desafíos en la industria cinematográfica nacional”, AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, ciccus, 2009.

lo plantea Getino, dos dimensiones de esta expulsión del pueblo respecto del mundo cinematográfico:

Si los sectores populares debieron abandonar las salas, también lo hicieron de las propias pantallas cinematográficas — desaparecieron en ellas muchos aspectos de su cultura que serían recogidos rápidamente por la televisión—, ya que el diseño de la mayor parte de las películas producidas debió atender, obligadamente, las características del nuevo público, así como sus pautas de consumo de bienes culturales⁶.

En este sentido, la emergencia del denominado nuevo cine argentino en el segundo lustro de los años noventa constituye un hecho a la vez relevante, novedoso y problemático. Los estudios señalan —al respecto de esta formación emergente de la crisis estructural y de la crisis del campo cinematográfico nacional— al núcleo consumo/representación de sectores sociales como una potente zona de indagación para develar las múltiples tramas del audiovisual contemporáneo, sus producciones simbólicas y la manera de relacionarse y representarse de las clases sociales.

A esto deberíamos⁷ agregar que, en la formación social contemporánea, la dimensión de lo cultural y lo visual ocupan un lugar central. Siguiendo a Fredric Jameson, planteamos que, en el modo de producción actual, la producción cultural “encuentra un lugar funcional específico” y su sintomatología expresa las características estructurales de la Totalidad⁸. Pero además, tal como lo plantea Gonzalo Aguilar⁹, el cine participa de un proceso global, en una época en la cual la imagen se ha convertido en clave de comprensión de la economía, la política y la cultura, es decir, en una época en la que las relaciones de poder se

⁶ GETINO, O., *Op. cit.*, pág. 265.

⁷ Para la escritura del texto se sostuvo la primera persona del plural como una forma de reflejar el proceso de decisión conjunta entre investigador y directora en todo lo que implica el proceso de investigación para esta tesis de grado en sociología.

⁸ JAMESON, F., *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Buenos Aires, Manantial, 2002, pág. 68.

⁹ AGUILAR, G., *Otros mundos. Un ensayo sobre el nuevo cine argentino*, Buenos Aires, Santiago Arcos Editor, 2006.

ponen en juego de manera fundamental en el campo visual de la vida cotidiana.

Ya en los años sesenta, Guy Debord¹⁰ sostenía que en la era del espectáculo, las personas tramaban sus relaciones mediadas por imágenes. De esta forma, entendemos que en la sociedad contemporánea –fragmentada socio-espacialmente y articulada a partir de una estructura de clases– las relaciones entre clases se ven mediadas y mediatizadas a través de imágenes. Imágenes producidas e imágenes consumidas, entre las cuales se encuentra la producción audiovisual cinematográfica.

El presente estudio construye su objeto a partir de las realizaciones que se enmarcan en el nuevo cine argentino. Entre éstas, se centra en las correspondientes a dos directores en particular: Adrián Caetano y Pablo Trapero. Esta construcción se comprende desde una clave sociológica de lectura de las imágenes y desde el núcleo temático y problemático. A partir de esto, Gustavo Aprea sostiene que:

Pese a la denuncia de una situación de injusticia social flagrante, estas realizaciones sostienen visiones de la marginación social que se basan en una perspectiva de la crisis más ligada a los valores de la clase media urbana que a una posible reconstrucción del punto de vista de los protagonistas, ya que recortan una mirada preocupada y bienintencionada compartida con un público que se siente alejado de estos problemas.¹¹

Al señalamiento de aquello que sedimenta en la pantalla como reflejo de valores de determinados sectores, Moguillansky y Re agregan la distribución de los consumos de dichas producciones simbólicas, también, hacia los sectores medios:

A partir de la década de los noventa, el campo cultural comienza a ser crecientemente hegemonizado por ciertos estratos de las clases medias; se trata de sectores que poseen “bases en la educación media y alta, en las finanzas, en la publicidad, el comercio y los intercambios internacionales”

¹⁰ DEBORD, G., *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires, La Marca, 2008.

¹¹ APREA, G., *Cine y políticas en Argentina. Continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia*, Buenos Aires, UNGS-Biblioteca Nacional, 2008, pág. 62.

[...]. Estas capas medias se convierten así en las principales consumidoras de una profusa (in)formación que empieza a ser provista por una variada y cada vez más diversificada cantidad de instituciones educativas y medios de comunicación. Dentro de la renovada oferta de consumos culturales, el cine se consolida en una posición estratégica, especialmente atractiva para los sectores medios altos¹².

En este sentido, nuestro interés por el nuevo cine argentino se orienta hacia una encrucijada: el choque de la reemergencia en la pantalla de los sectores populares, de sus modos de vida y su producción simbólica en los textos fílmicos, por una parte, y la estructuración de su consumo orientada a las fracciones intelectuales de las clases medias; la representación de las nuevas formas asumidas por lo popular en el mundo contemporáneo y su disposición para una mirada de un "otro de clase", para sus códigos, patrones y categorías. Caetano y Trapero intentan representar esta nueva configuración del mundo del margen, "[...] pero el modo en que se presentan esos mundos ajenos permite que esa alteridad social sea sin embargo compatible con el mundo de los espectadores, porque esos otros sociales y raciales están integrados ideológicamente en la mirada del cineasta [...]"¹³.

Apoiada sobre la intuición de una zona de indagación y conflicto de distintos estudios que anteceden el presente trabajo, la problemática de nuestra investigación va tomando cuerpo a partir del encuentro entre la producción simbólica y los consumos de los sectores medios, por un lado, y los sectores populares como objeto de representación, por otro. En este encuentro, surge el peligro de que opere cierto miserabilismo cinematográfico tras esta "fascinación por el margen" persistente en esta filmografía:

Es evidente que el arte contemporáneo trabaja sobre una

¹² MOGUILLANSKY, M. y RE, V., "Pactos, promesas, desencantos. El rol de la crítica en la génesis del nuevo cine argentino", AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009, pág. 123.

¹³ BERNINI en AMATRIAIN, I., "Introducción", en AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009, pág. 60.

conjunción de distintos materiales que no puede ser explicada mediante categorías modernistas que insistirían sobre la insalvable separación entre arte elevado y cultura popular. Pero en muchos de los nuevos cineastas, el recurso a lo marginal (con sus personajes lúmpenes y su música despreciada) se ha convertido en un lugar común [...] Más que un cuestionamiento desprejuiciado hacia las convenciones (como en Favio), la elección parece responder a una pose frívola y hasta cínica [...] En esa forma posmoderna del populismo, la combinación opera por nivelación, deshistorizando y descontextualizando, despojando a lo popular de todo valor subversivo para confinarlo al territorio de la curiosidad y el exotismo.¹⁴

A partir de este recorrido, y para dar cuenta de las dimensiones mencionadas, el presente estudio tomará elementos conceptuales de la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, los estudios de audiencia de David Morley y los estudios de comunicación y cultura latinoamericanos para indagar desde el punto de vista del consumo de estos filmes. En este contexto, nos preguntamos: ¿Cómo es el consumo y la apropiación de la imagen de lo popular en las producciones audiovisuales de Adrián Caetano y Pablo Trapero en Córdoba Capital?

Los estudios de recepción de medios tuvieron su auge en los años ochenta y noventa, y desde entonces el consumo cultural perdió su lugar central en la indagación social. Entendemos que existe una fuerte vacancia en la producción de conocimiento sobre la problemática del consumo cultural en general, teniendo en cuenta que los antecedentes más importantes en este sentido se remontan a los trabajos de Oscar Landi¹⁵ en Buenos Aires y de María Cristina Mata¹⁶ en Córdoba. Una línea de investigación actual importante en este sentido es la llevada a cabo por Ana Wortman¹⁷, aunque tal como la información generada por el Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Sistema Nacional de Información Cul-

¹⁴ OUBIÑA EN AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 61.

¹⁵ LANDI, O., VACCHIERI, A. y QUEVEDO, L. A., *Públicos y Consumos Culturales de Buenos Aires*, Documentos CEDES N° 32, Buenos Aires, CEDES, 1990.

¹⁶ MATA, M. C., *Públicos y Consumos Culturales en Córdoba*, Córdoba, CEA, 1997.

¹⁷ WORTMAN, A., *Op. cit.*

tural, carece de producción significativa referida al interior del país. Más aún si consideramos lo específicamente vinculado al consumo cinematográfico —en donde antecedentes como el de García Canclini¹⁸ en un estudio sobre el caso mexicano son realmente escasos para nuestro país—, el presente trabajo aporta a un área relevante de búsqueda e indagación en la actualidad.

Retomamos el argumento de los estudios de comunicación latinoamericanos de la época de la transición democrática¹⁹ para recordar que cualquier formulación de políticas culturales que se pretenda democrática requiere conocimiento crítico sobre el consumo, los usos y apropiaciones de productos culturales que, por otra parte, pertenecen a un sector de la cultura en donde la intervención estatal y la gestión pública resultan fundamentales, no sólo en el subsidio de la producción, sino también en la participación en espacios de exhibición, como lo es el cine. Esta idea se contextualiza en un momento actual de crítica y discusión sobre el papel del estado y lo público en la comunicación y el acceso a la cultura.

1.2. Descripción general del libro

A partir de este horizonte de trabajo, dedicamos una primera parte del escrito (Capítulo II) a desarrollar el contexto conceptual a partir del cual adquieren inteligibilidad los problemas, las categorías y las relaciones establecidas en el presente informe. A tal fin, trabajamos con el problema del consumo en autores sociológicos clásicos (Marx, Weber, la Escuela de Frankfurt), en desarrollos socioantropológicos más contemporáneos (Douglas, De Certeau, Bourdieu, etc.), en los aportes que realizan los estudios culturales británicos (Morley, Silverstone, etc.) y los estudios de comunicación y cultura latinoamericanos.

¹⁸ GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994.

¹⁹ SUNKEL, G., "Una mirada otra. La cultura desde el consumo", *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, n° 4, Buenos Aires, 2006.

De igual manera, desarrollamos nuestra estrategia metodológica (Capítulo III), explicando de forma global y en sus particularidades la elaboración de un diseño flexible, de una triangulación metodológica, y el uso articulado de técnicas diversas pero necesarias para dar cuenta de la complejidad de nuestro objeto (la selección de algunas herramientas de análisis fílmico, el relevamiento de datos por medio de la encuesta, y el trabajo a partir de entrevistas en profundidad y grupo focal).

Luego (Capítulo IV), reconstruimos las transformaciones históricas del campo cinematográfico durante la época de la emergencia del nuevo cine argentino, las distintas posiciones y relaciones de fuerza entre los agentes en dicho campo, y particularmente el rol de la crítica especializada en la nominación del fenómeno cinematográfico.

Dedicamos un capítulo (el V), por su parte, a establecer algunos elementos clave de referencia para hablar de “lo popular” en el presente trabajo. En este sentido recorreremos algunos puntos nodales de las discusiones teóricas sobre la temática para definir algunas dimensiones relevantes para nuestro estudio.

A partir de allí, nos abocamos (CAPÍTULO VI) a desarrollar algunas líneas de análisis referidas a las clausuras de sentido instauradas en los textos fílmicos, particularmente en lo que atañe a la imagen de lo popular en los personajes, registros, situaciones, acciones, etc., de las películas de nuestro corpus.

A continuación (CAPÍTULO VII), presentamos la organización de algunos de los resultados del relevamiento de los aspectos estructurales del consumo de filmes de estos directores a partir de la aplicación de una encuesta, principalmente en tres cineclubes de Córdoba Capital, extrayendo algunas líneas de indagación que se continúan en el abordaje cualitativo.

Por último (CAPÍTULO VIII), analizamos, a partir del material obtenido en las entrevistas en profundidad, los saberes, categorías, sensibilidades, estructuras de percepción y apreciación puestas en juego (fundamentalmente aquellas referidas a

la posición del agente consumidor en el espacio social) en las prácticas de apropiación de los espectadores de los filmes de Trapero y Caetano, particularmente de la imagen que en ellos se construye de lo popular.

Los procesos que atraviesa el cine nacional en la actualidad dan lugar a más dudas que certezas. En este sentido, el estado actual de las investigaciones nos sirve como punto de partida siempre problemático, a revisar, responder, verificar o replicar. Pero tal como puede leerse en el planteo de Ana Wortman, algunas de estas preguntas requieren una elaboración más profunda a partir del recurso otorgado por el trabajo de campo. Esta es la dirección pretende emprender también el presente estudio.

Nos preguntamos qué significa entonces la paulatina disminución del público de cine argentino, público que pareciera haberse reconstituido con la emergencia del llamado nuevo cine argentino hacia fines de los 90 y tuvo su punto cúlmine en el año 2004. Se observa precisamente que desde ese año y particularmente en el 2006, este público disminuye en un contexto de aumento de la producción de cine argentino y de creciente aumento de la matrícula de alumnos en las escuelas de cine. ¿Será un problema técnico? ¿Será un problema de lenguaje cinematográfico? ¿Será un problema de temas? ¿Esto ocurre en otros países, el público de cine de otros países es público de cine nacional o también sigue la misma pauta, su preferencia por el cine norteamericano? La Argentina supo tener un importantísimo público de cine que acompañó su desarrollo social, cultural y económico. Si bien éste se recuperó en cortos lapsos de optimismo político, los años 60 y 70, nunca alcanzó los porcentajes previos a los años 40. Como ha sido estudiado, esto se debió a la presión de la industria norteamericana y a ciertas políticas económicas nacionales en relación a la industria nacional en general. También podría alegarse cierto desinterés nacional, precisamente por temáticas nacionales, o quizás cierta reiteración por la forma de narrar que este cine propone en la actualidad. Es evidente que el público de cine argentino es un público no masivo, más intelectual, generalmente público

también de cine europeo y nada de cine comercial, a diferencia de lo que ocurría en las primeras cuatro décadas del siglo xx, en que la práctica de ir al cine convocaba a las llamadas clases trabajadoras en ascenso.²⁰

²⁰ WORTMAN, A., “Escenas de los consumos culturales en la Argentina”, AAVV, *Buscando Señal*, Córdoba, Centro Cultural España-Córdoba, 2009.

CAPÍTULO 2
MARCO DE REFERENCIA
CONCEPTUAL

2.1. Elementos para una Sociología del consumo¹

2.1.1. El "consumo" en la teoría social clásica

Un punto de partida común a muchos de los trabajos contemporáneos sobre consumos culturales es su autodefinición en términos de oposición o revisión del abordaje marxista sobre el consumo como momento del proceso total de la producción. Para llegar a estos desarrollos deberíamos reconocer cómo la cuestión del consumo aparece ya en las teorías sociológicas clásicas en tanto tópico relevante, de diversas maneras, para pensar los procesos de producción y reproducción social. En este sentido, pasaremos revista no sólo a las lecturas que de los textos de Marx han hecho estos autores, sino también a la recuperación de algunos de los planteos de Weber, que darían lugar a posteriores articulaciones.

La relectura desde un punto de vista antropológico y sociológico de los textos marxistas² ha generado la percepción de que el abordaje del mundo de las mercancías a partir de la "teoría del fetichismo" hace que el consumo sea entendido mayormente como "falsa conciencia" y, por lo tanto, como práctica que realiza la "alienación" del hombre en el proceso productivo³.

Fundamentalmente por el lugar que ocupa en su pensamiento la noción de "trabajo" como síntesis articuladora de lo social, muchas veces se entiende que Marx ha pensado el consumo como

¹ Este capítulo se organiza tomando como modelo el texto "Consumo y recepción del cable como medio: perspectiva general" de Marcela Sgammini, aunque con las adaptaciones necesarias para considerar la especificidad del objeto de nuestro trabajo (SGAMMINI, M., *Televisión y vida cotidiana: la domesticación del cable en la Ciudad de Córdoba (1997 – 2001)*, Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Córdoba [mimeo], CEA-UNC, 2009).

² DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B., *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México DF, Grijalbo-CNCA, 1990; GARCÍA CANCLINI, N., "El consumo cultural: una propuesta teórica", SUNKEL, G. (coord.): *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999; CALLEJO, J., "Elementos para una sociología del consumo", *Papers*, Nro. 49, Madrid, 1995.

³ CALLEJO, *Op. cit.*, pág. 77.

una suerte de epifenómeno de la producción (que es, en última instancia, donde la teoría marxista hará mella).

La producción, por lo tanto, produce el consumo: 1º) proporcionándole la materia; 2º) determinando el modo de consumo; 3º) haciendo nacer en el consumidor la necesidad de productos que al principio ella presenta simplemente en forma de objetos. Produce, pues, el objeto del consumo, el modo de consumo, el instinto de consumo⁴.

De alguna forma, este esquema de análisis se traslada a buena parte del pensamiento marxista en el siglo xx, y no sólo en su versión más economicista. Pensando específicamente en lo que se denominó la “sociedad de consumo”, algunos de los representantes más importantes de la Escuela de Frankfurt conservaron una perspectiva —ya directamente aplicada a la producción cultural— que, por un lado, aborda la cuestión del consumo en forma subsumida al momento de la producción, y por otro, establece un vínculo directo entre la incorporación de las masas a niveles crecientes de consumo y las nuevas formas de alienación.

El clásico texto *Dialéctica de la Ilustración*, de Adorno y Horkheimer, muestra a las claras que el eje de uno de sus más famosos fragmentos (“La industria cultural. Ilustración como engaño de las masas”) podría resumirse de la siguiente manera: el Capitalismo —como *sistema*— no produce objetos para sujetos, sino todo lo contrario: *produce sujetos para objetos*.⁵ De esta forma podríamos leer el planteo de que “Distinciones como las que se establecen entre películas de tipo A y B, o entre historietas en revistas de distintas categorías y precios, más que resultar de la cosa misma, sirven para clasificar, organizar y manejar a los consumidores”⁶. El modelo de consumidor que en este

⁴ MARX, K., *Contribución a la crítica de la economía política*, Ediciones Estudio, Buenos Aires, 1975, pág. 203-204.

⁵ Esta comprensión se basa en la hipótesis de lectura de la teoría crítica planteada por la cátedra de Teoría Social Contemporánea (año 2009) de la carrera de Sociología de la UNVM.

⁶ ADORNO, T. W. y HORKHEIMER M., *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, Madrid, Akal, 2007, pág. 136.

texto aparece, absolutamente absorbido en "cuerpo y alma" por el capitalismo y "atrofiado en su capacidad imaginativa", es justamente el que buena parte de los desarrollos más contemporáneos intentarán replicar (tanto en la producción teórica europea como en la latinoamericana). La compulsión repetitiva de un sujeto constituido por su acto de consumo, pero sin margen alguno de desplazamiento o reelaboración, tiende a la duplicación de lo real en la conciencia, es decir, a la reificación en el proceso cultural. En este sentido, la industria cultural constituye a los sujetos (y por esto, muchos de los teóricos latinoamericanos le reclama a Frankfurt cierto tinte funcionalista) y la teoría crítica sitúa su mirada fundamentalmente en el momento de la producción.⁷

Sin embargo, otro ángulo de lectura de los textos de Marx ha resaltado la vinculación entre consumo y necesidades. La concepción de estas últimas en tanto sedimentaciones de la práctica histórica (problema que, en los desarrollos de la Escuela de Frankfurt, ha tenido gran presencia), da lugar a una construcción que permite desentrañar las mediaciones entre "mercancías" y "agentes".

El uso se configura como el lugar clave entre agentes y mercancías: incorpora los agentes a las mercancías; incorpora las mercancías a los agentes. Esta apropiación comprende sin salir de la perspectiva marxista, al uso conectado con el carácter histórico de las necesidades, principalmente como valor de uso,

⁷ Una lógica similar podría encontrarse en el análisis de Herbert Marcuse sobre la incorporación de las masas a niveles crecientes de acceso a bienes en la sociedad pos-industrial. Este autor, con su categoría de "desublimación represiva", conserva lo que se denomina en algunos de los textos contemporáneos como una mirada moralista del consumo: "Su productividad y eficiencia, su capacidad de incrementar y difundir las comodidades, de convertir lo superfluo en necesidad y la destrucción en construcción, el grado en que esta civilización transforma el mundo-objeto en extensión de la mente y el cuerpo del hombre hace cuestionable hasta la noción misma de alienación. La gente se reconoce en sus mercancías; encuentra su alma en su automóvil, en su aparato de alta fidelidad, su casa, su equipo de cocina. El mecanismo que une el individuo a su sociedad ha cambiado, y el control social se ha incrustado en las nuevas necesidades que ha producido" (MARCUSE, H., *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1985, pág. 39).

y, por otro lado, en cuanto uso en sí mismo, conectado con los *hábitos y aspiraciones vitales*⁸.

Así, Callejo abre la posibilidad de conectar los desarrollos de Marx y la recuperación de una noción más compleja del consumo como momento constitutivo del proceso de producción y reproducción social,⁹ con los posteriores desarrollos de Bourdieu y sus trabajos sobre la subjetividad en la teoría social contemporánea.

De alguna manera y siguiendo las categorías de Berger y Luckmann (1984: 164)¹⁰, Marx se centra en el proceso de objetivización, dejando a un lado otros procesos; pero el análisis de la fetichización (*objetivización*) de la mercancía ha de completarse con los de la apropiación, en el cómo los sujetos se expresan en los objetos (*externalización*) y en el cómo los sujetos internalizan los objetos (*internalización*)¹¹.

Por lo dicho hasta aquí, podemos comprender la importancia de los aportes de la teoría marxista: no sólo en tanto punto de referencia para lecturas críticas sobre sus textos (o deberíamos decir, por las lecturas críticas de los textos de los continuadores de Marx), sino por el señalamiento que, tal como veremos en futuros apartados, echa luz sobre un núcleo temático fundamental: el de las prácticas de apropiación / consumo y la

⁸ CALLEJO, *Op. cit.*, pág. 81. Las cursivas son del original. De aquí en más, salvo que se indique lo contrario, siempre que aparezcan citas textuales con cursivas corresponden a su versión original.

⁹ Un planteo que también recupera la relativa autonomía del momento del consumo en Marx es el de Stuart Hall (HALL, s., "Encoding and Decoding in Television Discourse", *Policopia*, N° 7, Birmingham (Versión original). Traducción (mimeo) del capítulo 10, de Carlos Rusconi y Ariadana Cantú, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Río Cuarto, 1973), tal como lo veremos en el Capítulo 6.

¹⁰ Se hace mención allí al fragmento de la obra fundamental de Berger y Luckmann en el que plantean su concepción del proceso dialéctico por el cual se constituye la sociedad: "Ya que la sociedad existe como realidad tanto objetiva como subjetiva, cualquier comprensión teórica adecuada de ella debe abarcar ambos aspectos. Como ya sostuvimos anteriormente, estos aspectos reciben su justo reconocimiento si la sociedad se entiende en términos de continuo proceso dialéctico compuesto de tres momentos: externalización, objetivación e internalización" (BERGER P. y LUCKMANN, T., *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1995, pag. 164).

¹¹ CALLEJO, *Op. cit.*, pág. 80.

configuración histórica de la subjetividad (incluso en su propia materialidad corporal, en la constitución de sus necesidades).

La calificación de Bourdieu como un "marxista-weberiano" aparece con fuerza en lecturas como la de García Canclini¹². Sin embargo, probablemente por no ser de los pasajes más visitados de su obra, el problema del "consumo" no aparezca entre los primeros lugares en los aportes de Weber a la disciplina sociológica.

Recuperamos a este autor en la medida en que su planteo es central para pensar la cuestión del consumo vinculado a los problemas de estratificación social. La común distinción entre Marx y Weber es que, mientras que el primero define las clases -más allá de que la formulación de una teoría de las clases aparezca en su obra como un proyecto inconcluso- situado desde las relaciones de producción, Weber las define situado desde el mundo del mercado:

Todo esto tiene lugar dentro de la esfera regida por las condiciones del mercado. Por consiguiente, la "posesión" y la "no posesión" son las categorías fundamentales de todas las situaciones de clase [...] La "situación de clase" significa, últimamente, en este sentido la "posición ocupada en el mercado". Sólo en grado preliminar la verdadera formación de las "clases" lo constituye el efecto producido por la mera posesión [...]¹³.

La "situación de clase", tanto como la "situación estamental", aparecen en su obra como dos momentos fundamentales para pensar la distribución de poder en la sociedad, y esto para establecer teóricamente la probabilidad de imposición de la voluntad a una "acción comunitaria" (uno de los posibles cursos de acción en el comportamiento "homogéneo" como clase).

En esta distinción realizada en la obra weberiana entre "clase" y "estamento", esta última categoría presenta algunas caracte-

¹² GARCÍA CANCLINI, N., "La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", BOURDIEU, P., *Sociología y Cultura*, México DF, Grijalbo, 2002.

¹³ WEBER, M., *Economía y Sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, México DF, Fondo de Cultura Económica, 1992, pág. 684.

terísticas centrales para nuestro análisis.¹⁴ El estamento constituye “normalmente” comunidad, aunque de carácter amorfo, y condiciona el destino vital de quienes comprende por medio de la estima o el honor social.¹⁵

La apertura que esta noción opera sobre nuestra manera de pensar las prácticas sociales a partir de la condición de clase (pero también, de sus esquemas generados a partir de la incorporación de dicha condición) es realmente valiosa: parece señalar un núcleo problemático en torno al reconocimiento, que reaparecerá en la construcción de categorías como las de poder simbólico o capital social —que son aquellos tipos de capital que determinan no ya la posición estructural en el campo, sino el grado de rentabilidad de las prácticas y de los usos estratégicos de los capitales—.¹⁶

Pero si continuamos, encontramos un desarrollo más profundo aún de esta línea de análisis: “En cuanto a su contenido, el honor correspondiente al estamento encuentra normalmente su expresión ante todo en la exigencia de un modo de vida determinado a todo el que quiera pertenecer a su círculo”¹⁷. Creemos entonces que la posibilidad de entender el uso que Bourdieu hará de algunas de estas categorías (centrales para nuestra forma de comprender las prácticas de consumo cinematográfico) reside en tener en cuenta éstas, sus formulaciones previas. En Weber aparece ya la problematización en torno al acceso a bienes y el consumo como lugares desde dónde abrir la trama de estratificación de la sociedad: “[...] las «clases» se organizan según las relaciones de producción y de adquisición de bienes; los «estamentos», según los principios de su *consumo* de bienes en las diversas formas específicas de su «manera

¹⁴ En el transcurso del trabajo la separación de los términos se reabsorberá progresivamente en la noción de “clase”: esto responde a una manera de pensar lo simbólico y lo material como partes de un único proceso social total, y una forma de construir teóricamente el espacio social como un espacio multidimensional.

¹⁵ WEBER, M., *op. cit.*, pág. 687.

¹⁶ GUTIÉRREZ, A. *Pierre Bourdieu. Las prácticas sociales*, Posadas, Dirección General de Publicaciones UNC- Editorial Universitaria UNM, 1997.

¹⁷ WEBER, M., *Op. cit.*, pág. 688.

de vivir»¹⁸. De alguna manera, Weber señala cómo estas "estetizaciones" de las condiciones y las prácticas en determinados sectores sociales juegan un rol central en la disputa social, en la medida en que intervienen en la "distribución social del poder" de la que hablaba al principio. Lo que Weber denomina "exclusivismo" no se aleja mucho de las prácticas de "distinción" y de la ideología del "arte por el arte" sobre las que se indaga en la sociología de corte bourdieusiano:

Considerada prácticamente, la organización en estamentos coincide siempre con un monopolio de bienes o probabilidades ideales y materiales que se manifiesta en la forma ya conocida por nosotros como típica. Junto con el honor estamental específico, que se basa siempre en la distancia y en el exclusivismo, junto con rasgos honoríficos como el privilegio de usar determinada indumentaria, de probar determinados alimentos negados a otros, así como el privilegio de llevar armas —privilegio que produce consecuencias muy estimables— y el derecho a participar ciertas artes no con fines lucrativos, sino por sí mismas (determinados instrumentos de música, etc.), junto con esto existen toda una suerte de monopolios materiales¹⁹.

Sumado a los aportes que nos realizaba el regreso a la obra de Marx y su analítica de la mercancía para pensar los vínculos entre los usos de los productos y la subjetividad, el retorno a Weber nos permite visualizar cómo en su obra la cuestión del consumo se ubica en el centro de las indagaciones sobre el modo en que los grupos desiguales en la sociedad generan procesos de diferenciación, mediados por el uso del "honor social", e interviniendo de manera fundamental en la constitución de la estructura social.

2.1.2. Enfoques sociológicos y antropológicos contemporáneos sobre el "consumo"

Si bien muchos de estos autores clásicos practican ya fuertes operaciones de deconstrucción en torno al consumo como prác-

¹⁸ WEBER, M., *Op. cit.*, pág. 692.

¹⁹ *Ibidem*, pág. 690.

tica social, recuperamos aquí algunos de los enfoques sociológicos y antropológicos que, promediando los años ochenta, establecen un importante quiebre en la manera de abordaje de esta problemática.

Retomando lo planteado en el apartado anterior, Douglas e Isherwood construyen este objeto de estudio como “parte del sistema social”²⁰, desvinculándose tanto de aquellos enfoques que piensan al consumo como un momento epifenoménico del proceso de trabajo o del momento de la producción, como de aquellas miradas moralistas que asocian directamente “consumo” a “consumismo”.

En esta perspectiva el consumo aparece sobre todo como una actividad simbólica en la medida en que, resaltando su carácter de “ritualidad”, los autores piensan estas prácticas como maneras de volver el mundo inteligible, pero también, como una forma de establecer (crear) y mantener (reproducir) relaciones sociales²¹. La idea de que “los bienes sirven para pensar” consiste en esta concepción del consumo fundamentalmente a partir de sus funciones expresivas y comunicativas.

Este enfoque destaca la dimensión activa de los sujetos, aquellos que con sus “usos” le imprimen el carácter propiamente social a unos bienes en principio “neutros”²². A partir de esta idea, el momento del consumo se instaura como el lugar y el motivo de disputas y remodelaciones en la cultura.²³

Como señalaremos luego, probablemente uno de los puntos más criticados a la pionera obra de estos autores sea que, en su afán de separarse del moralismo anticonsumista (identificado por momentos con el marxismo) y de enfatizar el simbolismo y el carácter comunicativo del consumo, se descuidan algunos aspectos de los que nosotros consideramos centrales para pensar las prácticas sociales: la cuestión de la desigualdad, el poder y

²⁰ DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, V., *Op. cit.*, pág. 18.

²¹ *Ibidem*, pág. 75.

²² *Ibidem*, pág. 26.

²³ *Ibidem*, pág. 72.

el reconocimiento de ciertos niveles de determinación histórica de las prácticas: "Lo cierto es que hemos acertado al definir el consumo como un área del comportamiento protegida por reglas que están en posibilidad de comprobar explícitamente que ni el comercio ni la fuerza están siendo aplicados a una relación libre".²⁴

En esta línea, la investigación de Lila Abu-Lughod sobre la recepción de TV en el valle del Alto Egipto, resulta un buen ejemplo de algunas de las ideas que se venían planteando. Teóricamente vinculada a algunas corrientes del culturalismo norteamericano, esta antropóloga sostiene la conveniencia de hablar antes de "culturas" que de "Cultura", en la medida en que intenta desentrañar la naturaleza contradictoria de los discursos dentro de las comunidades, fundamentalmente aquellos choques estructurados alrededor de la clase, el género, el binomio tradición/modernidad, o urbano/rural.

El trabajo de Abu-Lughod incluye una serie de reflexiones de corte metodológico, sobre lo que implica analizar el "complejo acto de mirar TV" (el consumo), y la necesidad de pensarlo como un acto situado en un conjunto de prácticas cotidianas²⁵. De esta manera, la antropóloga entra en diálogo crítico con la corriente de estudios de recepción que más se orientó hacia un abordaje etnográfico.²⁶

La autora sitúa la circulación y el consumo de los textos culturales (telenovelas vistas por mujeres de distintas condiciones de clase y espacios geográficos) que ella analiza en el nivel local, más allá de que se configure a partir de una permanente interrelación-hibridación con otros niveles:

²⁴ Ibídem, pág. 73. Otro autor importante para pensar esta idea es Arjun Appadurai, quien haciendo hincapié en el proceso de intercambio, construye una conceptualización en la que el consumo pasa a ser ya no sólo un acto simbólico, sino también retórico y social (APPADURAI, A., "Introducción: Las mercancías y la política del valor", APPADURAI, A. (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México DF, Grijalbo, 1991, pág. 56; SILVERSTONE, R., *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1994, pág. 182).

²⁵ ABU-LUGHOD, L., "La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión", *Etnografías Contemporáneas*, Año 1, N°1, Buenos Aires, 2005, pág. 60.

²⁶ SILVERSTONE, R., *op. cit.*

Es crucial que los sentidos de la televisión se produzcan en alguna parte —para la mayoría de los espectadores en otra parte— y se consuman localmente en una variedad de localidades. Aun cuando en última instancia ayuda a crear algo del *habitus nacional*, o señales de *habitus transnacional*, la televisión es más interesante a causa del modo en que brinda material que luego se inserta, se interpreta y se mezcla con el material local, aunque éste se muestre en conocimientos, discursos y sistemas de significación diferentes. En resumen, la televisión vuelve cada vez más problemático el concepto de cultura como comunidad localizada de personas que se sostienen en redes compartidas de significados.²⁷

Como sostiene Abu-Lughod, “Escribir sobre televisión en Egipto, Indonesia o Brasil, es hacerlo sobre la articulación de lo transnacional, lo nacional, lo local y lo personal”²⁸. Resulta fundamental, en este sentido, que a partir de esta idea se ubique al consumo como lugar desde el cual indagar sobre los diversos choques y entrecruzamientos entre lo transnacional, lo nacional, lo local y lo personal, la condición de clase y la condición de género.

Como puede observarse, los desarrollos teórico-antropológicos en torno al consumo no sólo problematizan la cuestión para insartar el área de indagación en la dimensión de lo sociocultural, sino que además bregan por el reconocimiento de una progresiva cuota de actividad al agente. En esta línea, el aporte de Michel De Certeau resulta fundamental. El ingreso a su teoría puede implicar varias entradas, pero su propuesta de abordaje de lo popular a través de los “usos” y las “maneras de hacer” de los individuos genera un viraje radical en la manera de pensar los procesos culturales (viraje cuyo eco llega a oírse en América Latina, en los estudios culturales de los años ochenta que más adelante reconstruiremos brevemente).

²⁷ ABU-LUGHOD, L., *Op. cit.*, pág. 74.

²⁸ *Ibidem*, pág. 81.

La mirada de este teórico pone el énfasis en la noción de práctica, haciendo hincapié más en los "modos de hacer", en un tipo particular de actos, "invisibles", "indeterminados" y "transformadores"²⁹. El objeto de su estudio son las "operaciones de los usuarios":

Por ejemplo, el análisis de las imágenes difundidas por la televisión (representaciones) y del tiempo transcurrido en la inmovilidad frente al receptor (un comportamiento) debe completarse con el estudio de lo que el consumidor cultural "fabrica" durante estas horas y con estas imágenes.³⁰

Este enfoque no sólo estaría reconociendo el carácter central y artesanal del hacer del consumidor para el proceso de producción y reproducción sociocultural, sino que además vislumbra su posibilidad de transformar, de acuerdo a los intereses del agente, los productos de una economía dominante. Desde esta perspectiva es que el autor disputa con la foucaultiana idea de "dispositivo". El individuo (aquella "pluralidad incoherente de determinaciones relacionales") puede "escamotearle" y ganarle "tácticamente" a las instituciones, generando un ambiente de anti-disciplina.

Este autor concibe, entonces, el momento del "uso" como un encuentro entre dos racionalidades:

A una producción racionalizada, tan expansionista como centralizada, ruidosa y espectacular, corresponde *otra* producción, calificada de "consumo": ésta es astuta, se encuentra dispersa pero se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las *maneras de emplear* los productos impuestos por el orden económicos dominante.³¹

De Certeau realiza, entonces, un vuelco fundamental en la medida en que habilita pensar en a) lógicas propias del momento de consumo, relativamente autónomas del de la producción, b) carácter activo de la apropiación cultural, al punto de conce-

²⁹ SILVERSTONE, R., *op. cit.*, pág. 203.

³⁰ DE CERTEAU, M., *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*, México DF, Universidad Iberoamericana, 1996, pág. XLII.

³¹ *Ibidem*, pág. XLIII.

birla como una “segunda fabricación”, c) el carácter eminentemente “político” de la vida cotidiana y los actos de consumo y d) la construcción del objeto en términos de prácticas, haceres, operaciones, etc.

Por otra parte, aunque profundiza de manera fundamental el estudio de la dimensión micrológica del consumo (qué hacen los individuos-dominados con lo que las instituciones quieren hacer de ellos), difícilmente genere mecanismos explicativos sobre la relación entre usos y estructuras objetivas, sobre el cambio en estas perspectivas, etc. Es a partir de esta necesidad de articulación de niveles -aquella de la que habla García Canclini entre sentido, diferencia y desigualdad- que adscribimos a buena parte de la lógica teórica de Pierre Bourdieu, aun cuando ello no implique seguir al pie de la letra todos sus planteos. Como le dedicamos un apartado al final del capítulo al desarrollo de las categorías más importantes del autor para nuestro trabajo, aquí sólo establecemos el lugar del consumo en su desarrollo teórico-empírico de investigación.

La producción teórica de Pierre Bourdieu se teje en una serie de continuidades y rupturas con los enfoques que antes presentamos³². Como veníamos sosteniendo (siguiendo a Sgammini³³ y a Silverstone³⁴), para Bourdieu, el consumo (del tipo que fue, ya sea propiamente “cultural” u “ordinario”) se constituye como una actividad simbólica, mediada por las competencias culturales de los agentes y sus posiciones.

El valor se les asigna por la práctica y por la práctica de un consumo informado. Todo consumo, aún el de los oprimidos, está informado: informado por las demandas y el status, las necesidades y los deseos definidos socialmente de aquellos que consumen. Al consumir nos comunicamos³⁵.

³² Hablamos con esto de encuentros teóricos, y no cronológicos o temporales, ya que muchos de estos planteos son contemporáneos al de nuestro autor.

³³ SGAMMINI, M., *Op. cit.*

³⁴ SILVERSTONE, R., *Op. cit.*

³⁵ *Ibíd.*, pág. 197.

Refiriendo específicamente al consumo cultural, Bourdieu utiliza la categoría "percepción estética" para hablar de la actividad —que le toca al público de la obra de arte— de desciframiento del código cultural inscripto en el bien simbólico o cultural: "[...] toda obra es hecha, de algún modo, dos veces, por el creador y por el espectador o mejor, por la sociedad a la que pertenece el espectador"³⁶. Posteriormente desarrollaremos esta categoría para su aplicación en el presente estudio.

Otra de las líneas de continuidad con lo que veníamos trabajando es el lugar central que este autor le otorga al consumo en relación a las identidades de clase. En una reelaboración del planteo weberiano, Bourdieu³⁷ reconoce la relativa autonomía del espacio de consumo en el capitalismo contemporáneo como lugar decisivo para la constitución de las clases y la organización de sus diferencias. Por esto, García Canclini sostiene que:

Bourdieu no desconoce la importancia de la producción,³⁸ pero sus investigaciones se extienden preferentemente sobre el consumo. Las clases se diferencian para él, igual que en el marxismo, por su relación con la producción, por la propiedad de ciertos bienes, pero también por el aspecto simbólico del consumo, o sea por la manera de usar los bienes y transmutarlos en signos³⁹.

Otro punto importante de contacto es el hecho de reconocer la necesidad de la actividad del agente, la puesta en práctica de un saber (no siempre intelectual, sino muchas veces corporal), una disposición, en este acto de decodificación. Sin embargo, este reconocimiento no quita que el autor se aleje de anteriores planteos en la medida en que no piensa en los mismos términos de "libertad" que los anteriores autores.

³⁶ BOURDIEU, P., "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística", *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires, Quadrata, 2003, pág. 75.

³⁷ BOURDIEU, P., *Cosas dichas*, Barcelona, Gedisa, 2007, pág. 57.

³⁸ De hecho, algunas de sus obras más importantes, como *Las reglas del arte* (1995), se dedican a reconstruir específicamente el campo de producción (literaria). El caso en el que está pensando específicamente García Canclini es en su obra *La distinción*.

³⁹ GARCÍA CANCLINI, N., "La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", *Op. cit.*, pág. 5.

Esta temeraria reintegración de los consumos estéticos en el universo de los consumos ordinarios (contra los cuales no cesan aquellos de definirse) tiene, entre otras virtudes, la de recordar que el consumo de bienes sin duda supone siempre, en grados distintos según los bienes y según los consumidores, *un trabajo de apropiación*; o, con mayor exactitud, que el consumidor contribuye a *producir el producto que consume* al precio de un trabajo de localización y desciframiento que, en el caso de la obra de arte, puede constituir la totalidad del consumo y de las satisfacciones que éste procura, y que requiere un tiempo y unas disposiciones adquiridas con el tiempo.⁴⁰

No debe entenderse, por esto, que la lectura que aquí hacemos de Michel De Certeau o de Mary Douglas los comprende como remakes sociológicos de modelos liberales o ingenuos de la acción. Sin embargo, la forma en la que Bourdieu articula los problemas de la acción y del orden (o bien, del agente y la estructura), son leídos muchas veces con un tono reproductivista. La formación de “esquemas de percepción” —a partir de los cuales los consumidores tendrán la capacidad (posibilidad recursiva) de apropiarse de los bienes culturales—, da lugar a actividades simbólicas (actos de consumo), mediadas estructuralmente por la incorporación de las condiciones y las características estructurales-relacionales de las posiciones sociales ocupadas por los consumidores. Luego trabajaremos en detalle la cuestión del habitus de clase en torno al cual analizaremos la producción de sentido sobre los filmes consumidos. En cuanto a lo que implica la temática del “consumo” en este autor, la diferencia entre actos libres y unas prácticas enclasadas y enclasantes resulta vital.

Por último, planteamos que Bourdieu entiende que, en referencia a determinadas prácticas de consumo se produce una suerte de homología entre los campos de producción y los campos de consumo, en la medida en que poseen la misma lógica de organización en torno a la posesión de capitales (que definen lo

⁴⁰ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 2006, pág. 98.

que antes definimos como posición social). El principio de la homología funcional y estructural que hace que la lógica del campo de producción y la lógica del campo de consumo sean concertadas de manera objetiva, reside en el hecho de que todos los campos especializados “[...] tienden a organizarse según la misma lógica, es decir, según el volumen de capital específico poseído [...]”.⁴¹

Sin embargo, el autor entiende que debe realizarse un análisis empírico que muestre en cada caso la articulación histórica que tiene lugar. En el presente estudio, siguiendo esta idea, pretendemos poner en consideración la relativa autonomía de la lógica de consumo fílmico.

Así, la historia de los instrumentos de percepción de la obra es el complemento indispensable de la historia de los instrumentos de producción de la obra en la medida en que toda obra es construida, de alguna manera, dos veces, por el productor y por el consumidor, o mejor aún, por la sociedad a la cual pertenece el consumidor⁴².

Muchos de estos desarrollos socioantropológicos, combinados con las líneas de indagación desarrolladas por el marxismo inglés de Williams, Thompson y Stuart Hall, constituyen un campo de estudios que se sitúa muchas veces en el cruce entre sociología y comunicación, y que pone en juego nuevas tradiciones (respecto de los clásicos sociológicos), y objetos construidos que refieren directamente al interés de nuestro trabajo (como por ejemplo, la recepción televisiva). A continuación, damos cuenta de algunos de los elementos más relevantes para nuestra investigación de los estudios de audiencia de Lull, Silverstone y Morley.

⁴¹ *Ibidem*, pág. 230.

⁴² BOURDIEU, P., “Sociología de la percepción artística”, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pág. 75.

2.1.3. La recepción: los estudios de “audiencia”

Algunos de los aportes de los estudios de audiencia que aquí tomaremos como referencia se han elaborado en oposición a las perspectivas que, en cierta forma, han hecho de la audiencia una suerte de ente pasivo sin tanta relevancia para la explicación de los fenómenos de la comunicación. En este sentido se identifica comúnmente a la perspectiva de los “usos y gratificaciones” como la primera en otorgarle peso teórico a la actividad de la recepción.

Esta perspectiva rompería con la línea de estudios sobre los efectos de los medios, que se presentaba en una tradición más claramente conductista, y que pensaba el consumo de medios como reacción, como mecanismo, como comportamiento conductual, por ejemplo, con el modelo causa/efecto del que deducían que la conducta agresiva era producida por la exposición a programas violentos⁴³. “Quienes defendieron esta nueva posición [la de los usos y gratificaciones] afirmaron directamente que la gente usa activamente los medios masivos con el fin de gratificarse, de satisfacer necesidades humanas particulares y específicas”⁴⁴. Pero este progresivo paso de los “enfoques de la mediación” a los “enfoques de la recepción” –de acuerdo a la terminología de Silverstone– tuvo lugar también, separándose de perspectivas críticas que, como la Escuela de Frankfurt, terminaban compartiendo algunos presupuestos básicos sobre la teoría de la acción con el “modelo hipodérmico” de la corriente funcionalista: sancionaban de antemano la eficacia del medio para imponer el sentido sobre la lectura y el visionado de los consumidores.

Más allá de la ruptura que produce, el enfoque de los usos y gratificaciones fue objeto de múltiples críticas. Este enfoque invierte la perspectiva de los estudios de comunicación de masas, poniendo de relieve la perspectiva del consumidor, la di-

⁴³ MORLEY, D., *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu, 1992, pág. 80.

⁴⁴ LULL, J., *Medios, comunicación y cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Amorrortu, 1995, pág. 123.

mención del placer, el contexto situacional y la experiencia subjetiva⁴⁵, las diversas críticas podrían resumirse de la siguiente manera: a) continúa adscribiendo a algunos supuestos de la tradición funcionalista, b) desconoce las restricciones sociológicas o "sobrestima la apertura del código", a la vez que c) adolece de cierto psicologismo; d) no posee una adecuada teoría de la cognición, e) presenta cierta inconsistencia en la definición de la categoría de "necesidad"⁴⁶ y f) matiza demasiado en su análisis las relaciones de dominación cultural en pos de reconocer la complejidad del proceso.⁴⁷

La complejidad de esta perspectiva no quita el hecho de que, tal como venimos señalando, necesitamos de un mayor anclaje y suficiencia sociológica. Sin embargo, este desarrollo muestra, en cierta forma, procesos paralelos al progresivo reconocimiento del lugar del agente en los estudios socioantropológicos sobre el consumo.

La perspectiva de Roger Silverstone plantea un abordaje con una fuerte reflexividad metodológica. Como ya sosteníamos sobre Abu-Lughod, la posibilidad de desentrañar el sentido de determinadas prácticas de consumo requiere, fundamentalmente, de entenderlas como prácticas localizadas. Sobre esto, Silverstone señala que

[...] los investigadores de la audiencia también necesitan ser "nómadas" [...] tienen que reconocer que no es posible siquiera concebir una solución sin tomar previa nota de la complejidad de las relaciones sociales y culturales de las que las audiencias son parte integrante. En este sentido, *una indagación de la audiencia no debería circunscribirse a*

⁴⁵ SGAMMINI, M., *op. cit.*

⁴⁶ Como ya mencionamos al principio del capítulo, esto constituye un punto de contacto con algunos de los autores más reconocidos de la Teoría Crítica (como Adorno, Horkheimer y Marcuse), entre quienes el tópico de las "falsas necesidades" era central (lo cual no implica que desconocieran su dimensión histórica o social).

⁴⁷ LULL, J., *Op. cit.*; MORLEY, D., *Op. cit.* Esta serie de críticas no implica que enfoques contemporáneos no retomen aportes fundamentales de esta corriente. El caso de Lull es un buen ejemplo: el autor genera un desplazamiento teórico a partir de sus nociones de "motivación", "métodos", "necesidades" e "imaginación" con el fin de otorgar un mayor poder explicativo a su aparato conceptual. No profundizaremos su tratamiento aquí pues no fue éste el camino teórico elegido para la construcción de nuestro objeto.

*un conjunto preconstituido de individuos ni a grupos sociales definidos rígidamente, sino estudiar una serie de prácticas y discursos cotidianos, dentro de los cuales se realiza, junto con otros, el complejo acto de mirar televisión, y a través de los cuales se constituye a su vez dicho acto.*⁴⁸

La aproximación etnográfica que este autor plantea nos señala un punto fundamental para nuestro trabajo. La posibilidad de este tipo de abordaje no debería, desde nuestra perspectiva, trasladarse mecánicamente al consumo cinematográfico en sala, en la medida en que los actos de visionado cinematográfico y televisivo, tal como los concebimos, constituyen situaciones bastante distintas, entre otras cosas, por la forma de insertarse en la temporalidad cotidiana. Luego señalaremos con qué elementos teóricos se vincula la elección de la entrevista en profundidad como herramienta de abordaje cualitativo.

Sin embargo, no deja de ser significativo teóricamente el señalamiento de Silverstone sobre sus encuentros teóricos con Morley: “Ambos sostuvimos entonces que era esencial tomar en cuenta el contexto en que se miraba televisión para ofrecer un relato provisto de sentido sobre el vínculo que las audiencias establecen con sus pantallas”⁴⁹. Recuperamos esto en la medida en que resulta fundamental señalar que este contexto no lo constituye solamente el ámbito doméstico de la vida cotidiana, sino un conjunto de prácticas de consumo, diversas y complementarias, sin cuyo conocimiento no podríamos comprender el sentido otorgado a cada uno de esos consumos en particular.

Otro punto fundamental en los desarrollos de Silverstone es el juego de alternancia establecido entre “actividad” y “pasividad”:

Es una ecuación que implica que todos los espectadores [...] construyen sus propios sentidos partiendo de sus experiencias individuales de textos comunes. Este concepto de actividad se asocia con la noción de diferencia: diferentes televidentes crean diferentes sentidos. Correlativamente, la idea de que podemos compartir sentidos, o de que los

⁴⁸ SILVERSTONE, R., *Op. cit.*, pág. 223. El subrayado es nuestro.

⁴⁹ *Ibidem*, pág. 260.

sentidos que hacemos derivar de nuestro compromiso con la televisión son necesariamente comunes (y bajo cierto aspecto, determinados) implica un tipo de pasividad.⁵⁰

En este sentido, este tipo de estudios permite concebir la mediación y el entrecruzamiento en las apropiaciones de relatos fílmicos entre sentidos estructurados por condiciones más bien objetivas, y sentidos propios de la singularidad de la experiencia y la trayectoria social de cada agente.

Por último, más allá de los señalamientos realizados por Silverstone respecto de la manera en que Morley dio cuerpo a alguno de sus planteos teóricos, el reconocimiento de algunas formas de pluralidad en la constitución subjetiva de los agentes parece un aporte fundamental para pensar la dimensión de las diferencias en las lecturas sobre el corpus de análisis que en el presente trabajo elaboramos.

Tenemos que construir un modelo en el cual el sujeto social aparezca siempre interpelado por una cantidad de discursos, algunos de los cuales se sitúan en paralelo o se fortalecen mutuamente, algunos de los cuales son contradictorios y estorban o difractan la posibilidad de que otros discursos interpeleen con éxito ese sujeto.⁵¹

Finalizamos el recorrido con los aportes de David Morley por ser estos los que más han informado la elaboración teórica y metodológica de este trabajo. La parte de la obra más relevante para la presente investigación es la que retoma el modelo de la codificación/decodificación planteado por Stuart Hall.⁵²

La clave de esta nueva tendencia fue definir el texto como un fenómeno procesal. No se habló de estructura sino de estructuración, ya no era el texto sino la textualidad, y en esta, los textos no se debían entender como entidades completas y está-

⁵⁰ *Ibidem*, pág. 254.

⁵¹ MORLEY en SILVERSTONE, R., *Op. cit.*, pág. 250.

⁵² Nos referimos a las investigaciones de Morley sobre la audiencia del programa *Nationwide* de la cadena BBC, y las distintas decodificaciones de este noticiero de llegada masiva, como así también a las posteriores reflexiones teóricas en base a este estudio (disponibles en castellano).

ticas, sino como algo incompleto y dinámico que, para completarse, exigía la actividad de la lectura.⁵³

La importancia de esta perspectiva, fundamentalmente lo referido a la instauración de “lecturas preferenciales” en la estructuración codificada del texto, será desarrollada en otra parte del trabajo⁵⁴. Por lo pronto, debemos plantear que, de acuerdo con esta perspectiva, será a partir del encuentro entre el texto en contexto (en condiciones sociohistóricas de producción y circulación concretas) y el sujeto (que se manifiesta en usos y apropiaciones particulares) es que el sentido se constituye⁵⁵. Esto puede observarse en la cita de Hill escogida por el autor: “El sentido del filme no es algo que se pueda descubrir si se parte meramente del texto mismo, sino que se construye en la interacción entre el texto y sus usuarios”⁵⁶.

Pero fundamentalmente, rescatamos la orientación sociológica de esta parte de la obra de Morley, en la medida en que (echando mano, muchas veces, a las herramientas teóricas elaboradas por el mismo Bourdieu) intenta conectar tres elementos fundamentales de este proceso: la estructura social, el código cultural y los actos de decodificación. Esto puede observarse en su crítica del enfoque de los usos y las gratificaciones:

Desde luego, siempre habrá lecturas individuales, privadas, pero debemos investigar si esas lecturas individuales se modelan en estructuras y conglomerados culturales [...] En suma, necesitamos ver que las diferentes estructuras y formaciones subculturales en el interior de la audiencia, y el hecho de que distintos grupos y clases compartan diferentes códigos y competencias culturales, determinan la decodificación del mensaje para diversos sectores de la audiencia.⁵⁷

⁵³ SILVERSTONE, R., *Op. cit.*, pág. 237.

⁵⁴ Ver Capítulo 6.

⁵⁵ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 90.

⁵⁶ HILL en MORLEY, D. *Op. cit.*, pág. 127.

⁵⁷ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 85.

En este punto, deberíamos realizar dos aclaraciones de peso. La primera, referida al modo en que este autor usa en algunos momentos el término determinación. Tal como aquí lo entendemos, Morley estaría hablando en un sentido similar al usado por Raymond Williams al distinguir entre "determinismo abstracto" y "determinación histórica", esta última, entendida como "fijación de límites", pero también el "ejercicio de presiones" sobre la práctica. La distinción entre ambas consiste en formas de concebir la objetividad: una de manera abstracta, otra de manera histórica, una como externidad, otra como objetivación. La determinación, tal como la entiende Morley, se inscribe con distintos grados de intensidad en la práctica de consumo, no de manera externa, sino en forma de estructuración. Cuando Morley sostiene que "[...] aquí se impone una noción de estructuras que establecen parámetros, que determinan la disponibilidad de opciones y respuestas culturales, y que no determinan directamente otros niveles y prácticas",⁵⁸ lo leemos en relación esta noción de determinación:

[La sociedad] Es siempre un proceso constitutivo con presiones muy poderosas que se expresan en las formaciones culturales, económicas y políticas y que, para asumir la verdadera dimensión de lo «constitutivo», son internalizadas y convertidas en «voluntades individuales»⁵⁹.

La segunda aclaración radica en la forma en que Morley articula la estructura de clase, por un lado, y la indagación cualitativa, por otro. El autor recupera de manera importante la categoría de clase como elemento explicativo de las diferencias en las decodificaciones de los textos culturales (sobre todo en esta parte de su obra)⁶⁰, más allá de que las coordenadas sociales de los consumidores no se determinen unívocamente por esta sola variable:

En suma, necesitamos entender que las diferentes formaciones y estructuras subculturales que existen en la audien-

⁵⁸ *Ibidem*, pág. 89.

⁵⁹ WILLIAMS, R., *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península, 1997, pág. 107.

⁶⁰ En otros trayectos de su investigación (en su obra *Family Television*, por ejemplo) el acento es puesto en la estructura de relaciones de poder entre géneros al interior del espacio doméstico.

cia, y el hecho de que cada clase y cada grupo compartan diferentes códigos y competencias culturales, estructuran la decodificación del mensaje para diferentes sectores de la audiencia⁶¹.

Esto se manifiesta de manera más compleja cuando, en lenguaje propio de la teoría de Bourdieu, este autor plantea que “Se trata siempre de que una posición social, más posiciones discursivas particulares, produce lecturas específicas que están estructuradas porque la estructura de acceso a los diferentes discursos está determinada por la posición social”⁶². La manera en que este autor concibe su investigación en relación a problemas de reconstrucción de la Totalidad, pone en juego una manera relevante de pensar el vínculo entre las “prácticas de decodificación” y “la problemática teórica que toma por eje el concepto de hegemonía”⁶³. Este vínculo refuerza nuestra percepción de una apuesta que comparte elementos de su teoría de la práctica, no sólo con lo que luego desarrollaremos como la teoría sociológica de Bourdieu, sino con el ya mencionado Raymond Williams. Este autor también intenta conectar teóricamente práctica y hegemonía, entendiendo que

La hegemonía constituye todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo. Es un vívido sistema de significados y valores —fundamentales y constitutivos— que en la medida en que son experimentados como prácticas parecen confirmarse recíprocamente⁶⁴.

Por último, este autor aporta fundamentalmente la identificación de un núcleo de indagación problemático, fundamental para nuestro trabajo: el modo diferencial de estructuración del sentido. El reconocimiento teórico de la complejidad en la que

⁶¹ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 129.

⁶² *Ibidem*, pág. 171.

⁶³ *Ibidem*, pág. 133.

⁶⁴ WILLIAMS, R., *Op. cit.*, pág. 131.

estructura y práctica se vinculan dialécticamente, lleva a Morley a plantear que

Estos factores [política, ideología y discurso] se incluyen aquí junto con el de determinación de clase, por más que su extensión al campo de la decodificación esté muy demorada; pero la autonomía relativa de las prácticas significantes no implica que las decodificaciones no estén estructuradas por la clase. El *modo* en que se ven así estructuradas —las combinaciones en que lo son para diferentes segmentos de la audiencia, la relación entre lenguaje, clase y código—: he ahí una “cuestión que debe investigarse etnográficamente”⁶⁵.

Este planteamiento señala de manera fundamental el lugar que debe tener para nosotros la indagación sobre un área de cierta indeterminación (la decodificación o la percepción), cuya complejidad no puede resolverse por fuera del abordaje empírico de la cuestión. En este sentido, la manera de planear nuestras herramientas metodológicas debe recoger estos elementos teóricos en su concepción.

Muchos de estos aportes fueron recuperados y reelaborados críticamente desde nuestro propio contexto regional en las décadas del ochenta y el noventa, generando aportes originales para pensar los consumos culturales en nuestro territorio. Revisamos algunas de las líneas más relevantes de investigación, su recuperación de elementos que venimos trabajando y el planteamiento de nuevas formas de pensar el consumo en Latinoamérica.

2.1.4. Desde América Latina: los estudios sobre “consumos culturales”⁶⁶

Si bien el contexto de producción aparece siempre como un dato relevante a la hora de operar una apertura sobre las producciones teóricas de las que uno intenta apropiarse, el caso

⁶⁵ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 89.

⁶⁶ A pesar de que el campo de estudios que trabajaremos a continuación se vincula disciplinariamente con las ciencias de la comunicación, creemos que igualmente aporta elementos importantes para pensar la lógica de las prácticas sociales en lo referido al consumo, y en este sentido, para una sociología de la cultura en América Latina.

de la producción académica latinoamericana de los años ochenta y noventa se muestra particularmente afectada por lo que comúnmente se llamó la “transición democrática”. Los estudios de recepción en esta época y en estas latitudes se emprendieron en un marco de inteligibilidad que asociaba muy estrechamente dichos estudios con la formulación de políticas culturales democráticas. En este sentido, García Canclini pregunta “¿Las acciones difusoras representan algo más que gestos voluntaristas si no se ocupan de diagnosticar las necesidades de los receptores y registrar cómo se apropian de los mensajes?”⁶⁷. En otras palabras, “[...] la recepción es un «factor de creación de diferencias, de múltiples espacios de resignificación de los mensajes», vinculado a la ausencia de un discurso político-cultural central”⁶⁸. Otros factores también confluyen para construir este contexto: las transformaciones tecnológicas, la reconfiguración de las industrias culturales tradicionales en el continente y los procesos de transnacionalización económica y cultural en la región.

Los estudios sobre consumos o recepción tienen, probablemente, su propia historia en América Latina. Desde los años cincuenta, libros pioneros como el de Prieto⁶⁹ o el de Gibaja⁷⁰ instalaron una manera de preguntarse sobre el público. Aquí haremos una revisión centrándonos en dos de los autores más importantes a finales de los años ochenta y principios de los noventa: García Canclini y Martín-Barbero, teniendo en cuenta las líneas de continuidad que podemos establecer con algunos de los planteos teóricos europeos que venimos caracterizando. Muchos de los puntos de contacto entre estas corrientes han dado marco al desarrollo de la presente investigación.

⁶⁷ GARCÍA CANCLINI, N., “El consumo cultural: una propuesta teórica”, *op. cit.*, pág. 26.

⁶⁸ GRIMSON, A. Y VARELA, M., “Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina”, MATO, D. (coord.), *Estudios y Otras prácticas intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, Caracas, CLACSO, 2001, pág. 158.

⁶⁹ PRIETO, A., *Sociología del público argentino*, Buenos Aires, Leviatán, 1956.

⁷⁰ GIBAJA, R., *El Público de arte*, Buenos Aires, Eudeba, 1964.

Tal como lo sostienen Grimson y Varela, la recuperación del lugar de la "recepción" como espacio de indagación implicó, primero, una oposición a las teorías hipodérmicas y de la manipulación, y segundo, una manera distinta de construir el objeto, respecto a los estudios de audiencia funcionalistas sobre los que antes habláramos. Mientras que éstos habrían generado estrategias de intervención en el campo de la publicidad comercial y política, el espacio de la recepción en Argentina y América Latina significó la recuperación de la dimensión político cultural del conflicto simbólico.⁷¹

La recuperación de las dimensiones de la resistencia y el reconocimiento implicó, por otra parte, indagar sobre la "no-coincidencia" de las condiciones de producción con las condiciones de recepción-reconocimiento, pero además, "[...] la «recepción» se presentó como una vía fructífera de exploración de las significaciones y la producción de sentido en los sectores populares"⁷². A partir de esta idea, la recepción como objeto de estudio vinculado a lo popular produjo todo un "retorno al sujeto" en las líneas de investigación. En esta línea el rol de las mediaciones, las apropiaciones desiguales, las experiencias subjetivas, etc., emergieron como elementos relevantes para el análisis sociológico de la cultura. Lo popular ya no podría pensarse por fuera de lo masivo⁷³, puesto que su devenir histórico habría borrado las fronteras que otrora parecían separar estas esferas como entidades autónomas.

Respecto a esta última idea, los desarrollos de García Canclini sobre los procesos de hibridación en las formaciones culturales latinoamericanas quizás sean los más conocidos (y criticados) del autor. Muy particularmente, su obra *Culturas híbridas*⁷⁴. Es por esto que no dedicaremos espacio a la presentación de este campo de problemas, mientras que intentaremos esclarecer lo

⁷¹ GRIMSON, A. y VARELA, M., *op. cit.*, págs. 153-156.

⁷² *Ibidem*, pág. 153.

⁷³ Aquí sólo mencionamos este punto, puesto que en el Capítulo V lo trabajaremos en profundidad.

⁷⁴ GARCÍA CANCLINI, N., *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México DF, Grijalbo, 1990.

que aparece relevante como aporte para nuestro estudio: el desarrollo teórico en torno al consumo y la apropiación.

García Canclini retoma los desarrollos antes trabajados de Douglas, De Certeau y Bourdieu, y define el consumo como “[...] el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”.⁷⁵ Esto implica reconocer tanto las desviaciones tácticas, la ritualidad, como la transmutación de las desigualdades en signos (distinción), en las prácticas de consumo. Ahora bien, García Canclini reconoce que, si bien todos los consumos son culturales, en la medida en que “el consumo sirve para pensar” —es decir, sirve para producir un mundo inteligible— existe una cierta especificidad en lo que llamamos consumos culturales, definido como “[...] el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”.⁷⁶ Esta idea resulta fundamental para pensar nuestro objeto de estudio: no sólo en la medida en que —como ya vimos en Bourdieu— los consumos transmutan las condiciones sociales de existencia en un estilo de vida distinguido, sino porque en la medida en que la inteligibilidad del mundo se construya a partir de los consumos, el modo en la que los sujetos perciban el mundo social estará fuertemente mediado por objetos culturales (los filmes de nuestro corpus) que hagan referencia a actores, colectivos y conflictos de ese mundo social.

Si retomamos algunas de las obras más tempranas de García Canclini, observamos un acento en la definición de lo popular puesto más en el eje de la desigualdad que en los procesos de hibridación. Echando mano al arsenal teórico de Gramsci y de Bourdieu, el antropólogo sostiene que “[...] las culturas populares son resultado de una *apropiación desigual* del capital cul-

⁷⁵ GARCÍA CANCLINI, N., “El consumo cultural: una propuesta teórica”, *Op. cit.*, pág. 34.

⁷⁶ *Ibidem*, pág. 42.

tural, una *elaboración propia* de sus condiciones de vida y una *interacción conflictiva* con los sectores hegemónicos".⁷⁷

A partir de esto, en nuestro estudio pensamos que el consumo de objetos culturales propios del campo de producción restringida ("arte culto" o "consumo intelectual") —en algún punto, la cultura de las fracciones intelectuales de los sectores medios— es el resultado de una apropiación desigual (privilegiada, en algún sentido) del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida (y una elaboración de representaciones sobre las condiciones de vida de otros sectores sociales) y una interacción conflictiva (y distintiva) con los sectores hegemónicos, así como también con los sectores populares.

Otro de los trabajos que debemos visitar es el de Jesús Martín-Barbero, quien recurre tanto a De Certeau y Gramsci, como a la tradición crítica de Walter Benjamin, para producir un viraje en el eje de análisis:

El rescate de los modos de réplica del dominado desplazaba el proceso de decodificación del campo de la comunicación, con sus canales, sus medios, y sus mensajes, al campo de la cultura, o mejor, de los conflictos que articula la cultura, de los conflictos entre culturas y de la hegemonía. Aceptar eso era también algo completamente distinto a *relativizar el poder de los medios*. El problema de fondo se ubica ahora a otro nivel: ya no el de los medios sino el de los *mediadores* y los modelos culturales.⁷⁸

A partir de este viraje epistemológico (el lugar desde donde pensar la comunicación y la cultura), Martín-Barbero se adentra en la construcción de una concepción no-reproductivista del consumo (como la del "mediacentrismo"), en donde tenga lugar la consideración de prácticas de "escamoteo" al sistema hegemónico (más allá de que éstas no se piensen por fuera de la

⁷⁷ GARCÍA CANCLINI, N., *Las culturas populares en el capitalismo*, México DF, Nueva Imagen, 1982, pág. 63.

⁷⁸ MARTÍN-BARBERO, J., *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, México, Gustavo Gili, 1987, pág. 42.

hegemonía). Esta construcción utiliza las categorías antes trabajadas de “apropiación cultural” y “usos sociales” para desentrañar la producción de sentidos en los consumos cotidianos de los sectores populares⁷⁹.

La noción de “mediaciones”, justamente, abre un campo de indagación sobre el espacio de la recepción, considerando como fundamental su propia experiencia subjetiva y social:

Porque además la actividad de decodificación no es abordable directamente sino sólo a través del reconocimiento de las huellas que en la lectura dejan ciertos procesos que tienen lugar a otro nivel, en el de la “estructura profunda”, esto es en el de la experiencia vital y social de esos grupos.⁸⁰

Es por esto que el autor sostiene que tanto la “cotidianeidad cultural”, la “temporalidad social”, como la “competencia cultural” funcionan como espacios de mediación que “delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios”⁸¹. Vemos cómo reaparecen, de este modo, algunas de las reflexiones metodológicas que veíamos en Silverstone: la necesidad de ubicar las prácticas de consumo en un contexto localizado para su comprensión.

A partir de esto, la distinción operada por el autor entre lo popular como memoria y lo popular-masivo, aporta una forma novedosa de pensar la recepción en nuestro estudio: esta doble concepción implica un cruce (a veces contradictorio) de “matrices culturales” que filtran y estructuran la percepción y la apropiación de los objetos culturales en las prácticas de consumo. Es importante, en este sentido, recordar que lo masivo no construye si no es basándose y explotando mecanismos de reconocimiento popular, con lo cual, lo hegemónico y lo popular-subalterno se constituyen en procesos de imbricación que

⁷⁹ SUNKEL, G., “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, N° 4, Buenos Aires, 2006, pág. 105.

⁸⁰ MARTÍN-BARBERO, J., *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2004, pág. 112.

⁸¹ MARTÍN-BARBERO, J., “Recepción de medios y consumo cultural: travesías”, SUNKEL, G. (Coord.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999, pág. 6.

definen fronteras, en cierto sentido, móviles e históricas: "Lo que necesitamos pensar entonces es lo que hace la gente con lo que hacen de ella, la no simetría entre los códigos del emisor y el receptor horadando permanentemente la hegemonía y dibujando la figura de su otro"⁸².

Profundizaremos nuestra comprensión de la idea de "matrices culturales" en el último apartado de este capítulo, proponiendo una síntesis con el desarrollo que de este concepto realizan Semán y Míguez, y con la categoría de habitus, de Pierre Bourdieu.

2.2. Elementos para una Sociología del cine

2.2.1. ¿Puede existir una Sociología del Cine?

Probablemente, tal como lo pensamos aquí, sería poco preciso hablar de una "Sociología del Cine" como una suerte de sub-división autónoma de la disciplina madre. Como vinimos planteando, la necesidad de poner las prácticas en contexto obliga a pensar siempre el consumo de filmes en relación a toda otra serie de prácticas de consumo, y a prácticas de producción y reproducción social en general.

Teniendo en cuenta la escasa disponibilidad de bibliografía en castellano que, desde una perspectiva sociológica, aborde el fenómeno cinematográfico, tomaremos la clasificación de Casetti⁸³ para plantear cuatro orientaciones de investigación. Este repaso permitirá definir de manera más acabada las tradiciones en las cuales se inserta el presente trabajo y el campo al que aportará conocimientos. Este dirige su atención hacia la conflictiva relación entre el cine y la sociología, poniendo de relieve la necesidad de comprender cómo este fenómeno influye en la orientación del comportamiento social, y las razones

⁸² MARTÍN-BARBERO, J., *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, op. cit., pág. 134.

⁸³ CASSETTI, F., *Teorías del cine*, Madrid, Cátedra, 2005.

por las cuales despierta (sobre otros) un particular interés en relación a la explicación de las acciones sociales. A partir de estos interrogantes, Casetti distingue cuatro grandes áreas de investigación.

La primera es la que comprende el abordaje de los *aspectos socioeconómicos* del cine. La referencia más importante es el libro de Bächlin, *Der filme als Ware*, en donde se trazan los vínculos entre dos polos del fenómeno cinematográfico: su carácter de arte, por un lado, y su carácter de mercancía, por otro. En este sentido, Casetti señala la relevancia de la consideración del cine como “producto de masa”, y los “procesos de homogeneización” productiva que esto pone de relieve. La dificultad que surge en algunas de estas consideraciones es la posibilidad de considerar la ambivalencia de los bienes culturales como mercancías, que entran y salen del proceso de mercantilización.

La segunda área planteada por el autor es la referida a la construcción del cine como *institución*. Tal como plantea Casetti: “Hablar de cine como institución significa entenderlo más como una organización social que como una simple empresa; y significa verlo como un mecanismo capaz de integrar, de dotar de un sentido de pertenencia, y al mismo tiempo de dictar normas de conducta”⁸⁴.

Por esto, la mención de Edgar Morin aparece como relevante a partir de su indagación en torno a la “necesidad del cine”, que se configura, por un lado como universal (retorna aquí su caracterización como producto masivo), pero por otro, como desigual y discontinua entre diferentes públicos, o entre diferentes sectores de la población. A partir de este señalamiento, este autor muestra un factor esencial a estudiar en nuestra investigación: “[...] la autonomía y la dependencia de la necesidad de cine del ambiente social que lo rodea, lo nutre y lo altera”⁸⁵.

En otra formulación, Christian Metz define al dispositivo cinematográfico como una triple maquinaria: la industrial (con una

⁸⁴ Ibídem, pág. 135.

⁸⁵ MORIN en CASETTI, F., *Op. cit.*, pág. 136.

lógica productiva propia), la mental (vinculada a la estructura del deseo del espectador) y la de los discursos teóricos y críticos sobre el cine. La conjunción de maquinarias se constituye en mecanismo que posibilita la interacción emisor/receptor.⁸⁶

La tercera área de investigación es la que relaciona al cine con la industria cultural. Esta línea —por momentos más filológica que sociológica—, tiene como principales representantes a Theodor W. Adorno y Max Horkheimer de los que hablamos previamente. Casetti refuerza lo planteado, sosteniendo que según la perspectiva de la Escuela de Frankfurt “[...] el consumo masivo es consecuencia de la nueva industria y los nuevos productos, no su raíz; «la constitución del público forma parte del sistema, y no la excusa»”⁸⁷.

La muerte del arte, sentenciada por estos autores (su homogeneización y esquematismo reinante), condena al consumidor a una mera posición reactiva, cercenando su posibilidad de intervención o de participación. Por otra parte, la concepción de la industria cultural como “sistema” dificulta pensar la especificidad del cine, que se disuelve en un fenómeno que engloba (y homogeneiza) desde la radio hasta la televisión. Es Abruzzese quien, retomando algunos de los aportes de estos autores, le imprime un carácter de mayor complejidad a la construcción conceptual de la industria cultural, reincorporando las capacidades de los consumidores y los trabajadores de la cultura para generar prácticas de re-apropiación⁸⁸.

La cuarta y última área de investigación es la que explora los vínculos entre el cine y las representaciones de lo social. Los aportes de Kracauer en este punto son fundamentales para pensar el cine como “testimonio de lo social”⁸⁹, en la medida en que muestra una clave de lectura de las “tendencias psicológicas” de la sociedad, es decir “lo inobservado y recurrente”, el inconsciente de la cultura. Este enfoque (más allá de algunos

⁸⁶ En el Capítulo IV volveremos sobre esta idea.

⁸⁷ CASETTI, F., *Op. cit.*, pág. 138.

⁸⁸ *Ibidem*, pág. 144.

⁸⁹ *Ibidem*, pág. 145.

rasgos deterministas que se le critican) piensa la especificidad del cine y el por qué refleja mejor que otros textos los “motivos inconscientes populares”: esto tiene lugar en la medida en que este fenómeno es esencialmente masivo, tanto en su producción como en su consumo.

Por último aparece la obra de Pierre Sorlin, probablemente uno de los más contemporáneos, histórica y teóricamente, entre los estudios sociológicos del cine. Sorlin complejiza la mirada de Kracauer y propone la noción de “construcción fílmica para pensar el proceso [...] mediante el cual el cine de una época capta un fragmento del mundo exterior, lo reorganiza, le dota de una coherencia y produce, a partir del continuo que es el universo sensible, un objeto finito, concluso, discontinuo y transmisible”⁹⁰. Es por esto que, tal como lo plantea Casetti sobre la síntesis entre semiótica y sociología, “[...] el cine no nos ofrece una imagen de la sociedad, sino lo que una sociedad considera que es una imagen, incluida una posible imagen de sí misma; no reproduce su realidad, sino la forma en que esa sociedad trata la realidad”.⁹¹

Tal como lo entendemos aquí, un abordaje complejo de cualquier fenómeno cinematográfico no debería descuidar ninguna de estas dimensiones. Las tres primeras áreas resultan de interés en términos de la reconstrucción del campo cinematográfico, el papel de los mediadores críticos para la construcción del acontecimiento cinematográfico y la conflictiva relación-tensión entre el campo de gran producción y el campo de producción restringida (que se expresa, en otros términos, en la tensión entre arte y mercancía). La última de las áreas de investigación es, probablemente, la más importante para nuestro trabajo: anclados desde el consumo, pretendemos desentrañar los sentidos (las representaciones) construidos en torno a la imagen de los sectores populares en un fragmento del cine nacional. Pero dicha imagen es pensada de manera compleja, y no como mero reflejo. Esta consideración requiere que ahondemos

⁹⁰ SORLIN en CASETTI, F., *Op. cit.*, págs. 149-150.

⁹¹ CASETTI, F., *Op. cit.*, pág. 151.

en algunos de estos elementos teóricos que son utilizados en el presente trabajo.

2.2.2. El lugar de las "estructuras subjetivas" en la Sociología del Cine

En este trayecto hemos mencionado algunos aportes teóricos que permiten delinear sociológicamente nuestro objeto, aunque más que estudiar el cine en general, nuestro interés aquí está puesto en el *consumo* cinematográfico y en las prácticas de *apropiación* de los filmes. En este sentido, y tal como lo hemos trabajado respecto al consumo, una mirada tal implica pensar teóricamente el lugar de los consumidores y su subjetividad.

Kracauer sostenía que el cine aparece como un documento de lo social. Pero en relación a su consumo, este autor nos señala que la particularidad del dispositivo cinematográfico consiste en que, a diferencia de otras representaciones visuales, la imagen fílmica afecta directamente a los sentidos del espectador⁹². Si bien las razones que el autor arguye pueden ser discutibles (el carácter realista de la representación y el registro del movimiento), el señalamiento de una conmoción del cuerpo más que del intelecto resulta interesante. Esto pone de relieve la relevancia de indagar al espectador también en su carácter inconsciente (aunque no en sentido psicoanalítico) y en sus diversas *sensibilidades*. Los diferentes grados de eficacia del discurso fílmico para producir representaciones, pero también para atraer espectadores, se basará no sólo en la circulación de su llamado, sino en la posibilidad de encontrarse con espectadores que posean la disposición a responder y reconocer dicho llamado (al consumo) y dicho discurso.

Por otra parte, tal como lo señala este autor, el uso de esquemas argumentales estereotipados en el cine consumido por

⁹² KRACAUER, S. *Teoría del cine. La redención de la realidad física*, Barcelona, Paidós, 1989, pág. 205.

las masas implica la necesidad de la industria cinematográfica -para conmover la sensibilidad de los espectadores- de utilizar figuras reconocibles por el público popular, y que a la vez sirvan de válvula de escape para su “necesidad de evasión de la vida”.⁹³ Esa sensación de “dominarlo todo”, que brinda desde el cine un alivio temporal ante la sensación de incompreensión de las fuerzas sociales que gobiernan el mundo,⁹⁴ es la sensación de que la imagen confirma algo que el espectador ya sabía de antemano, de un conocimiento previo: es el reconocimiento de un actor, de un personaje, de un género. Esto pone de relieve la necesidad de indagar sobre aquellas imágenes previas, un acervo de saberes fílmicos con el cual el espectador llega al encuentro de la película, y que condicionará, en algún sentido, su posibilidad de acceder a algún tipo de “placer fílmico”.

El señalamiento, por parte de Metz, acerca de las partes de la maquinaria cinematográfica aporta también algunos elementos al respecto:

La máquina exterior (el cine como industria) y la máquina interior (la psicología del espectador) no sólo mantienen una relación de metáfora, calcando la segunda a la primera, «interiorizándola» como un molde al revés, como un vaciado receptivo de forma idéntica, sino además una relación de metonimia y de complementación segmental: las *ganas de ir al cine* son una especie de reflejo labrado por la industria del filme, pero son asimismo un eslabón real en el mecanismo global de esta industria.⁹⁵

La forma en la que el autor muestra la necesidad de algún tipo de coincidencia o relación entre la subjetividad del espectador y la industria cinematográfica, y cómo esta subjetividad se forma en procesos de “interiorización”, señala nuevamente la importancia de este lugar de encuentro -ya sea consensuado o bien en forma de choque- entre la estructura de la textualidad y el lugar del sujeto en la recepción.

⁹³ Ibidem, pág. 206.

⁹⁴ Ibidem, pág. 222.

⁹⁵ METZ, C., *El significante imaginario*, Barcelona, Paidós, 2001, pág. 24.

Por último, en Pierre Sorlin encontramos algunos elementos fundamentales para pensar los vínculos entre el consumo cinematográfico y las experiencias, conocimientos y trayectorias sociales de los espectadores. En primera instancia, el autor sostiene que el objeto del estudio sociológico del cine son las "mentalidades", entendidas éstas como "modos de percepción", cuya sensibilidad varía de acuerdo al ámbito social en el que se ubique:

Para el estudio sociológico del cine, el "punto de vista" no es indiferente. La atención prestada a los filmes y la sensibilidad a su contenido ideológico varían de un medio a otro, según las readaptaciones, las redistribuciones de la materia fílmica realizadas por los espectadores".⁹⁶

Esto implica que la receptividad de las significaciones propuestas por las películas variará de manera significativa de acuerdo a las clases sociales de los espectadores. A partir de esto el autor plantea que la "cultura cinematográfica" puede entenderse como "[...] el encuentro de los espectadores con el conjunto de los filmes que se les ofrece y como el modo de aprensión del cine nacido de ese encuentro [...]".⁹⁷

Aunque en un contexto tecnológicamente distinto al actual, este autor también señala el lugar del consumo cinematográfico como práctica de distinción:

El consumo de filmes nuevos, unido al uso de otros objetos raros y costosos, sería pues un instrumento de autodefinición. Seguir las exclusivas —lo que también quiere decir conocer los lugares donde se exhiben, estar familiarizado con los barrios en que se encuentran los grandes cines, saber comportarse según las reglas admitidas en las salas de estreno— equivaldría a "clasificarse", a asignarse simbólicamente una clase social⁹⁸.

Este autor permite pensar, en el medio específico del cine, en la transmutación de las desigualdades en diferencias sociales, por lo que plantea que un análisis completo de la instauración de esta "brecha simbólica" debe comprender

⁹⁶ SORLIN, P., *Sociología del cine. La apertura hacia la historia del mañana*, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 1985, pág. 23.

⁹⁷ *Ibidem*, pág. 106.

⁹⁸ *Ibidem*, pág. 109.

[...] no solamente los gastos de los ratos de ocio, comparados con los recursos de los espectadores y de los no-espectadores, estudiar la posición respectiva de los grupos de cinéfilos ante el cine y ante los otros productos culturales, sino también determinar el “valor” relativo atribuido a cada objeto en ese nexo de confrontación social que es el campo de prácticas culturales⁹⁹.

Sorlin, como Kracauer -aunque en una formulación radicalmente distinta- señala también la necesidad de considerar el saber previo de los espectadores, en lo que él llama la “falsa evidencia de las imágenes”:

La actitud de los espectadores traduce una profunda reverencia hacia lo que es visible y lo que se mueve. La imagen lleva en sí una especie de evidencia, que hace las veces de prueba: es tranquilizador ver reforzado por ella lo que ya se sabía. El filme, en estas circunstancias, no convence porque “haga realidad”, porque reproduzca “la realidad”; todos saben bien que la “realidad” del desempleo no reside en una serie deshilvanada de fotografías, ni en la aventura más o menos novelesca de un solo desempleado. El filme sólo persuade porque se conforma a un saber anterior, que en cierta forma viene a autenticar.¹⁰⁰

Este saber resulta, entonces, central para que la imagen fílmica sea percibida como “evidencia”, pero también como “realidad”. En este sentido indagamos sobre este acervo de conocimientos, imágenes y pensamientos como parte constitutiva del habitus de clase de los espectadores, o bien, de sus matrices culturales, tal como las definimos a continuación.

2.3. Una propuesta de síntesis: habitus y matrices culturales

La obra de Pierre Bourdieu pretende una construcción teórica que dé cuenta de la multidimensionalidad de lo social como espacio, a la vez que de la razonabilidad de las prácticas como objeto de análisis. Como proyecto de investigación, la sociología de la cultura para este autor tiene un lugar central, no

⁹⁹ *Ibidem*, pág. 113.

¹⁰⁰ *Ibidem*, pág. 33.

sólo por los objetos de indagación privilegiados en su obra (los campos de producción y los mercados de consumo de bienes simbólicos), sino por el estatus teórico del conocimiento —práctico— y reconocimiento de los agentes en su producción:

[...] la ciencia social no puede “tratar los hechos sociales como cosas”, según el precepto durkhemiano, sin dejar escapar todo lo que deben al hecho de que son objetos de conocimiento (aunque se trate de un desconocimiento) en la objetividad misma de la existencia social¹⁰¹.

En este sentido, la sociología de Bourdieu como teoría de las prácticas y de los campos concibe al espacio social a la vez como un campo de relaciones de “fuerza” y de “sentido”, es decir, como unas distribuciones objetivas y un conocimiento práctico construido por los agentes sobre la “base de la experiencia de esas distribuciones; y que es tan objetivo como esas distribuciones”.

A partir de esta noción sobre la realidad social, las construcciones teóricas de este autor, tal como él mismo lo declara en repetidas ocasiones, intentan superar las falsas dicotomías entre los “problemas de la acción” y los “problemas del orden”, o bien, entre la actividad del agente (fenomenología social), y las estructuras o condiciones objetivas (física social), en la construcción de una “economía política unificada de las prácticas”.¹⁰² Así, el autor sostiene que

[...] entre las condiciones de existencia y las prácticas o las representaciones se interpone la actividad estructurante de los agentes que, lejos de reaccionar mecánicamente a unos estímulos mecánicos, responden a los llamamientos o las amenazas de un mundo cuyo sentido ellos mismos han contribuido a producir¹⁰³.

Planteado esto, y teniendo en cuenta los desarrollos de líneas teóricas y de investigación antes reseñados, debemos precisar

¹⁰¹ BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pág. 207.

¹⁰² WACQUANT, L., “Hacia una praxeología social: la estructura y la lógica de la sociología de Bourdieu”, BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005, pág. 27.

¹⁰³ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, op. cit., pág. 478.

cómo concibe Bourdieu la dimensión objetiva de lo social a partir de su categoría de campo, espacio social y clase social, para comprender la manera en la que la categoría de habitus permite dar cuenta de las disposiciones subjetivas a partir de las cuales los consumidores producen sentidos, realizan actos de consumo y practican apropiaciones de los filmes aquí analizados¹⁰⁴.

2.3.1. Campo, Espacio y Clases sociales

Siguiendo a Alicia Gutiérrez, puede plantearse que el concepto de campo en el análisis de los fenómenos culturales le permite a Bourdieu tomar distancia tanto de los análisis inmanentistas-formalistas, como de aquellas perspectivas reduccionistas —en el sentido de “sociologistas”—. Ambas compartirían un mismo error: “[...] el hecho de ignorar que las prácticas que se analizan se insertan en un universo social específico, un campo de producción específico, definido por sus relaciones objetivas”¹⁰⁵.

Los campos (en un sentido general) se presentan como “espacios estructurados de posiciones”, cuya disposición se expresa como un “estado de las relaciones de fuerza entre los agentes o instituciones que participan en la lucha” por aquello que está en juego, es decir, por el capital específico¹⁰⁶ que define

¹⁰⁴ Nuestro trabajo se centra fundamentalmente en esta dimensión de lo incorporado y las trayectorias que delinean dicha incorporación, más que en la reconstrucción de las dinámicas del campo (lo cual no releva de la obligación de tener esta dimensión en cuenta). Esta dualidad del trabajo sociológico se vincula a una manera de entender las rupturas de la reflexividad como momentos: “Primero, dejamos de lado las representaciones mundanas para construir las estructuras objetivas (espacios de posiciones), la distribución de recursos socialmente eficientes que definen las tensiones externas que se apoyan en las interacciones y representaciones. Segundo, reintroducimos la experiencia inmediata y vívida de los agentes con el fin de explicar las categorías de percepción y apreciación (*disposiciones*) que estructuran su acción desde el interior” (WACQUANT, L., *op. cit.*, pág. 37).

¹⁰⁵ GUTIÉRREZ, A., “A modo de introducción: los conceptos centrales en la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu”, BOURDIEU, P., *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pág. 10.

¹⁰⁶ Es necesario recordar la ruptura de Bourdieu con respecto a las concepciones sustancialistas. En este sentido, no debemos pensar los distintos capitales como distintas cosas poseídas por los agentes. Antes bien, debemos pensarlos como relaciones: “[...] al ser el capital una relación social, es decir, una energía social que ni existe ni produce sus efectos si no es en el campo en el que se produce y reproduce, cada una de las propiedades agregadas a la clase recibe su valor y su eficacia de las leyes específicas de cada campo

al campo como tal¹⁰⁷. En cierto modo, Bourdieu establece dos condiciones esenciales para el funcionamiento de todo campo: gente dispuesta a jugar el juego, con el conocimiento práctico y el reconocimiento de las reglas de juego necesario para hacerlo —conocimiento que sólo puede ser adquirido por medio de una socialización-interiorización de las estructuras del campo mismo—. Mientras esta última condición alude a la noción de habitus —a la cual nos abocaremos en el siguiente apartado— la primera se refiere a lo que Bourdieu denomina interés o *ilussio*, “[...] comprendido como la inversión específica en lo que está en juego, que es a la vez condición y producto de la pertenencia al campo”,¹⁰⁸ es decir, la producción de una creencia en el campo, que produce en ciertas condiciones una “complicidad ontológica”¹⁰⁹ de las estrategias de los agentes con la existencia misma del sistema relacional.

El origen de la categoría de campo surge de la apropiación de Bourdieu de la sociología de la religión weberiana, y responde a su lectura del proceso de la modernización como racionalización en donde se identifica una serie de universos sociales autónomos (en cuanto a capitales y reglas de juego, profesionalización, formación de público y mercado autónomo, posiciones, posibilidades de reconversión, etc.). A la posición interaccionista weberiana, Bourdieu le agrega su punto de vista estructural-relacional sobre la composición y el modo de funcionamiento del campo y de las estrategias de oposición en él¹¹⁰.

Podemos reconocer en Bourdieu diversos campos más o menos autónomos: el campo económico, el campo cultural (en su in-

[...]” (BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, op. cit., pág. 112). También podemos pensar al capital como un conjunto de “bienes” que se “acumulan, producen, distribuyen, consumen, invierten y pierden”, y que además tienden a aparecer como “raros” y dignos de ser buscados (GUTIÉRREZ, A. *Pierre Bourdieu. Las prácticas sociales*, op. cit., págs. 34-35).

¹⁰⁷ BOURDIEU, P., “Algunas propiedades de los campos”, *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires, Quadrata, 2003.

¹⁰⁸ Ibídem, pág. 125.

¹⁰⁹ WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 49.

¹¹⁰ GUTIÉRREZ, A., “A modo de introducción: los conceptos centrales en la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu”, *Op. cit.*, pág. 10.

terior, el académico, el artístico, etc.), el campo político, el campo religioso, etc. Sin embargo, dicha autonomía no quita que cada uno de estos campos —por ejemplo, los “espacios de preferencias” (propios del campo de los bienes culturales)— se encuentre estructuralmente vinculado (y exprese de esta manera) a la estructura de distribuciones del espacio social:

Si entre todos los universos posibles no existe ninguno como el universo de los bienes de lujo y, entre estos, de los bienes culturales, que parezca tan predispuesto a expresar las diferencias sociales, es porque *la relación de distinción se encuentra objetivamente inscrita en él* y se vuelve a activar, se sepa o no, se quiera o no, en cada acto de consumo, mediante los instrumentos de apropiación económicos y culturales que la misma exige¹¹¹.

El campo o espacio social es un espacio multidimensional, del cual podemos distinguir tres dimensiones fundamentales de construcción: el *volumen* de capital, su *estructura* y la *trayectoria* social de los agentes. La primera (volumen) define, justamente, las diferencias primarias del espacio social basándose en la desigualdad de recursos entre las clases más privilegiadas y las más desposeídas en cuanto a capital *económico* y *cultural*. Mientras que éstos funcionan como los “principios de estructuración” del espacio social, el capital social y el capital simbólico funcionan como los “principios de rentabilidad adicional” de estos capitales.¹¹²

¹¹¹ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Op. cit., pág. 223.

¹¹² De aquí en adelante utilizaremos estos términos en el sentido que les atribuye Alicia Gutiérrez: el capital económico es, probablemente, el que Bourdieu menos se esfuerza en definir, aunque refiere claramente a la propiedad-acumulación de bienes materiales, monetarios, ingresos, etc. Constituye el capital *dominante*, así como también, en cuanto campo, tiende a imprimir su estructura en el resto de los campos (conservando éstos siempre la relativa autonomía de la que hablaríamos). En segundo lugar, “El capital cultural está ligado a conocimientos, ciencia, arte, y se impone como una hipótesis indispensable para rendir cuenta de las desigualdades de las performances escolares” (GUTIÉRREZ, A. *Pierre Bourdieu. Las prácticas sociales*, op. cit., pág. 36). Por su parte, “El capital social está ligado a un círculo de relaciones estables” (Ibidem, pág. 37), también denominadas *redes*, más o menos institucionalizadas, de reconocimiento de la honorabilidad y la respetabilidad del agente y que a su vez puede generar beneficios tanto materiales como simbólicos, producto de estrategias de inversión y reproducción social. Por último, el capital simbólico alude a la acumulación de bienes como el “honor”, el “prestigio” y el “reconocimiento” (posesión *legítima* de un capital en un campo), y es el que añade la fuerza simbólica o

La segunda, (estructura patrimonial) en cambio, define las fracciones de clase en base a diferencias secundarias. Esto implica que las "formas diferentes de distribución del capital global entre las distintas especies de capital" definen principios de elección, capacidades de reproducción, gustos y representaciones, claramente diferenciados entre, por ejemplo, los "productores artísticos" (poseedores de una proporción mayor de capital cultural) y los "patronos industriales" (poseedores de proporción mayor de capital económico). Dicha estructura lleva muchas veces a la producción de prácticas simbólicas diametralmente opuestas y prácticas de distinción que definen conflictivamente una y otra fracción —aunque ambas pertenezcan al "campo de poder" o "clase dominante"—.¹¹³

La tercera dimensión, la del tiempo o la trayectoria, se vincula, como ya venimos anunciando, a la recomposición de unidades de análisis más homogéneas en términos de condiciones de producción de habitus (esquemas y disposiciones), con lo cual dejaremos su desarrollo para el siguiente apartado.

De esta manera, la construcción del espacio social en Bourdieu implica la reconstrucción del sistema de posiciones sociales, las relaciones de fuerza trabadas entre ellas y las relaciones de sentido tejidas en torno a las posiciones (la manera en la que los agentes comprenden este espacio social y construyen conocimiento en su contexto).

A partir de este desarrollo, hablar de clases sociales para este autor requiere una serie de recaudos tanto teóricos como epistemológicos. Bourdieu construye su crítica de la teoría marxista de las clases a partir de tres elementos centrales: la carencia de una concepción relacional, la falta de visión multidimensional y la desatención a la dimensión simbólica.

eficiencia mágica al uso y estrategias basadas en los otros capitales. De esta idea se deriva la interpretación de aquellas prácticas de "violencia eufemizada" que el autor nomina como violencia simbólica.

¹¹³ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Op. cit., pág. 223.

Sobre la base del conocimiento del espacio de las posiciones podemos recortar *clases* en el sentido lógico del término, es decir, conjuntos de agentes que ocupan posiciones semejantes y que, situados en condiciones semejantes y sometidos a condicionamientos semejantes, tienen todas las probabilidades de tener disposiciones e intereses semejantes y de producir, por lo tanto, prácticas y tomas de posición semejantes.¹¹⁴

En este sentido, el autor critica la noción de clase como *entidad* empírica, como algo real que el investigador pudiera encontrarse en el campo de investigación, y que pudiera ser captado con una encuesta o cualquier otro instrumento de recolección de datos. No por esto desconoce la posibilidad de una clase social de devenir en sujeto de acción colectiva, aunque para ello se vuelve necesario un acto de nominación y representación con el poder simbólico necesario para dotar de existencia reconocida a la clase social¹¹⁵. El señalamiento se centra en no confundir la clase construida teóricamente por el investigador con un conjunto de agentes delimitados y existentes, con una clase actual: tal como lo planteamos respecto al capital, la clase aparece aquí, sobre todo, como una hipótesis de trabajo.

Es así que en la denominada “situación de clase” se distinguen dos aspectos fundamentales: el primero, la “condición de clase”, está dada por las condiciones materiales de existencia y práctica profesional (posesión o no posesión de bienes). A su vez, la “posición de clase” refiere al lugar ocupado en la estructura de clases (posesión relativa de bienes y procesos de dominación-dependencia), en relación a las demás clases sociales.¹¹⁶ El carácter relacional de la definición hace que estos dos

¹¹⁴ BOURDIEU, P., “Espacio social y génesis de las «clases»”, *Sociología y Cultura*, México DF, Grijalbo, 2002, pág. 281.

¹¹⁵ *Ibidem*, pág. 308.

¹¹⁶ GUTIÉRREZ, A., “Clases, espacio social y estrategias: una introducción al análisis de la reproducción social en Bourdieu”, BOURDIEU, P., *Campo de poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de las clases*, Córdoba, Ferreyra Editor, 2006. En este punto los desarrollos de Bourdieu podrían entrar en un fructífero intercambio dialógico con los desarrollos teóricos de Raymond Williams y Edward P. Thompson. Tal como sostiene Javier Auyero, “La cultura, para ambos [Williams y Thompson], contiene sentidos y valores que emergen de diferentes grupos sociales y clases sobre la base de sus condiciones de existencia. A través de estos sentidos, significados y valores, los agentes

aspectos se enlacen de manera que la lectura en términos de clase adquiera una complejidad tal que permita reconocer tanto el vector sincrónico (el estado de fuerzas) como el diacrónico (la trayectoria social de los agentes en la clase). Es a partir de esta epistemología relacional que entendemos la significatividad del orden de los términos en el título de uno de los textos más importantes de Bourdieu: "Espacio social y génesis de las clases", en donde el espacio está primero (su construcción), y luego recién aparecen las clases.¹¹⁷

La clase social no se define por una propiedad [...] ni por una suma de propiedades [...] ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental (la posición en las relaciones de producción) en una relación de causa a efecto, de condicionante a condicionado, sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas¹¹⁸.

Por otra parte, y retomando lo antes trabajado, este autor se abocó a analizar las prácticas de consumo en la medida en que sirven para desentrañar aquellas estrategias de distinción que transmutan las diferencias materiales en signos de diferenciación cultural. Esto tiene sentido en la medida en que, como planteamos en un primer momento, el conocimiento práctico puesto en juego por los agentes cumple un rol fundamental en su teoría. A partir de esto podemos comprender su planteo de que no existe espacio social por fuera del espacio percibido, o

manejan, procesan y entienden sus condiciones de existencia. Estos procesos de comprensión están incorporados en tradiciones y prácticas. Es este abordaje el que emparenta a los neomarxistas ingleses con el «estructuralismo constructivista» de Bourdieu: la noción de habitus de este último condensa la relación dialéctica entre condiciones de existencia, prácticas y esquemas de percepción" (AUYERO, J., "El lugar de la cultura en la sociología norteamericana", AUYERO, J. (comp.), *Caja de herramientas. El lugar de la cultura en la sociología norteamericana*, Quilmes, UNQ, 1999, pág. 40). Cuando utilizemos complementariamente categorías propias de esta tradición, el marxismo inglés, lo haremos basados en este parentesco.

¹¹⁷ BARANGER en GUTIÉRREZ, A., "Clases, espacio social y estrategias: una introducción al análisis de la reproducción social en Bourdieu", *Op. cit.*, pág. 16.

¹¹⁸ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, *Op. cit.*, pág. 104.

bien, de que la percepción del espacio social forma parte constitutiva del espacio social mismo.

En este esquema, el reconocimiento de las diferencias como significativas, constituye un acto de “hacer las diferencias”, un acto de enclasmiento. Bourdieu sostiene que “Una clase se define por su *ser percibido* tanto como por su *ser*; por su consumo —que no tiene necesidad de ser ostentoso para ser simbólico— tanto como por su posición en las relaciones de producción (incluso si fuera cierto que ésta rige a aquél)”¹¹⁹. Esta idea resulta central para nuestro trabajo: señala la importancia de las percepciones, las representaciones y la lucha por ellas, es decir, la lucha por el poder sobre la formación de esquemas de percepción, clasificación y acción: la estructura del espacio social y las relaciones entre las clases (medias y populares, por ejemplo) están constituidas también por las maneras en que los agentes de cada una perciba a su otro-de-clase. Para que la *toma de posición* tenga lugar no basta con la ocupación de un *lugar* relacional, sino que el agente debe contar con las disposiciones —incorporadas— necesarias para el acto de reconocimiento.

[...] sólo hay diferencia socialmente conocida y reconocida para un sujeto capaz no sólo de percibir las diferencias, sino también de reconocerlas como significantes, interesantes, es decir, para un sujeto provisto de la aptitud y la inclinación a *hacer* las diferencias que se tienen por significativas en el universo social considerado.¹²⁰

Teniendo en cuenta la particular importancia de las fracciones intelectuales de las clases medias para nuestro trabajo, podemos esbozar, siguiendo a Maristella Svampa¹²¹ un ensayo de definición de estos sectores en Argentina a partir de cuatro características fundamentales: 1) debilidad en cuanto a su posición estructural; 2) heterogeneidad y fragmentación social y ocupacional; 3) identidad profundamente vinculada a la movilidad social ascendente y, en este sentido, a la Escuela y al

¹¹⁹ *Ibidem*, pág. 494.

¹²⁰ BOURDIEU, P., “Espacio social y génesis de las «clases»”, *op. cit.*, pág. 292.

¹²¹ SVAMPA, M., *Op. cit.*, pág. 130.

Estado como instituciones; y 4) una autodefinición positiva a través de su capacidad de consumo y a la construcción de un "estilo de vida". Si bien la ligazón entre clases medias y cultura es un componente histórico de este sector a lo largo del siglo XX¹²², Svampa sostiene que este vínculo se profundiza con las transformaciones de la estructura social durante los noventa, las cuales socavan aún más su base económica¹²³. Es por esto que, teniendo en cuenta los sujetos y prácticas aquí estudiados, consideramos los "consumos culturales" como un factor identitario-estructural en la definición y constitución de las clases medias y sus fracciones intelectuales.¹²⁴

La teoría de Bourdieu no es simplemente una teoría estructural, sino más bien una *teoría de las prácticas sociales*. Lo social no existe sólo en las *cosas*, sino también en los *cuerpos*.¹²⁵ Y la categoría de clase no es la excepción, tal como se desprende del próximo apartado.

2.3.2. Habitus de clase: posición y percepción

El concepto de habitus ha sido ampliamente utilizado y citado, aunque no siempre de la misma manera, en diversas investigaciones. Su uso puede oscilar entre explicaciones más reproductivistas y comprensiones más centradas en la actividad del agente, justamente porque en esta ambigüedad consiste la complejidad de la resolución teórica que toma ese nombre. En este trabajo tomamos una definición que enfatice el aspecto que más interesa en nuestra construcción del objeto del consumo: la apropiación y la producción de sentidos en torno a un bien cultural (los filmes) y su interpretación.

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de *dis-*

¹²² WORTMAN, A., "Identidades y consumos culturales", *op. cit.*

¹²³ SVAMPA, M., *Op. cit.*, pág. 139.

¹²⁴ *Ibidem*, pág. 157.

¹²⁵ BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., "El propósito de la sociología reflexiva", *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005, pág. 188.

posiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta.¹²⁶

Esta noción alude a una serie de dimensiones que anclan en la manera en que, para este autor, lo individual es social, y lo social, individual: “El habitus es una subjetividad socializada”.¹²⁷ A riesgo de pecar de esquematismo, pensamos la categoría de habitus en función de las siguientes dimensiones:

- La coherencia de las prácticas: esta categoría permite dar cuenta de la lógica de las prácticas a partir de una matriz homogeneizada, durable y aplicable a una diversidad de ámbitos: “Unidad sistémica de todas las prácticas, el habitus es *sentido práctico* (sentido del jugo social) y tiene una lógica propia, que es necesario aprehender para poder explicar y comprender las prácticas.”¹²⁸
- La historia: el habitus no es sólo una estructura, sino que es producto de la incorporación de estructuras objetivas a partir de una trayectoria, de un tiempo. El habitus es, a la vez, producto y productor de la historia (hecha cuerpo). Es historia incorporada (como esquema), naturalizada y olvidada.¹²⁹
- La indeterminación: la interiorización de la exterioridad, por medio de la cual toma cuerpo el habitus, da lugar al ejercicio de las fuerzas externas (condiciones objetivas del

¹²⁶ BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, *Op. cit.*, pág. 86.

¹²⁷ BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 186. La articulación y el reconocimiento de lo singular es expresado por Martínez, cuando sostiene que “Sistema de esquemas de percepción y acción, el *habitus* podría ser considerado un sistema «subjetivo» y «singular» (en el sentido en que es un agente individual, particular, que esta sujeto) pero no «individual» (en el sentido de individualismo subjetivista)” (MARTÍNEZ, A. T., *Pierre Bourdieu. Razones y lecciones de una práctica sociológica*, Buenos Aires, Manantial, 2007, pág. 221).

¹²⁸ GUTIÉRREZ, A., “A modo de introducción: los conceptos centrales en la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu”, *Op. cit.*, pág. 16.

¹²⁹ BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, *Op. cit.*, págs. 88-89.

campo), aunque "según la lógica del cuerpo que interioriza". Esto implica pensar en una determinación histórica (tal como hemos planteado) en términos de imposición de límites, de prácticas con una relativa imprevisibilidad, más allá de que el funcionamiento del habitus se vincule siempre a la producción y reproducción del mundo social, su estructura y su dinámica. En este sentido, Bourdieu entiende al habitus como la reactivación del sentido objetivado en las instituciones¹³⁰.

- Construcción cognitivo-corporal: como ya planteamos acerca de la teoría social de Bourdieu, el conocimiento tiene un lugar central en la construcción de la objetividad y la subjetividad social. Pero dicho conocimiento no presenta sesgos mentalistas. El conocimiento del que habla Bourdieu (pero también los fenomenólogos, interaccionistas y etnometodólogos) es un conocimiento práctico, en los cuerpos, in-consciente en el propio sentido de la palabra disposición. No es intelectualizado ni absolutamente mecánico. Es, justamente, práctico, profundamente situado en contexto, aunque en un contexto (esta es la diferencia con los fenomenólogos, interaccionistas y etnometodólogos) que excede la interacción cara a cara, y se sitúa a nivel estructural-relacional.

- Horizonte de lo posible y lo pensable: el esquema, producto de esta incorporación, condiciona y estructura en la medida en que regula la comprensión, la percepción y, por lo tanto, la acción, no simplemente por la fuerza de estos esquemas subjetivos, sino fundamentalmente por la conformidad (la puesta en relación) entre aquello que es "sentido" como "adecuado para nosotros", y aquello que objetivamente (en relación a las posiciones) es "adecuado para nosotros"¹³¹. En este sentido, Bourdieu sostiene que

En realidad, dado que las disposiciones inculcadas perdurablemente por las posibilidades e imposibilidades, las libertades y las necesidades, las facilidades y los impedimentos que están inscritos en las condiciones objetivas [...] engendran disposiciones objetivamente compatibles con esas condiciones y en cierto modo preadaptadas a sus exigencias, las prácticas más improbables se ven excluidas, antes de cualquier examen, a título de

¹³⁰ Ibídem, pág. 93.

¹³¹ GUTIÉRREZ, A., "A modo de introducción: los conceptos centrales en la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", *Op. cit.*

lo *impensable*, por esa suerte de sumisión inmediata al orden que inclina a hacer de la necesidad virtud, es decir, a rechazar lo rechazado y a querer lo inevitable.¹³²

Tal como sostiene Ana Teresa Martínez,¹³³ el concepto de habitus no sirve solamente como “noción articuladora de las prácticas del agente”, sino también como “concepto de carácter operatorio” en tanto nudo de relaciones sociales que da lugar a pensar los casos particulares como tales (cualitativa y cuantitativamente).

Explicar y comprender las prácticas en Pierre Bourdieu implica, en el sentido en el que lo hemos dicho antes, vincular las condiciones sociales de producción del habitus, por un lado, y sus condiciones sociales de operación, por otro. Esto señala un elemento de vital importancia en la medida en que dichas condiciones pueden (y muchas veces lo hacen) no coincidir:

El habitus se revela —recuerden que consiste en un sistema de disposiciones, es decir, de virtualidades, potencialidades y eventualidades— sólo en relación con una situación determinada. Es sólo *en su relación con* ciertas estructuras que el habitus produce determinados discursos o prácticas.¹³⁴

Esto debe ser considerado para los ámbitos de la producción y el consumo simbólico. Si bien Bourdieu, tal como lo sostiene en *La distinción*, piensa el vínculo entre estos ámbitos como relaciones de homología, el desplazamiento de uno a otro puede poner en práctica lógicas distintas de percepción y de enunciación de la percepción, que el análisis muestra al reconstruir las trayectorias de formación de los habitus.

La coherencia que se observa en todos los productos de aplicación de un mismo habitus no tiene otro fundamento que la coherencia que los principios generadores constitutivos de ese habitus deben a las estructuras sociales (estructura de las relaciones entre los grupos, sexos o clases de edad, o entre las clases

¹³² BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, *Op. cit.*, pág. 88.

¹³³ MARTÍNEZ, A., *Op. cit.*, pág. 220.

¹³⁴ BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 197.

sociales) de las que son el producto y que tienden a reproducir bajo una *forma transformada* e irreconocible, insertándolas en la estructura de un sistema de relaciones simbólicas.¹³⁵

Volvamos a lo sustantivo para nuestra investigación: aquí interesa dotarse de elementos teóricos para comprender unas prácticas de apropiación de la imagen de lo popular en las producciones de Caetano y Trapero. Esto implica explicar la particular "percepción" de unos sectores sociales y sus construcciones simbólicas. En otras palabras, las percepciones de un público que, tal como veremos, mira, interpreta y se apropia –desde su propia posición en el espacio social– de las condiciones, de la imagen y de la estética de esta otra posición de clase (lo popular). Es por esto que nos interesa, por un lado, analizar los instrumentos de conocimiento y comunicación, las categorías y las sensibilidades, a partir de las cuales se percibe esta imagen de las clases populares. Pero también, en qué condiciones estos instrumentos se ponen en funcionamiento y son efectivos en la constitución y consenso de sentido, es decir, en la construcción de representaciones sobre alteridades de clase. Y por último, las trayectorias, los procesos de formación, socialización y sociabilidad que constituyen estos esquemas (instrumentos, recursos interpretativos, matrices narrativas, acervo imaginario y fílmico) y los ponen en funcionamiento.

De allí que recurrimos a la categoría de habitus de clase –"cultura incorporada", o bien "clase hecha cuerpo"¹³⁶, es decir, "sentido de clase"– como una herramienta vital para pensar un fenómeno de percepción de imágenes que representan la alteridad de clase. En última instancia, son prácticas de percepción del otro-de-clase, mediadas por las reglas propias del consumo cultural. A partir de esta noción, Bourdieu intenta trascender la mera explicación objetiva de las prácticas, teniendo en cuenta tanto las condiciones de existencia, las posiciones sociales, como la posibilidad de producción de un "mundo de sentido co-

¹³⁵ BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, Op. cit., pág. 151.

¹³⁶ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Op. cit., pág. 188.

mún”¹³⁷. Así, la categoría de clase social, tal como la veníamos trabajando, permite aprehender cierta homogeneidad en las prácticas a partir del carácter compartido de las condiciones objetivas, tanto como de sus habitus producidos a partir de “las mismas experiencias y en el mismo orden”.¹³⁸

Hablamos entonces de habitus de clase como la constitución de estructuras (estructurantes y estructuradas) de percepción, pensamiento y acción a partir de una posición en el espacio social. Enfatizamos las dos primeras (percepción y pensamiento) por el tipo de indagación que aquí practicamos, aunque concebimos al consumo mismo como una práctica en toda su dimensión. En este sentido, Bourdieu sostiene que

Para ello se hace necesario volver al principio unificador y generador de las prácticas, es decir, al *habitus* de clase como forma incorporada de la condición de clase y de los condicionamientos que esta condición impone; por consiguiente, hay que construir la *clase objetiva* como un conjunto de agentes que se encuentran situados en unas condiciones de existencia homogéneas que imponen unos condicionamientos homogéneos y producen unos sistemas de disposición homogéneas, apropiadas para engendrar unas prácticas semejantes, y poseen un conjunto de propiedades comunes, propiedades *objetivadas*, a veces garantizadas jurídicamente (como la posesión de bienes o de poderes) o *incorporadas*, como los *habitus* de clase (y, en particular, los sistemas de esquemas clasificadores)¹³⁹.

Dicho esto, entendemos al habitus de clase como una forma de pensar la hipotética continuidad u homogeneidad en las percepciones que un público homogéneo en cuanto a volumen y estructura de capital —es decir, en cuanto a posición en el espacio social—, tendrá de la producción de imágenes fílmicas sobre el pueblo. No sólo por esta homogeneidad estructural, sino por la homogeneidad de los sistemas de disposición con los que leen, interpretan y se apropian de estas imágenes. Sumamos, enton-

¹³⁷ BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, *Op. cit.*, pág. 94.

¹³⁸ *Ibidem*, pág. 97.

¹³⁹ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, *Op. cit.*, pág. 100.

ces, un último componente de esta categoría: la cuestión de las representaciones.

Por otra parte, la representación que los agentes se hacen de su propia posición y de la posición de los otros en el espacio social (así como por lo demás la representación que dan de ella, consciente o inconscientemente, por sus prácticas o sus propiedades) es el producto de un sistema de esquemas de percepción y de apreciación que es él mismo el producto incorporado de una condición (es decir de una posición determinada en las distribuciones de las propiedades materiales y del capital simbólico).¹⁴⁰

A partir de esta idea entendemos que las prácticas y relaciones de distinción no se ponen en juego exclusivamente en el uso de los bienes y consumos culturales, sino también en el acto mismo de consumo como producción de sentido, como producción de representaciones: la distinción se ubica allí donde se piensan y se imaginan las otras posiciones, las otras clases. Allí donde sedimenta la propia identidad de clase.

Sin embargo, la propuesta de Bourdieu no se restringe a reconocer allí (entre los sistemas de disposición formados en condiciones comunes) exclusivamente homogeneidad. El uso de la noción de homología pretende, justamente, reconocer la diversidad en la homogeneidad, y en este sentido, identificar, en los sistemas de disposición individuales, variantes estructurales de los habitus de clase.

El principio de las diferencias entre los habitus individuales reside en la singularidad de las *trayectorias sociales*, a las cuales corresponden series de determinaciones cronológicamente ordenadas e irreductibles las unas a las otras: el habitus que, en función de las estructuras producidas por las experiencias anteriores, estructura en cada momento las experiencias nuevas que afectan a esas estructuras en los límites definidos por su poder de selección, realiza una integración única, dominada

¹⁴⁰ BOURDIEU, P., *El sentido práctico*, Op. cit., págs. 224-225.

por las primeras experiencias, de las experiencias estáticamente comunes a los miembros de una misma clase.¹⁴¹

Este elemento aparece como otro punto nodal de nuestra indagación. La mirada del investigador debe luchar contra la práctica de barrido que borra las sutiles y no tan sutiles diferencias de apropiación e interpretación allí en el acto de visionado de los filmes, a partir de la aplicación irreflexiva de una categoría como la de habitus de clase. Su poder explicativo no debe llevar al desconocimiento de una cierta heterogeneidad irreductible de toda muestra, de todo objeto, y debe tomar las divergencias como parte de la indagación. En este sentido entendemos que toda percepción estructurada, antes que ser producto de la aplicación de un habitus unívoco, es el resultado de la articulación de estructuras homologadas de carácter más general (vinculadas a los códigos de clase y fracción de clase incorporados) con estructuras más singulares formadas en las trayectorias particulares, familiares, políticas y profesionales de los agentes (en nuestro caso, cinefilia más ortodoxa, cinefilia vinculada a la militancia, cinefilia marginal).

Cada sistema de disposiciones individuales no es entonces sino una variante estructural de los otros, pero una verdadera variante, en la que la complejidad de sus disposiciones está en relación de correspondencia con la complejidad de su posición en la estructura y de su trayectoria particular.¹⁴²

La complejidad de este aparato teórico nos obliga a pararnos siempre desde una perspectiva relacional, en donde las prácticas deben ser comprendidas como resultados contingentes de presiones estructurales diversas —más allá de que por las decisiones tomadas en la formulación del proyecto de investigación, el foco haya sido puesto en algunos de estos polos en detrimento de los otros.

Es la doble y oscura relación entre los habitus, es decir, los sistemas perdurables y trasladables de esquemas de percepción,

¹⁴¹ *Ibidem*, pág. 98.

¹⁴² MARTÍNEZ, A., *Op. cit.*, pág. 222.

apreciación y acción que resultan de la institución de lo social en el cuerpo (o en los individuos biológicos) y los campos, es decir, los sistemas de relaciones objetivas que son el producto de la institución de lo social en las cosas o en mecanismos que tienen prácticamente la realidad de objetos físicos; y, por supuesto, de todo lo que nace de esta relación, esto es, prácticas y representaciones sociales o campos, en la medida en que se presenten como realidades percibidas y apreciadas.¹⁴³

Queda plantear, entonces, que en este trabajo entenderemos el consumo de cine en tanto práctica enclasadada y enclasante. Esta afirmación —que tiene fines más heurísticos que vocación de definición— plantea varios sentidos de lectura. Primero, porque permite entenderlo como parte de una lucha simbólica por bienes que funcionan como “signos distintivos”¹⁴⁴. Pero además —en el mismo sentido— porque obliga a pensar en la recursividad necesaria (el capital y el habitus como instrumentos) para dicha apropiación. Segundo, esta afirmación obliga a pensar la importancia de las clasificaciones en el análisis social¹⁴⁵. Esto implica tanto el vínculo relacional estrecho entre una objetividad de primer orden (la distribución de recursos materiales y simbólicos) y una objetividad de segundo orden (los sistemas de clasificación incorporados)¹⁴⁶. En este sentido, la cuestión de la clasificación presenta un carácter producido, pero también un carácter productivo.

La división en clases que opera la ciencia conduce a la raíz común de las prácticas enclasables que producen los agentes y de los juicios clasificatorios que éstos aplican a las prácticas de los otros o a sus propias prácticas: el *habitus* es a la vez, en efecto, el *principio generador* de prácticas objetivamente enclasables

¹⁴³ BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 187.

¹⁴⁴ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, *Op. cit.*, pág. 246.

¹⁴⁵ Esta es una de las formas en las que se expresa la filiación estructuralista de Bourdieu a la tradición de autores clásicos como Durkheim o Mauss. La ligazón entre las divisiones sociales y las estructuras mentales es una forma más de expresar y reconocer la doble existencia de lo social, de la cual nos habla el autor (WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 39).

¹⁴⁶ WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 32.

y el sistema de enclasmiento (*principium divisionis*) de esas prácticas.¹⁴⁷

Y tercero, respecto a este carácter productivo de las clasificaciones, parece fundamental el hecho de que, para Bourdieu, la generación de signos de distinción, en tanto instauración simbólica de las diferencias, resulte central para pensar las identidades de las clases sociales aquí analizadas.

Los sujetos enclasantes que enclasan las propiedades y las prácticas de los demás, o las suyas propias, son también objetos enclasables que se enclasan (a los ojos de los demás) al apropiarse unas prácticas y unas propiedades ya enclasadas [...] las más enclasantes y las mejor enclasadas de esas propiedades son, evidentemente, las que están expresamente designadas para funcionar como *signos de distinción* o *marcas de infamia*, estigmas, y sobre todo los nombres y los títulos que expresan la pertenencia a las clases cuya intersección define en un momento dado del tiempo la *identidad social* —nombre de la nación, de la región, de la etnia o la familia, nombre de la profesión, titulación académica, títulos honoríficos, etcétera—.¹⁴⁸

Planteada esta relación entre identidades sociales y prácticas de enclasmiento, pasamos a ocuparnos de dos textos de vital importancia para nuestro trabajo, en donde Bourdieu aborda la percepción estética como una forma de clasificación.

2.3.3. Percepción estética

La idea de percepción estética para Bourdieu se deriva de un supuesto fundamental en su teoría: el proceso de racionalización, profesionalización y autonomización del campo artístico. Esto implica, tal como lo explicamos antes, la dotación de una dinámica particular de relaciones, regida por el establecimiento de bienes específicos en disputa (capital), y de criterios específicos de legitimidad. Desde este punto de vista, la noción

¹⁴⁷ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Op. cit., pág. 169.

¹⁴⁸ *Ibidem*, pág. 492.

de percepción estética como categoría implica, para Bourdieu: 1) un acto de desciframiento ("comprensión"); 2) la competencia en el código en el que fue cifrada la obra ("leemos lo que vemos en función de lo que sabemos")¹⁴⁹; y 3) el uso de medios de apropiación¹⁵⁰ adecuados para el logro del deleite específicamente artístico, es decir, erudito (ya sea directamente, como goce artístico, o indirectamente, como distinción).¹⁵¹

Así, en el seno de la categoría de los objetos producidos por el hombre, definidos por oposición a los objetos naturales, la categoría de los objetos de arte se definiría por el hecho de que reclama ser percibida según una intención propiamente estética, es decir, en su *forma* más que en su *función*.¹⁵²

El reclamo de una percepción que, armada de los criterios legítimos, no importe categorías foráneas al campo para la comprensión de la obra (pensada en un esquema comunicativo con fines sociológicos de diferenciación) muestra con claridad la manera en la que Bourdieu piensa la "percepción ingenua" o "desarmada", así como también la "exigencia del realismo de la representación":¹⁵³ el consumidor sin el código específico es una especie de "ciego cultural". El espectador cultivado devela en el signo un estilo, inserto, a la vez, en un sistema clasificatorio que incorpora la división en clases propia del campo artístico (en tradiciones, corrientes, escuelas, vanguardias, etc.).

¹⁴⁹ "La competencia artística se define pues, como el conocimiento previo de los principios de división propiamente artísticos que permiten ubicar una representación, por la clasificación de las indicaciones estilísticas que contiene, entre las posibilidades de representación que constituyen el universo artístico y no entre las posibilidades de representación que constituyen el universo de los objetos cotidianos (o, más precisamente, los utensilios) o el universo de los signos [...]" (BOURDIEU, P., "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística", *Op. cit.*, pág. 72).

¹⁵⁰ En este sentido aparece, como ya antes adelantábamos, la importancia del lugar del consumidor en la teoría de Bourdieu: "La obra de arte considerada como un bien simbólico —y no como un bien económico, lo que también puede ser— sólo existe como tal para quien posee los medios de apropiársela, es decir, de descifrarla" (Ibíd., pág. 70)

¹⁵¹ Ibíd.

¹⁵² BOURDIEU, P., "Sociología de la percepción artística", *Op. cit.*, pág. 66.

¹⁵³ BOURDIEU, P., "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística", *Op. cit.*, pág. 65.

A partir de esto podemos resumir que, tanto las categorías de percepción estéticas como las “mundanas” (aquí aparece el sesgo legitimista de Bourdieu que tiende a definir exclusivamente desde la carencia a algunas prácticas de los sectores populares) son producidas socialmente y tienen la forma de una institución social (que se transforma históricamente)¹⁵⁴. En este sentido podemos decir que los medios de apropiación necesarios para este acto de decodificación (trasladándonos a la terminología utilizada por Hall y Morley) son resultado, para Bourdieu, de un ejercicio duradero, sistemático y efectivo de violencia simbólica, o bien, de un trabajo pedagógico¹⁵⁵, para la formación de un habitus —sistema clasificatorio producto de la incorporación de las estructuras propias del campo y de la disposición de las posiciones en el espacio social—.

De acuerdo a lo dicho anteriormente necesitamos hacer algunas aclaraciones respecto del presente trabajo. Estos elementos teóricos hacen aparecer como sumamente relevantes las trayectorias familiares y escolares como ámbitos de formación de unos habitus con las competencias y los sistemas clasificatorios necesarios para este tipo de consumo. Si bien el consumo cinematográfico en general, en tanto institución, aceptaría socialmente formas de apropiación que se acercarían más al mero entretenimiento o divertimento, el tipo de cine aquí analizado se asemeja más a las obras de arte de circulación restringida que, por lo tanto, requieren de medios de apropiación eruditos.

El aparato teórico de Bourdieu permite reconocer los sistemas clasificatorios a partir de los cuales se realiza la apropiación de la obra de arte y el dominio práctico de las divisiones en clases propiamente artísticas, como así también las trayectorias de formación de dichos esquemas. Sin embargo, también tiende a ocultar otros elementos importantes para nuestro análisis. Si lo que antes definimos como representaciones construidas en torno a las posiciones del espacio social son el centro de

¹⁵⁴ BOURDIEU, P., “Sociología de la percepción artística”, *Op. cit.*, pág. 71.

¹⁵⁵ BOURDIEU, P. y PASSERON, J. C., *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, México DF, Fontamara, 1998.

nuestra indagación, no deberíamos dejar de lado los sentidos específicos, las lecturas singulares y los vínculos con un acervo de imágenes y experiencias (no necesariamente escolares y no necesariamente investidas de la institucionalidad artística) que los consumidores utilizan y realizan en el acto mismo de apropiación de estos filmes. En este sentido, y para recuperar la dimensión de la interpretación propiamente dicha, planteamos algunos puntos de contacto entre la noción de habitus y la de matrices culturales con el fin de captar información relevante para pensar la apropiación de la imagen de lo popular en el cine de Caetano y Trapero.

2.3.4. Habitus y Matrices Culturales: una propuesta de cruce¹⁵⁶

Ya hemos hablado de los aportes de Jesús Martín-Barbero a los estudios de recepción en América Latina. Como señalamos en aquel apartado, este autor desplaza la mirada sobre la cultura desde el espacio de los medios hacia el de las mediaciones, teniendo en cuenta el peso que este concepto tiene en la tradición de la teoría crítica y el pensamiento dialéctico. La articulación y el cruce de narrativas que tiene lugar en el momento del consumo fílmico no es simplemente un momento de de-codificación de un mensaje. Podríamos plantear que dicho acto de decodificación constituye un complejo de prácticas articuladas que produce efectos de significación en la medida en que logra insertarse y actualizar un pasado sedimentado en las estructuras y saberes de los consumidores, en la singularidad de sus gramáticas. Por eso sostenemos que, al igual que entre los sectores populares, los sectores medios poseen una tradición y unos imaginarios que deben ser activados, y que incluyen una serie de imágenes y nociones sobre su propia relación con otras posiciones del espacio social: "Lo que activa esa memoria y la

¹⁵⁶ Somos conscientes de que algunos de los conceptos que aquí pondremos en juego han sido construidos pensando en fenómenos propios de la cultura popular (recepción, consumo, valores, prácticas, etc.), mientras que el tipo de consumo que aquí trabajamos es propio de una fracción intelectual de sectores medios. Sin embargo, utilizaremos la lógica diferencial por clases que, si bien con contenidos distintos en sectores populares, medios y dominantes, puede aplicarse como estructura a cualquiera de éstos.

hace permeable a los imaginarios urbanos/modernos no es el orden de los contenidos, ni siquiera de los códigos, es del orden de las matrices culturales”.¹⁵⁷

A partir de esto el autor le otorga una importancia central al estudio de los géneros, en tanto espacios de configuración de “efectos de sentido” que ponen en evidencia la diversidad de habitus y competencias culturales de las distintas clases frente a la televisión¹⁵⁸. Si bien, tal como las leemos aquí, la manera en que Bourdieu y Martín-Barbero están pensando estas categorías no difieren en lo sustancial, la noción de “matrices culturales” en este último autor hace pie, más que en los sistemas de clasificación 1) en la memoria de las clases sociales: una reactivación de la dimensión de la experiencia, de acuerdo a su filiación benjaminiana, y un cúmulo de “saberes narrativos, expresivos y técnicos”; y 2) en los imaginarios, aquellos en los que “proyectan su identidad los hombres y mujeres, los adultos y los jóvenes, los indígenas y los negros, los campesinos y los de la ciudad”.¹⁵⁹

En sintonía con este modelo, Pablo Semán y Daniel Míguez utilizan esta noción para hablar de una lógica general de gestación cultural. En esta empresa, los autores sostienen que

Los sistemas de representación y práctica emergentes no son un epifenómeno de la posición de los actores en la estructura social y están mediados por una *matriz* cultural que regula (sin determinar totalmente) las producciones, dándoles una cierta recursividad que permite una caracterización general.¹⁶⁰

Las prácticas de apropiación, para estos autores, se piensan como reelaboraciones a partir de epicentros de significaciones y sedimentaciones históricas¹⁶¹. Esto constituye un esfuerzo

¹⁵⁷ MARTÍN-BARBERO, J., *Op. cit.*, 167.

¹⁵⁸ *Ibidem*, pág. 168.

¹⁵⁹ *Ibidem*, pág. 169.

¹⁶⁰ SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D., “Introducción: diversidad y recurrencia en las culturas populares actuales”, SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D. (ed.), *Entre santos, cumbias y piquetes: las culturas populares en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 2006, pág. 24.

¹⁶¹ *Ibidem*, pág. 25.

teórico por reconocer (aunque con una menor resistencia que en el caso de la cultura popular) diversas cuotas de positividad y recursividad en las prácticas culturales, como así también por dar cuenta de sistemas valorativos y tradiciones que no pueden comprenderse exclusivamente desde la desigualdad estructural. En este sentido, los autores pretenden introducir la dimensión de la agencia (anclada nuevamente en la memoria y la vida cotidiana) como una cuña que permita visualizar distintos tipos de mediaciones entre la estructura social y la producción de significaciones.

El vínculo subyacente entre esta noción y la de *habitus* es planteado por Semán y Míguez cuando, al hablar de Serge Gruzinski, sostienen que este autor “[...] agrega un elemento sustantivo al indicar que esta matriz de reelaboración podría consistir en la presencia de un elemento sociocultural (¿un *habitus*?) que se impone inmediatamente a los sentidos y resiste a la aculturación con una fuerza proporcional a su inconciencia”.¹⁶²

Entendemos que los vínculos establecidos entre estas nociones nos permiten hablar de *habitus* y *habitus* de clase como categorías que permiten dar cuenta de la construcción de representaciones en torno a la incorporación de las divisiones y las desigualdades propias de la estructura de posiciones del espacio social en forma de estructuras y esquemas de percepción y apreciación. Pero también habilitan el análisis de las elaboraciones simbólicas (la producción de sentido en el momento de apropiación) que se sitúan en la recursividad histórica de los agentes, en sus memorias narrativas, sus gramáticas singulares, sus saberes fílmicos (imaginarios), sus experiencias subjetivas, sus sensibilidades, sus particulares trayectorias institucionales, educativas, políticas y familiares —todas ellas, homologadas en cierto nivel, pero muchas veces incoherentes y contradictorias entre sí—. Es en este núcleo de prácticas, estructuras de percepción, memorias y sensibilidades, que los relatos y las imágenes fílmicas serán insertas y sus sentidos serán construidos.

¹⁶² Ibídem, pág. 21.

CAPÍTULO 3

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La posibilidad de explicar y comprender¹ las prácticas de consumo y apropiación de las producciones de Caetano y Trapero entre los espectadores en Córdoba requirió necesariamente la puesta en juego de un marco de referencia conceptual. Esto implicó un recorrido histórico de las construcciones disciplinares del consumo para poner en evidencia la complejidad de dicho fenómeno. Esta reconstrucción debió realizarse para la articulación teórico/empírica de la praxis investigativa, pues, tal como lo entiende Wacquant:

Bourdieu sostiene que todo acto de investigación es simultáneamente empírico (se confronta con el mundo de los fenómenos observables) y teórico (necesariamente conlleva hipótesis sobre la estructura subyacente de las relaciones que las observaciones están destinadas a captar).²

Dar cuenta de la construcción de nuestro objeto y su problematización supone también la explicitación de nuestra estrategia metodológica, aquellos procedimientos a partir de los cuales construimos nuestra evidencia empírica. Tomando en consideración la complejidad del objeto y la referencia a los antecedentes en estudios de recepción inspirados en el modelo codificación/decodificación de Morley³, se optó por un diseño de investigación que constituyera un marco flexible, acorde a los sucesivos momentos de aproximación exploratoria del trabajo de campo. Pero además, se decidió elaborar una propuesta que combinara técnicas de investigación diversas que permitieran múltiples abordajes teniendo en cuenta las distintas dimensiones del objeto cinematográfico: la dimensión del cine en tanto texto fílmico, del público en sus aspectos estructurales, y de las apropiaciones o interpretaciones en su singularidad.

A partir de esto se utilizaron —de una manera flexible y pragmática— herramientas semióticas (de análisis fílmico) para estudiar el sentido y la imagen de lo popular en el corpus de películas construido. Si bien el núcleo de nuestra investigación está puesto en las prácticas sociales de consumo, el dar cuenta de la

¹ BOURDIEU, P., *Op. cit.*

² WACQUANT, L., *Op. cit.*, pág. 68.

³ MORLEY, D., *Op. cit.*

estructura textual de los filmes era indispensable, no sólo para analizar las clausuras de sentido operadas sobre los textos, sino también para dar cuenta de la especificidad del objeto: no puede ser lo mismo trabajar con películas, música, libros o muebles antiguos. En este sentido, creemos que la imagen como soporte específico del discurso, como registro específico de la realidad, más allá de ser puesta en un contexto de prácticas de consumo en el que se vuelve inteligible como tal, debe ser abordada con técnicas particulares.

Por otra parte, se construyó un instrumento (cuestionario) para relevar las prácticas de consumo y caracterizar los espacios, los ámbitos, los conocimientos, los recursos y el perfil de los espectadores que aquí estudiamos, en algunos cineclubes detallados en el apartado correspondiente.

Finalmente, para abordar las cuestiones referidas a los modos de apropiación, se realizaron entrevistas en profundidad a algunos de los asistentes a las salas relevadas (elaborando para esto un guión temático, de acuerdo con los puntos más relevantes para nuestro trabajo y teniendo en cuenta los sucesivos acercamientos al campo). Se complementó la información recabada con un Grupo Focal, para lo cual se tuvo como criterio reunir a un grupo de personas que existía como colectivo previo a la situación de entrevista. La razón de esta última técnica fue identificar ciertas mediaciones de los grupos (la dimensión colectiva propiamente dicha, más allá de que entendemos el consumo de cine siempre constituido socialmente) al momento de leer e interpretar las imágenes. En otras palabras, se intenta captar una representación “a escala” de las formas de producción, circulación y reproducción del discurso social.⁴

De esta forma, se desarrolló una estrategia metodológica de investigación que combina diversas técnicas cuantitativas y cualitativas para la recolección de datos, y por lo tanto, contempla la triangulación metodológica, teniendo en claro que a nivel global los datos son elaborados e interpretados de manera in-

⁴ SCRIBANO, A., *El proceso de investigación social cualitativa*, Buenos Aires, Prometeo, 2008, pág. 116.

tegral. Si bien, por el formato de escritura de este estudio, las técnicas pueden parecer compartimentos o fragmentos, en el proceso de investigación funcionaron como momentos o procesos que se retroalimentaron de información para producir análisis que tramaran dialécticamente la carga teórica de la mirada del investigador y el carácter singular de las prácticas sociales estudiadas.

3.1. Teoría

Durante el proceso investigativo explicitamos algunos de los supuestos que vuelven perceptibles las vinculaciones que intentamos establecer en este trabajo. Esto no implica un intento de encorsetamiento de la realidad en un "marco teórico" previamente establecido, sino más bien una forma de hacer explícitos los principios epistemológico-metodológicos de que no hay abordaje empírico que no esté cargado teóricamente y de que no hay teoría sin supuestos de una información determinada.⁵

En este sentido, toda teoría implica (explícita o implícitamente) una historia de la teoría. La revisión de las distintas formas en las que las cuestiones del consumo y el cine han sido elaboradas en la tradición sociológica permite establecer, antes que un consenso definitivo sobre estas categorías, al menos un terreno discursivo común (retomando la idea de Jeffrey Alexander) sobre el cual las relaciones entre las trayectorias de los espectadores y las matrices desde las cuales ven, interpretan y se apropian del corpus fílmico aquí seleccionado, se volverán inteligibles en la explicitación de esta trama teórica que, claro está, fue y será reelaborada en los sucesivos acercamientos al campo. En otras palabras, elegimos asentar, de esta manera, "[...] las redes teóricas que permitirán comprender lo que el otro dice más allá del sentido común".⁶

Este proceso de escritura de la explicitación de los supuestos teóricos intentó ser fiel a la emergencia de datos que obligaron

⁵ *Ibidem*, pág. 40.

⁶ *Ibidem*, pág. 75.

a repensar algunas categorías, a la vez que pretendió construir la red de los conceptos más importantes aplicados en el trabajo de campo, de tal manera que apareciera como una verdadera “caja de herramientas” para la investigación.⁷

3.2. Análisis fílmico

3.2.1. Perspectiva de análisis

Como ya lo planteáramos, el foco de la investigación está puesto en las prácticas de consumo y apropiación de las producciones audiovisuales de Caetano y Trapero. A tal fin, y de acuerdo a la proyección del trabajo, se volvió necesario apropiarnos de algunas herramientas del análisis fílmico para establecer la estructuración del texto con el que se encuentran los espectadores.

Nos inclinamos, para ello, por una mirada más inmanente del texto fílmico por sobre perspectivas más discursivistas, a pesar de que el enfoque de la investigación está claramente anclado en la sociología. Esta decisión se fundamenta en que un abordaje que hubiera necesitado ubicar las significaciones del corpus fílmico en una totalidad —hegemónicamente regulada— del decible global o la producción social de sentido⁸, hubiera sido un problema de investigación en sí mismo, y requeriría centrarse casi exclusivamente en él (en la construcción de sentido desde *fuera* hacia *dentro* del texto).

Lo que aquí realizamos es una apropiación heterodoxa y parcial de algunas herramientas teóricas del análisis fílmico para observar fragmentos de los textos definidos como relevantes desde nuestro recorte teórico sobre lo popular y en función del problema de investigación. A partir de esto, nos centramos,

⁷ AUYERO, J., *Op. cit.*

⁸ ANGENOT, M. *Interdiscursividades. De hegemonias y disidencias*, Córdoba, Editorial UNC, 2010, pág. 20.

de acuerdo a la clasificación de Casetti y di Chio⁹, primero en problemas de representación, planteando algunas cuestiones sobre la propuesta realista de los textos. Luego abordamos, en cuanto a los problemas de la narración, la construcción de algunos personajes y relaciones entre personajes, para establecer rasgos fundamentales en torno al carácter activo/pasivo de los sujetos, a la construcción de lazos de solidaridad y a la noción de violencia en las películas. Por último, planteamos algunas hipótesis sobre problemas de enunciación, fundamentalmente referidos a las posibilidades de identificación en los filmes.

Esta aclaración no impide la mención a otros factores, como lo son la musicalización, cuestiones regionales, etc., pero hace explícito el criterio a partir del cual realizamos un análisis de la textualidad fílmica como herramienta para pensar los sentidos construidos en las prácticas sociales de apropiación y consumo. Este componente de la investigación apunta a establecer una conexión subterránea con la información obtenida en el trabajo de campo, concretamente con la aproximación cualitativa a las apropiaciones de los filmes, estableciendo una tensión que aporte a la comprensión de las posibilidades y regulaciones de estas prácticas.

La arbitrariedad de esta elección analítica permite acceder a las clausuras de sentido y tiene como objetivo identificar hipótesis de trabajo que sirvan para desentrañar las mediaciones enlazadas en el momento del consumo. Por esto, elegimos una posibilidad vinculada a los objetivos de nuestro estudio: poner en relación un público, su habitus, prácticas de consumo e imágenes del pueblo. Así (como veremos en el Capítulo VI), consideramos como lo más relevante para nuestra investigación el lugar de lo real en relación a la representación de la marginalidad; la racionalidad, la moralidad y el carácter activo/pasivo de los personajes; y el entramado de sentidos en torno a la violencia y la reciprocidad.

⁹ CASETTI, F. Y DI CHIO, F., *Cómo analizar un film*, Barcelona, Paidós, 2007.

3.3. Encuesta

3.3.1. El instrumento

En función de los objetivos propuestos en esta investigación, se planteó la realización de una encuesta para caracterizar los espacios y sectores de consumo de las realizaciones de estos directores en Córdoba Capital. Para ello se diseñó un instrumento (cuestionario) que fue probado y ajustado de acuerdo a la información recabada en la instancia exploratoria, y posteriormente aplicado en el campo.

La encuesta utilizada está compuesta por tres bloques de preguntas (la mayoría de ellas cerradas). El primero apunta a una caracterización del encuestado, en términos de origen, residencia, nivel educativo y tipo de formación (carrera cursada), ocupación, ingresos y posesión de objetos tecnológicos vinculados al consumo cultural audiovisual.

El segundo bloque tiene como objetivo establecer algunas cuestiones generales sobre los hábitos de consumo cinematográfico: frecuencia de la asistencia, salas preferidas, acceso a exhibiciones gratuitas, consumo en hogar, preferencia entre tipos de soporte audiovisual, géneros, forma de acceso a las películas, factores de elección de película, consumo de cine argentino, soporte de consumo de cine argentino y formación artística y cinematográfica del encuestado.

El tercer módulo apunta, primero, a establecer la presencia —y la incidencia— de la crítica cinematográfica o especializada, y su lectura entre los encuestados; luego, al consumo y conocimiento de las realizaciones del corpus de trabajo de esta investigación. Se pregunta por el conocimiento del director, el visionado de sus películas y por sus nombres. Esta combinación pretende cotejar las respuestas entre sí para evitar el sobre-dimensionamiento de datos que se basen más en las representaciones de lo que el encuestado cree que “debe” responder (que sí conoce por lo que le están preguntando). También se

indaga sobre nombres de actores de las películas y directores relacionados; esto último, para establecer el continuo en el cual se perciben este cuerpo de filmes: nuevo cine argentino, cine argentino, cine independiente, etc. Por último, algunas preguntas sobre la primera aproximación a este tipo de cine en particular (cine de producción/circulación restringida), sobre las últimas películas argentinas vistas por el encuestado, sobre la compañía elegida para acudir al cine y sobre las razones para consumir este tipo de cine.

Preguntar por los directores implicó una opción posible entre muchas otras: también podríamos no haber preguntado específicamente y esperar que estas películas hubiesen sido mencionadas como relevantes para los encuestados, o bien, preguntar directamente por ellas, sin nombrar de antemano los directores. Recordamos que lo central de nuestro objeto de estudio no son ni las películas en sí mismas (en tanto textos fílmicos) ni los directores o sus trayectorias en el campo (de la producción cinematográfica). De allí que nuestra opción se basó en: a) la expectativa de encontrarnos con un público que contara con un "saber fílmico" más o menos sistemático y formado, que permitiera b) que la enumeración de películas fuera un factor más de análisis y que contribuyera a "verificar" la elaboración por parte del encuestado de recortes y memorias de consumo (antes que la respuesta mecánica por lo que el encuestado crea que debe consumir). Por último, c) se esperó que el realizador (su nombre, o bien, su re-nombre en el ámbito de la crítica) ocupara un lugar importante en la motivación de los actos de consumo de los encuestados. En definitiva, esta decisión se vincula directamente con la elección del corpus fílmico a partir de estos dos realizadores, lo cual no implica adscribir, como se explicara oportunamente, a concepciones que ponen el centro en el cine de autor. Antes bien, la opción intenta retomar la forma de recortar que muchas veces se habría puesto en juego en el campo mismo, por los discursos que, previo al discurso sociológico, ya construyeron y pre-nominaron el objeto de estudio que aquí se pone en juego. Tal como lo señala buena parte de la bibliografía especializada, el denominado "nuevo cine argentino"

tuvo menos que ver con afinidades estéticas o un programa político o artístico común, que con un grupo de jóvenes directores que innovó en cuanto a las formas de producción y realización ante una misma crisis del campo cinematográfico pretendiendo romper con “lo establecido” o “lo previamente existente” en el cine nacional.¹⁰

3.3.2. Construcción de la muestra y la situación de encuesta

El muestreo con el que se aplicó el instrumento fue de tipo intencional no-probabilístico, teniendo en cuenta la finalidad de la encuesta y las características de la población objeto de estudio. Una primer decisión fue la de aplicar la encuesta en la puerta de algunas salas cinematográficas. En la actualidad, sabemos que buena parte del consumo audiovisual se produce a través de los medios digitales de acceso privado (Internet, reproductores de DVD, etc.). Sin embargo, el recorte espacial (o espacial-institucional) de la muestra hace foco en un tipo de “consumidor-activo”¹¹ que acude a la sala con el motivo de la película (en primera instancia). Además, el recorte se funda en la percepción de que la asistencia a la sala, para una parte importante del público, trasciende la realidad fílmica y se construye alrededor de sentidos de entretenimiento, socialización e incluso de formación. En el análisis de este estudio se intentaron incorporar estos sentidos contextuales como datos constitutivos del acto de apropiación.¹²

¹⁰ Ver Capítulo 4.

¹¹ GARCÍA CANCLINI, N., “Del cine al espacio audiovisual”, GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994.

¹² Esta decisión se apoya, además, en importantes antecedentes de investigaciones con prácticas similares: la dirigida por García Canclini en 5 estados de México, aplica encuestas entre asistentes a festivales, muestras y salas de cine (GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994). Por otra parte, en la actualidad, un equipo de investigación PRI de la UBA investiga un campo similar, referido al cine argentino, entre asistentes a festivales BAFICI y Mar del Plata. Lo mismo sucede en investigaciones del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Luego de una serie de pruebas del instrumento, se tomaron dos decisiones más: la primera fue centrar la aplicación en espacios de cineclubes o salas no-comerciales,¹³ y la segunda fue recortar la cantidad de preguntas del instrumento. La primera decisión sesga la muestra hacia un público específicamente "cinefilo-cineclubista". Más allá de que el objeto de indagación sea la recepción de las realizaciones antes mencionadas, para que esta se efectivice el público en buena parte debe haber accedido a ellas en los espacios de exhibición de los productos del "campo de producción restringida" en la ciudad de Córdoba Capital. En este sentido, se ha intentado contar con casos representativos de los ámbitos más importantes —de este tipo— en Córdoba. Con esto no se anula la tensión entre consumo cineclubista y el consumo de las realizaciones de Trapero y Caetano. Antes bien, a lo largo de la investigación, intentamos tener siempre presente, tácita o explícitamente, esta tensión, que nos resulta productiva a los fines del trabajo. Más allá de esto, la situación de encuesta sobre cine conlleva casi siempre un riesgo, que es el de acceder a quienes tienen la disposición (con toda la carga teórica del concepto) a hablar sobre cine. Tal como plantea Sorlin, "[...] se hace hablar a quienes tienen la costumbre y las ganas; las encuestas a menudo se efectúan entre estudiantes de liceo, adherentes a los cineclubes; cuando se efectúan en las salas, recoge, sobre todo, las respuestas de quienes tienen deseos de emitir una opinión"¹⁴. Sin embargo, este sesgo no resta interés a la muestra en la medida en que los objetivos de nuestro trabajo orientan la indagación hacia aquel público habituado no sólo a ver cine, sino a hablar sobre cine.

Por otra parte, la necesidad de limitar la cantidad de preguntas restringió la posibilidad de acceder a información que sería valiosa para la investigación. De acuerdo a la particular situación de aplicación del cuestionario (en los lugares de ingreso a las salas, antes de iniciarse la función), se diseñó un formato autoadministrado que pudiera responderse en un tiempo estima-

¹³ Los espacios en los que se aplicó el instrumento fueron los siguientes: Cine Club Municipal Hugo del Carril, Cine Club Teatro Córdoba, Espacio INCAA de la Ciudad de Córdoba.

¹⁴ SORLIN, P., *Op. cit.*, pág. 115.

do entre 10 o 20 minutos: el tiempo de anticipación con el que los asistentes llegan al momento de la entrada al cine (dado que al momento de salida se volvía sumamente dificultoso re-tenerlos).

El instrumento fue aplicado en las salas cinematográficas durante los horarios nocturnos (a partir de las 20 horas) intentando tomar el horario de asistencia más diverso, de acuerdo al sesgo de la muestra, por cuestiones de horario laboral. Dicha aplicación se realizó durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2010.

El cuestionario fue también aplicado en un curso de la cátedra *Realización audiovisual*, de tercer año de la carrera de Cine y TV de la UNC. El sentido de esta incorporación fue el acceso a un grupo homogéneamente formado académicamente en cine y que no estuviera reunido coyunturalmente en torno a determinada exhibición en un determinado cineclub. Responde a los mismos criterios de consumidores con acceso a “campo de producción restringida”. La muestra está compuesta por 145 casos relevados.

De esta forma, el tipo de acercamiento aquí propuesto a partir de un muestreo no-probabilístico contribuye a la producción de información con elementos exploratorios y heurísticos¹⁵ de gran valor para este trabajo de acuerdo a su objetivo de caracterizar el consumo de las realizaciones de Trapero y Caetano. Tal como lo piensan muchos de los investigadores de recepción y algunas de las investigaciones aquí citadas que aplicaban instrumentos similares, este abordaje se muestra como un momento a complementar, completar y profundizar con otras técnicas de investigación. Parte de lo que apareció como dato relevante en esta encuesta (cuyos resultados se presentan en el Capítulo VII) se profundizó como línea de indagación en las entrevistas en profundidad.

¹⁵ SANCHEZ RUIZ, E., “Cine, televisión y video: Hábitos de consumo filmico en Guadalajara”, *Comunicación y Sociedad*, nº 22-23, Guadalajara, 1995, pág. 147.

3.4. Entrevistas en profundidad

3.4.1. Por qué la entrevista en profundidad

Investigar una práctica como el consumo cinematográfico genera una dificultad fundamental. Las estructuras todavía limitadas de la indagación sociológica utilizan, casi exclusivamente, el recurso del lenguaje. En este sentido, en el acto de preguntar por el visionado de películas, consciente o inconscientemente, se solicita al sujeto investigado una transposición de registros: del audiovisual al verbal.

Al tanto de esta dificultad, encontramos en el momento de la transposición un núcleo de indagación por demás productivo. Tal como sostiene Morley:

Por ello, desde mi punto de vista, hay que defender el método de la entrevista no sólo porque permite que la investigación tenga acceso a las opiniones y declaraciones conscientes de las personas encuestadas, sino también porque nos da acceso a los términos y a las categorías lingüísticas (al "andamiaje lógico", en la terminología de Wittgenstein) en virtud de los cuales las personas entrevistadas construyen sus mundos y la propia comprensión de sus actividades¹⁶.

En este sentido entendemos la necesidad de complementariedad de técnicas que, por separado (la observación documental, por ejemplo, o las técnicas que acceden solamente a los aspectos estructurales) resultan insuficientes para la complejidad del objeto (tal como aquí lo construimos). La entrevista, por esto, tiene como objetivo que el entrevistado exprese motivaciones, creencias, sentimientos, sensibilidades e interpretaciones sobre un tema.¹⁷

Por otra parte, nuestra elección teórica por la categoría de matrices culturales reviste también una elección metodológica:

¹⁶ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 261.

¹⁷ MEJÍA NAVARRETE en SCRIBANO, *Op. cit.*, pág. 72.

tal como lo hemos planteado, en la medida en que la práctica de apropiación pone en juego todo un sedimento histórico, unas disposiciones y unos esquemas tanto corporales como mentales de percepción, un abordaje que sólo dé cuenta etnográficamente, a partir de la observación, de la situación familiar y cotidiana de ver cine, no sería suficiente para responder nuestro interrogante. Tal como sostiene Martín-Barbero:

El trayecto metodológico es entonces aquel que va del ver-con-la gente al darle a la gente la posibilidad de contar lo visto. La única forma de acceso a la *experiencia de su ver* pasa por la activación de las diferentes competencias narrativas desde las que nos hablan los diversos pueblos que contienen —en su doble sentido— el público de la televisión.¹⁸

Las narraciones sobre los filmes y sobre la experiencia del cine entre los entrevistados funcionan, en este trabajo, como una articulación entre, por un lado, las prácticas de apropiación (y las estructuras que las generan) y, por otro, la textualidad del filme.

3.4.2. Construcción de la muestra de entrevistas

Como ya planteamos, nuestro recorrido teórico modeló la manera de construir la empiria en la investigación. Esto implica que la elaboración de una muestra de sujetos entrevistados se construyó teniendo en cuenta las particularidades del fenómeno estudiado, pero también se imaginó vinculada a las teorías de muestreo aplicadas por las investigaciones que tomamos como antecedentes. Tal como lo sostiene Morley, la muestra elaborada pretendió construir un conjunto del cual cabía esperar decodificaciones diversas, cuando no francamente opuestas.¹⁹

¹⁸ MARTÍN-BARBERO, J., *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, op. cit., pág. 169.

¹⁹ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 144. Sin embargo, no he de aplicar aquí las categorías de “dominante”, “negociada” y “de oposición” (HALL, S., *Op. cit.*) para caracterizar las lecturas que, en nuestro caso, oscilan más entre distintos códigos y saberes aplicados, que no tienen por qué acordar o desacordar con el mensaje propuesto por el medio, sino que más bien ponen de relieve elementos distintos, diferentes y desiguales de los textos filmicos en sus narraciones.

De acuerdo al planteo del problema de investigación y teniendo en cuenta sus condiciones de realización, se conformó una muestra que utiliza una combinación de distintos tipos de muestreo en pos de establecer un cuerpo de discursos que permitiera reconocer, al mismo tiempo, ciertas líneas de continuidad, pero también elementos de heterogeneidad y discordancia.

Se dio uso a las estrategias de caso típico (en base a rasgos necesarios, en este caso, el haber visto los filmes de nuestro corpus), caso ideal (los ejemplos paradigmáticos, en este caso, cinéfilos formados y conocedores del objeto, pero también cinéfilos amateurs o sin formación académica) y máxima variación (tomando casos de edades, trayectorias académicas y cantidad de películas de nuestro recorte consumidas, diferentes y desiguales), cruzando y mediando datos con la información obtenida en el relevamiento cuantitativo.

También se utilizaron las estrategias de bola de nieve (cuando quisimos continuar entrevistando sujetos con una trayectoria similar) y por conveniencia (teniendo en cuenta la importancia de la disponibilidad de los entrevistados para acudir a entrevistas para hablar de su consumo cinematográfico, y de la existencia de espectadores con un conocimiento más o menos general de los filmes analizados). Se realizaron nueve entrevistas en profundidad y un Grupo Focal al cual asistieron cinco personas. El número de entrevistas tomó como criterio la *saturación de la muestra*, es decir, el momento en que comienzan a coincidir reiteradamente los elementos emergentes en las entrevistas.

3.4.3. Guión flexible

Tal como lo sostiene Scribano, "El entrevistador cuenta con un guión flexible de las principales variables que le interesa conocer y dispone de amplia libertad para «llevar adelante» la entrevista".²⁰ La elaboración del guión para nuestra investigación contempló los elementos teóricos de mayor relevancia para el análisis de las prácticas de apropiación simbólica:

²⁰ SCRIBANO, A., *Op. cit.*, pág. 73.

- Memoria de los primeros momentos de acceso al cine (qué relación hubo con el cine en la familia, la escuela, la universidad).

- Memoria de acceso al cine argentino y al nuevo cine argentino (condiciones, situaciones, etc.).

- Narración de los filmes de Caetano y Trapero que hayan visto los entrevistados-

- Sensaciones, recuerdos marcados, impactos, etc.

- Descripción de los personajes.

- Establecimiento de vínculo entre las imágenes de las películas de Caetano y Trapero y otras imágenes o experiencias de los entrevistados (propias o exteriores al cine).

- Placer e identificación en estas películas

Si bien el interés está puesto en la aparición de lo popular en los filmes de ambos directores, se optó por no incluir este tema como eje del guión. En muchas entrevistas se observó que el visionado se realizaba sobre todo en términos técnicos, cuestión que relegaba la lectura en términos propiamente “sociológicos” a un segundo plano. Tomamos la decisión de no forzar la introducción del elemento de lo popular en las narraciones de los entrevistados, y consideramos estos desplazamientos como un dato emergente fundamental para nuestro análisis.

3.5. Criterios y formas de análisis

Por último, tal como lo planteamos al inicio, el análisis y la interpretación no distingue tajantemente entre técnicas de producción de datos, sino que intenta realizar una articulación global. La información emergente en la encuesta y en el análisis fílmico fue utilizada luego en la indagación a partir de las entrevistas en profundidad.

Por otra parte, tanto el análisis de las encuestas como el de las entrevistas fue asistido a partir de los software SPSS y ATLAS ti. Esto afectó, por un lado, la interpretación de datos cuantitativos a partir de herramientas estadísticas con las que cuenta el programa. De esta forma se desagregó, filtró, combinó y

contrastó la información de la encuesta. No se utilizaron las herramientas de inferencia, dado el tipo de muestreo (no-probabilístico). También afectó el proceso de codificación de datos cualitativos, la construcción de categorías y la disposición de la información estructurada en textos por contextos, códigos o memos asociados. Tal como lo sostiene Scribano

[...] la asistencia de estas tecnologías a la investigación cualitativa permitiría hacer manejable la complejidad propia de la conformación textual de los registros, pudiéndose de esta manera disponer de un texto que, si bien presenta mayor variabilidad dada la interactividad y la simultaneidad, posibilita explorar con mayor fuerza la búsqueda de una estructura básica para los análisis.²¹

De esta forma se proyectó una estrategia metodológica que intenta ser plural y flexible, y que pretende reconocer la construcción teórica de la complejidad del objeto del consumo cinematográfico, a la vez que da lugar a un uso de la mirada sociológica sin por ello ocluir los sentidos y la singularidad propia del cine como objeto de estudio.

²¹ *Ibidem*, pág. 217.

CAPÍTULO 4
CRISIS, EMERGENCIA Y NOMINACIÓN:
BREVE HISTORIA DEL “NUEVO CINE
ARGENTINO”

Construir al cine como objeto de investigación sociológica¹ acarrea toda una serie de riesgos. Entre ellos, el de caer en miradas "sociologistas" (para usar el término acuñado por Grignon y Passeron) y el de no otorgarle entidad a la especificidad del fenómeno (su imagen, su ritualidad, su creencia, etc.).

Probablemente una de las dificultades compartidas con otros objetos de indagación sea la de encontrarnos no con una realidad fenoménica por ser ordenada y dispuesta para el observador científico, sino, antes bien, con un objeto preconstituido por otros discursos no-sociológicos. En este sentido, dos operaciones se vuelven necesarias: la primera, una breve historización del fenómeno y de su emergencia en el campo (en este caso, en el campo de la cinematografía argentina). La segunda, un planteamiento de algunas líneas de análisis acerca de cómo estos discursos han construido este objeto y qué rol han jugado en la configuración del campo.

Dado que el recorte realizado para este trabajo opera sobre la filmografía de Adrián Caetano y Pablo Trapero, nominada como

¹ El cine como objeto de estudio en las ciencias sociales y las humanidades ha tenido derivas, si no claramente diferenciadas, al menos bastante heterogéneas. Sin olvidar que se dejan de lado sectores y aportes importantes, se podría organizar el material en dos conjuntos más o menos generales. Una primera línea puede identificarse en aquellos abordajes que han hecho mella en la materialidad de la imagen cinematográfica en sí (enfoques predominantemente inmanentes). El ya clásico texto de Walter Benjamin (1989), *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*, marca un camino en el cual confluyen procesos tecnológicos, configuración de la experiencia perceptiva y disposición político-estética. Los desarrollos posteriores, sin embargo, fueron particularizándose y, algunas veces, perdiendo la complejidad inicial. Un camino podría continuarse en los análisis filosóficos que, desde Bergson (BERGSON, H. *Materia y memoria. Ensayo sobre la relación del cuerpo con el espíritu*, Buenos Aires, Cactus, 2006; BERGSON, H., *La evolución creadora*, Barcelona, Planeta Agostini, 1985), pasando por Deleuze (DELEUZE, G., *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*, Barcelona, Paidós, 1984; DELEUZE, G., *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*, Barcelona, Paidós, 1996), hasta Badiou (BADIOU, A., "El cine como experimentación filosófica", en YOEL, G., *Pensar el cine 1. Imagen, ética y filosofía*, Buenos Aires, Manantial, 2004) y Rancière (RANCIÈRE, J., "La palabra sensible. Sobre *Operai, contadini*", YOEL, G., *Pensar el cine 1. Imagen, ética y filosofía*, Buenos Aires, Manantial, 2004) en la actualidad, construyen a la imagen desde una equivalencia con el pensamiento, y desde esta perspectiva analizan su composición y su historia (imagen-movimiento, acción, percepción, afección, hasta la imagen-tiempo). Tal como lo hemos detallado en capítulos anteriores, existe también una pluralidad de acercamientos específicamente sociológicos al objeto. Otros teóricos, como el caso de Jameson (JAMESON, F., *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, op. cit.), elaboran análisis del cine desde una perspectiva que difícilmente pueda ubicarse en estos cortes disciplinarios, y apelan más bien a la crítica cultural de corte lukacsiana.

parte del “nuevo cine argentino”² y clasificada por los agentes del campo con poder y reconocimiento para hacerlo, se requiere establecer algunas cuestiones teóricas sobre esta cinematografía, a modo de marco de comprensión (fílmica) para los textos que aquí analizamos (y su circulación).

4.1. Cuando lo viejo no termina de morir y lo nuevo no termina de nacer

Desde sus inicios hasta su consolidación, promediando la década del treinta, el desarrollo del cine nacional estuvo vinculado directamente con las instituciones estatales. Prueba de esto es que su crecimiento no sólo fue contemporáneo al surgimiento del sonoro (que dejó bien posicionado al cine nacional en la medida en que el idioma lo volvía una potencia en producción para América Latina y para todo el mundo hispanoparlante), sino también al proceso histórico comúnmente denominado Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI). En este sentido, como buena parte de la industria cinematográfica por fuera de Hollywood, no sólo las políticas proteccionistas sino también la activa participación del Estado en el financiamiento de las películas resultaron fundamentales para el desarrollo del sector.³

Esta relación de protección que comienza alrededor de 1943 y se consolida en 1957 con la creación de un organismo autárquico abocado a la administración de la cinematografía argentina —el Instituto Nacional de Cine—, sumada al hecho de que en la

² Aquí nos dedicaremos a lo que algunos han reconocido como la “primer generación” del nuevo cine argentino. Dependiendo de la periodización, podrían identificarse dos o tres generaciones. Lo que nos interesa es, justamente, establecer algunas cuestiones acerca del momento de emergencia del movimiento, antes que de su devenir posterior a la consagración de los directores elegidos (Trapero y Caetano).

³ “Las únicas industrias cinematográficas que han logrado sobrevivir, en este aspecto, son aquellas fomentadas desde el Estado mediante políticas proteccionistas sobre la producción local [...]”, con la particularidad de que “Las características específicas del lenguaje audiovisual hacen de las industrias de este sector, particularmente la cinematografía, las únicas que pueden producir en cada país la imagen de su comunidad y sus manifestaciones culturales” (GETINO, O., *Las industrias culturales en la Argentina*, op. cit., pág. 256).

década del sesenta el cine nacional fue sede del surgimiento de una generación de directores reconocidos y vanguardistas en muchos aspectos (el primer "nuevo cine argentino"), no evita que la industria sufra *crisis* cíclicas.

La última de ellas fue tomando cuerpo desde 1987 hasta aproximadamente 1993-1994. Combina una fuerte caída del número de espectadores en sala -vinculada, entre otras cuestiones, a la ya conocida transformación de los patrones de consumos culturales, tendientes hacia su privatización-, la importación masiva de videocassetas, el cierre extendido de salas tradicionales, la instalación de complejos multisala y el fuerte aumento de los precios de las entradas, entre otros factores. Todo esto, sumado a los procesos de empobrecimiento y desempleo de la población, llevaron a un desfinanciamiento muy fuerte del, por entonces, Instituto Nacional de Cine, tanto a nivel de subsidios como a nivel crediticio. A partir de esto se genera un momento muy particular de la producción cinematográfica local: un volumen bajísimo de producción para los estándares históricos y unos productos, generalmente, de muy baja calidad.

Esta crisis, en el primer lustro de la década del noventa, lleva a una radical reestructuración del campo. Para comprender dicha transformación —que, en buena medida, es el campo fértil en el cual surgirá el fenómeno del nuevo cine argentino—, hay algunas tendencias que deben señalarse.

Uno de los factores de la crisis, de larga data ya, fue la masificación de otro medio que, en cierta forma, competía con la cinematografía en tanto fenómeno popular: la televisión. Getino, en una publicación de 1993, señalaba que, desde los años cincuenta, la forma en la que Estados Unidos resolvió esta situación fue con la incorporación de las antiguas productoras al nuevo medio. En sintonía con esta idea, Getino sostenía que "Del fortalecimiento de estas relaciones entre la TV y el cine, depende en gran medida, el futuro de la producción cinema-

tográfica local, así como de la capacidad empresarial de los grandes canales de señal abierta”.⁴

Otro punto fundamental de la coyuntura estuvo vinculado a la Sanción de la Ley 24.377 (comúnmente denominada “Ley de cine”) y la creación del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA). Este hecho sitúa al Estado no sólo como un agente clave en el campo (tal como hemos dicho anteriormente), sino además como un espacio de disputa material y simbólica esencial. Siguiendo algunas de las tendencias fundamentales teorizadas por Jameson sobre las formaciones sociales contemporáneas (el lugar estructural de la cultura en el modo de producción actual)⁵, Algranti sostiene que

Para decirlo sin rodeos, no es casualidad que el cine haya sido exceptuado durante la etapa de la Ley de Emergencia económica, que se apruebe la Ley de Fomento y regulación, que el Instituto incorpore el concepto de las Artes Audiovisuales y se le otorgue autarquía financiera, la reapertura del Festival de Mar del Plata, el impulso de la FUC, la ENERC o la carrera de Ciencias de la Comunicación social y que los multimedios se posicionen en el centro de la producción de objetos simbólicos. Este *giro* sobre la *cultura* es acompañado por el sector público pero tiene como protagonista principal a las empresas nacionales y extranjeras que encarnan el proyecto de industria cultural en nuestra época. Pero ¡a no engañarse! No se trata de un fenómeno nuevo que se pone en marcha a partir de 1994, sino del resultado de un proceso histórico que se inicia a fines de la década del sesenta cuando los circuitos de producción ampliados y restringidos conocen su más alto grado de autonomización

⁴ GETINO, O., *Op. cit.*, pág. 276.

⁵ Jameson presenta una particular elaboración teórica de los vínculos entre economía y cultura, en su categoría de “posmodernismo”, dando por tierra con los clásicos problemas de trazado de límites entre “infra” y “super” estructura: “Featherstone, por ejemplo, cree que «posmodernismo», en el uso que yo le doy, es una categoría específicamente cultural: no lo es, y para bien o para mal se la concibió para denominar un “modo de producción” en el que la producción cultural encuentra un lugar funcional específico y cuya sintomatología se extrae en mi obra principalmente de la cultura (sin duda, este es el origen de la confusión)” (JAMESON, F., *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, *op. cit.*, pág. 68)

antes de ser arrasados por el gobierno militar⁶.

Por otra parte, debiera señalarse que el dictado de esta ley es leído por algunos autores como muestra de la capacidad de "acción corporativa y comprometida" de buena parte de los sectores de la industria cinematográfica.⁷ La ley multiplica por cinco los recursos estatales para el instituto, y se adapta a la nueva disposición del campo para la recaudación (teniendo en cuenta ya no sólo la entrada de cine, sino todo el amplio y diversificado espectro del audiovisual).

En última instancia, más allá de las críticas respecto del carácter burocrático y corporativo que pueda realizarse en relación a la normativa, es necesario reconocer que el campo cinematográfico nacional se revitalizó de manera fundamental, recuperó el volumen de producción y generó una cantidad [y diversidad] importante de filmes reconocidos por su calidad a nivel mundial, tanto en los circuitos más comerciales como en los especializados.

Por último, las nuevas tecnologías y la digitalización -tanto de la producción como de los mecanismos de reproducción filmica- ampliaron el acceso al cine. Por la parte de la producción, podemos decir con seguridad que (aunque los estándares exigidos por las instituciones estatales hicieran que parte del proceso aún se realizara en material fílmico propiamente dicho) abarató los costos de producción y posibilitó que quienes en otros momentos no habrían podido tener acceso a una cámara de ninguna manera, pudieran filmar su película.

⁶ ALGRANTI, J., "Productores producidos. Reflexiones en torno a los circuitos de producción en el nuevo cine argentino", AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009, págs. 82-83.

⁷ APREA, G., *Op. cit.*, pág. 92.

4.2. El “nuevo cine argentino”, de nuevo

En este marco de crisis social y cinematográfica surge el —luego así denominado— Nuevo Cine Argentino. Este es un nacimiento difícil de fechar, más allá de la dificultad propia de toda periodización. Antes que nada, porque el calificativo se aplica tanto a un conjunto de filmes, como a un conjunto de realizadores (directores, sobre todo), como a una época en particular. Teniendo en cuenta esto, y considerando que las realizaciones con las que aquí trabajamos son comprendidas bajo esta categoría, ¿Qué podríamos decir sobre el Nuevo Cine Argentino, que aporte conocimiento a nuestro estudio? Aunque resulta complejo establecer líneas de continuidad demasiado marcadas en el amplio espectro del Nuevo Cine Argentino, podemos intentar encontrar ciertos “parecidos de familia”, caracteres comunes que permitan construir algunas generalizaciones válidas para pensar el fenómeno.

Sobre si el hito fundante fue *Pizza, birra, faso* (1997) de Caetano-Stagnaro, o *Rapado* (1996) de Rejtman, o bien, *Historias breves* (1995), abundan disquisiciones de la crítica especializada. Pero sin lugar a dudas esta cinematografía fue una producción que tiene sus condiciones de posibilidad en el contexto post-dictado de la Ley de Cine y en la estructura que había dejado la mencionada crisis del campo cinematográfico.

Por un lado, se observa la novedad en el *régimen de producción*: no sólo por su impronta “independiente” o “alternativa”,⁸ sino además porque se adoptaron formas de producción segmentada-fragmentada, casi siempre signadas por la precariedad de recursos, con una organización y división del trabajo “no-convencional”, con el apoyo de una nueva generación de productores.⁹ De esta manera, algunos reconocen la instauración de un nuevo modo de operar en el campo: “Sencillamente, se trató de un nuevo modo de hacer cine, menos por una búsqueda programática, que por un hallazgo en el ensayo y la

⁸ AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 20.

⁹ AGUILAR, G., *Op. cit.*

perseverancia de la labor de los nuevos cineastas"¹⁰. Nada de esto fue en detrimento de posteriores reconocimientos e inserciones, tanto en el INCAA como en algunos sectores importantes de la Industria Cultural.

Por otra parte, a nivel de la imagen fílmica, es difícil hallar características estéticas similares que reúnan estas películas, pero sí, en cambio, se encuentran semejanzas en cuanto a coordenadas institucionales. No obstante, podríamos decir que esta nueva discursividad cinematográfica está marcada por la tematización de una cotidianeidad desgarrada y una sociedad devastada, pero también por la utilización de nuevas narrativas y de una politización de la forma.

Recordemos, en este sentido, que el contexto social en el cual este cine se inserta no está signado simplemente por el "crecimiento de la pobreza y el desempleo", sino también por (un diagnóstico legitimado de) la desestructuración de instituciones de cohesión social y por una crisis de normatividad o moralidad, por muchos nombrada (omitiendo su explícita cita a Simmel) como la "ruptura del lazo social". Con esto se vincula el surgimiento de unas opciones narrativas y estilísticas que abandonan las pretensiones de "lecturas moralizantes" y cuyos relatos abandonan, por lo tanto, la simplicidad de una "causalidad lineal fuerte"¹¹. Algo similar nos dice Aguilar al plantear que estos cines se resisten a un tipo de "lectura alegórica" y a la "transmisión de mensajes", siendo que más bien "muestran mundos" que se abren a la "indeterminación" y a la "interpretación"¹². Siguiendo este razonamiento, podemos plantear que el "[...] desfasaje entre la lógica de la representación de los problemas sociales en el cine y las expectativas existentes en torno a la política"¹³ durante la crisis tienen impacto específico en un contexto en el que, según Aguilar, 1) se habían perdido las certezas políticas, 2) ya no pesaba con la misma fuerza la

¹⁰ AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 22.

¹¹ APREA, G., *Op. cit.*, págs. 40-41.

¹² AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 24.

¹³ APREA, G., *Op. cit.*, pág. 57.

demanda identitaria hacia el cine nacional, y 3) se había diluido la función pública de los directores¹⁴. A partir de esto podemos entender lo que refiere Campero al decir que “[...] las películas del NCA son políticas también porque, antes que nada, politizan su propia forma, su sentido se realiza en la forma y no en sus enunciados o en los temas que trata”¹⁵.

Este cine se comprende más como una forma de hacer cine políticamente, que como una forma de hacer cine político. La politización, más que en la referencia, estaría en la “forma” misma. Habría que preguntarse, sin embargo, por la aplicabilidad de esta premisa a la totalidad de los filmes de esta época-corriente-movimiento. Este cine pretende no “masticar” la realidad y “regurgitarla” en la exhibición, sino que espera que el espectador haga, por sí mismo, el trabajo.

La emergencia de esta nueva discursividad —como ya lo hemos dicho— tiene lugar en condiciones sociales de producción, es decir, en unas coordenadas institucionales bien concretas. Hay que hacer mención, al menos, a tres espacios institucionales sin los cuales el fenómeno no puede ser comprendido.

El primero es el de la formación. Lo abordamos luego, pero el proceso de proliferación de escuelas de cine y de consolidación de las existentes permite, en gran medida, la profesionalización de los agentes de la cinematografía argentina y aporta, en este sentido, a la racionalización del campo. En Buenos Aires solamente, la creación de la Fundación Universidad del Cine y el crecimiento de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica, el Centro de Investigación y Experimentación en Video y Cine, la carrera de la UBA, el Centro de Investigación Cinematográfica, marcan un desarrollo importante a nivel de formación, pero también de investigación y experimentación¹⁶. Por otra parte, estos espacios, muchos de ellos orientados hacia una formación humanista, han sido tam-

¹⁴ AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 28.

¹⁵ CAMPERO, A., *Op. cit.*, pág. 56.

¹⁶ AGUILAR, G., *Op. cit.*

bién lugares que se proyectan como plataformas "desde donde" producir. Cabe recordar que, por ejemplo, Trapero es egresado de la Fundación Universidad del Cine (FUC).

Señalando la heterogeneidad interna en este arco institucional, Amatriain enfatiza el rol que juegan estas nuevas instituciones, no sólo en el proceso de profesionalización de los directores, de proyección de una renovación estética respecto de la realización previa en el país, sino también en la transición a un "nuevo régimen de significación posmodernista", que se caracteriza tanto por la "estetización de la vida cotidiana" como por el "predominio de la esfera de la imagen".¹⁷

El segundo de estos ámbitos es el de los festivales. En el país, *Pizza, birra, faso* tuvo como lugar de consagración el Festival Internacional de Cine de Mar del Plata. Pero luego, con las sucesivas ediciones del BAFICI, el conjunto de estos directores tuvo un espacio propio de exhibición, y en él, un lugar central. Además, el denominado nuevo cine argentino fue bien acogido en muchos festivales en el mundo, y a partir de esto muchos de sus directores tuvieron también acceso a fuentes de financiamiento extranjeros (Fond Sud Cinéma, Huber Bals Fund, Sundance, etc.).¹⁸

El tercer espacio que hay que mencionar es el de la crítica especializada y su particular rol en el surgimiento del nuevo cine argentino. Por la especial relevancia de este actor, dedicaremos el apartado siguiente a su tratamiento.

Por todo lo dicho, periodizar esta emergencia como el surgimiento de un "movimiento cinematográfico" puede resultar dificultoso. No puede hacerse si por ello se entiende una agremiación y trabajo colectivo entre todos los directores a los cuales les cabe este nombre. Tampoco si se busca un programa político o una estética común a todas estas películas. Aún así, compartimos la idea que plantea Malena Verardi en su escrito:

¹⁷ AMATRIAIN, I., *op. cit.*, pág. 50.

¹⁸ AGUILAR, G., *op. cit.*, pág. 199.

Sin embargo, en este artículo afirmamos la idea contraria, creemos que sí puede hablarse de un movimiento [...] porque más allá de la innegable disparidad estética de los filmes, la idea de ruptura e introducción de un nuevo escenario en el universo de la cinematografía nacional aparece afirmada en el campo y consensuada por sus distintos exponentes (realizadores, crítica, público)¹⁹.

El nuevo cine argentino, así, se comprende como movimiento, en tanto que corrimiento hacia un nuevo régimen creativo, buscado y defendido explícitamente por muchos de los actores comprometidos con él en el campo.

4.3. La creación de la novedad: el discurso de la crítica

Tal como sostiene Oscar Traversa, la crítica cinematográfica puede pensarse, en tanto discurso social, “[...] como superficie significativa sujeta a condiciones de producción restringidas y constituida a través de operaciones discursivas que compartirá con otros textos de rol social análogo”.²⁰ En este sentido, siguiendo el esquema planteado por la compilación del libro de Amatriain, pensamos a la crítica cinematográfica como agente (heterogéneo) del campo cinematográfico; un espacio en el que su dimensión discursiva se vuelve particularmente importante.

Desde el punto de vista de la teoría sociológica de Bourdieu, el acto de nominación —como acto simbólico dotado de un cierto “poder mágico”— resulta fundamental en la construcción de un acontecimiento. A partir de esta idea, Ignacio Amatriain nos señala que

La crítica, en este sentido, funciona a la vez como discurso y como *acción nominativa*: en el mismo acto de nombrar y celebrar la irrupción del NCA, lo instituye y le da entidad; de este

¹⁹ VERARDI, M., “El nuevo cine argentino: claves de lectura de una época”, AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, Ciccus, 2009, pág. 181.

²⁰ TRAVERSA, O., *Cine: el significativo negado*, Buenos Aires, Hachette, 1984, pág. 66.

modo, reproduce lo que en alguno de sus textos Bourdieu caracterizó como el “poder casi mágico de nombrar y de hacer existir gracias a la *nominación*”.²¹

Lo que se está señalando a partir de esta insistencia es que el acto de nominación es la condición sin la cual esta emergencia de una formación discursiva no adquiriría entidad simbólica. Mucho menos tratándose de una nominación tan particular como la que remite a la “novedad”.

Durante los noventa proliferaron una serie de publicaciones especializadas en cine, cada una con orientaciones diversas, desde *El Amante/cine*, pasando por *Film*, hasta *Kilómetro 111*. También hicieron su aparición, ya promediando el milenio, blogs y sitios web especializados, como *Otrocampo*, *Cineismo* y el sitio *cinencional.com*.²² Entre otras cosas, esta multiplicación discursiva demuestra, sobre todo, la existencia de un potencial público lector más o menos formado, hecho que se relaciona también con el aumento de las matrículas en las carreras de cine y comunicación durante el período de los noventa y dos mil²³.

Las primeras películas del nuevo cine argentino fueron bien recibidas y apoyadas por cierto sector de la crítica, encabezado por la revista *El Amante*. Muchos de estos filmes (entre ellos, *Pizza, birra, faso* y *Mundo grúa*) fueron reconocidos, aún marcando sus limitaciones en recursos y en la terminación de los productos, como promesas de “renovación estética” y “autenticidad representativa”, en contraposición a algunos autores por entonces consagrados en la cinematografía nacional (como Eliseo Subiela o Adolfo Aristarain) estéticamente estancados y

²¹ AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 53.

²² CAMPERO, A., *Op. cit.*, págs. 26-27; AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 215.

²³ MOGUILLANSKY, M. y RE, V., *op. cit.*, pág. 125. Parece central, a los fines de nuestro trabajo, recordar las condiciones planteadas por Bourdieu para la formación de un mercado de bienes simbólicos —es decir, para la lógica de la autonomización del campo cultural—: 1) la constitución de un público de consumidores, con independencia económica y principio de legitimidad; 2) el crecimiento y la profesionalización de los productores; y 3) la institucionalización de instancias de consagración (BOURDIEU, P., “El mercado de los bienes simbólicos”, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pág. 86).

divorciados de las pretensiones del público y de la crítica. Bien conocido es el caso de la tapa de la mencionada publicación, en donde se contraponen lo malo (*No te mueras sin decirme a donde vas* de Eliseo Subiela) y lo nuevo (*Historias breves*, dirigidas, entre otros, por Caetano, Stagnaro y Trapero), asociando claramente “lo nuevo” a “lo bueno”.

Estas películas, estos directores, sus discursos y sus formas, fueron descritos como novedad, como ruptura, sin aportar demasiada positividad a su identidad. Ante la dificultad para hallar una estética propia o un movimiento colectivamente organizado, la mirada de la crítica tendía a definir sus rasgos en la negación del cine anterior (el de finales de los ochenta y principios de los noventa)²⁴. La escasez de recursos en los procesos de producción de estos filmes fue utilizada como elemento legítimante en la función discursiva, a partir de la construcción de lo que Moguillansky y Re denominan una “épica de la carencia”.

De distintas maneras este discurso fue marcando apropiaciones, citas y críticas diversas e inconexas a múltiples tradiciones de la cinematografía mundial, reconocidas en distintos fragmentos de filmes del nuevo cine argentino. Se tendió, en este sentido, a concebir este movimiento como “huérfano”, y de esta manera se profundizó su nominación rupturista.

Moguillansky y Re proponen en su trabajo dos ideas fundamentales para la lectura de este proceso: la primera es la idea de un pacto, una alianza estratégica al interior del campo de producción restringida, entre esta (también podríamos decir) “nueva” crítica y la nueva generación de directores. La convergencia de intereses entre estos agentes del campo se lee desde la noción bourdiana de homología de posición²⁵: “Actores que ocupan posiciones igualmente subordinadas en el campo del cine nacional ponen en escena una estrategia de subversión de

²⁴ MOGUILLANSKY, M. y RE, V., *Op. cit.*, pág. 129.

²⁵ “La homología puede ser descrita como un parecido en la diferencia. Hablar de homología entre el campo político y el campo literario es afirmar la existencia de rasgos estructuralmente equivalentes –lo que no quiere decir idénticos- en conjuntos diferentes” (BOURDIEU, P., *Cosas dichas*, *Op. cit.*, pág. 143)

la estructura de distribución de capitales a través de un pacto de mutua conveniencia".²⁶

De esta manera, volvemos sobre la cuestión teórica de la nominación: el acto mágico consiste, justamente, no sólo en otorgar entidad simbólica, sino sobre todo en hacerlo *legítimamente*: "La acción nominativa, desde una posición legitimada en los términos del propio campo —es decir, una posición con el suficiente capital simbólico—, posee la capacidad de transmutar la insignificancia en notoriedad y reconocimiento"²⁷. Esta práctica de otorgarle nombre al movimiento cinematográfico que aquí nos ocupa (en el sentido restringido en que usamos el término), implica no sólo detentar un importante capital simbólico (de esto se trata el rol de los intermediarios culturales, tal como los piensa Bourdieu), sino además realizar, en el acto mismo, una apuesta simbólica fundamental.

El apoyo de este sector de la crítica a una estrategia heterodoxa entre los realizadores conlleva la expectativa de una suerte de "retorno del capital invertido", y de una ulterior acumulación que mejore su propia posición en el campo. Esto será trabajado en el próximo apartado, aunque deberíamos plantear, desde ya, que la disputa en el campo cinematográfico no tiene lugar exclusivamente entre los directores, sino también y fundamentalmente entre los críticos (los detentores de este poder de nominación).

Tal como lo plantean las autoras, el posterior divorcio entre esta "primer generación" de directores del nuevo cine argentino y la crítica, tiene lugar en una lógica particular del campo, en donde el pacto hace a la crítica ceder gran parte de su autonomía, y en donde el devenir de esta heterodoxia exitosa en nueva ortodoxia (su anquilosamiento) le quita el carácter redituable de "lo raro" o "lo nuevo".

Si el campo cultural funciona como una perpetua lucha entre profetas y sacerdotes, como un continuo surgimiento de hete-

²⁶ MOGUILLANSKY, M. y RE, V., *Op. cit.*, pág. 136.

²⁷ *Ibidem*, págs. 126-127.

rodoxias que implican una racionalización, llegan a convertirse en oficialidad que necesita de una nueva profecía para conmovier sus propios silencios. La impotencia que envuelve a la crítica dentro del campo cinematográfico local, confinada al futuro que prescriben sus sentencias, sin embargo ha de rescatarse en los términos de una alianza estratégica que dio lugar a consolidar ese mismo campo en base a una mayor autonomía. Este “extravío” de la crítica permitió, de alguna manera, dar tiempo y forma a un campo que invirtió a todos sus agentes en el proceso de una mayor autonomización.²⁸

En este sentido, en sus investigaciones “La crítica” se piensa en singular en la medida en que la gran mayoría de los críticos (o más específicamente, la gran mayoría de una nueva generación de críticos que emergía en aquel momento) acude a esta convergencia de intereses y a esta lucha por el reconocimiento del construido acontecimiento cinematográfico.

Pensando, entonces, a partir de la lógica del campo, el acto de nominación aparece no como complemento o epifenómeno de una “creación cinematográfica novedosa”, sino, antes bien, como condición necesaria de posibilidad para el nacimiento del nuevo cine argentino como tal, para la capitalización simbólica que realiza a partir de sus filmes y para el reposicionamiento de sus agentes en el campo a partir de su narrada reconfiguración:

Efectivamente hubo una serie de directores, películas y estéticas novedosas, de mayor calidad y solvencia técnica, que no pretendemos negar. Pero era necesaria una enunciación clasificatoria que tradujera el caos en orden y el azar en destino. Una cosa no hubiera sido posible sin la otra.²⁹

Sin embargo, si pensamos en el campo cultural en general, y no sólo en el campo de producción, Oscar Traversa señala ya en su momento una pregunta central para el presente trabajo:

²⁸ Ibídem, pág. 138.

²⁹ Ibídem, pág. 136.

Si se consideró a la crítica cinematográfica como un agente con cierta influencia concreta sobre el público, se lo ha hecho sin pasar por la cuantificación que tal conclusión hubiera exigido. Si se ha dicho que ella está ligada a la historia y a la lucha de clases, se lo sostuvo sin demostrar cuál es su inserción en el seno de la formación social en la cual es producida.³⁰

Atentos a esta advertencia hemos seguido como premisa fundamental el principio de nunca transponer mecánicamente la lógica, la capacidad de determinación y de influencia de un agente en el campo de producción, en sus instituciones, en su distribución de recursos (financieros y simbólicos), al momento del consumo. La apropiación de bienes culturales como práctica social -aunque nunca "autónoma" del todo- posee una lógica propia.

4.4. Autonomía y racionalización: ¿Existe un "campo" cinematográfico argentino?

El concepto de campo de Pierre Bourdieu implica concebir, por ejemplo, al "campo de producción cultural, artística o intelectual", como una región relativamente autónoma de relaciones de interés y reconocimiento, como un "espacio estructurado de posiciones", que se define "definiendo aquello que está en juego y sus intereses específicos".³¹

En este sentido, la noción de campo hace explícita referencia a la sociología de Weber y a su idea de la modernidad como proceso de racionalización. Así, y tal como lo plantea Amatriain, la racionalización del quehacer artístico tiene que ver, por un lado, con una ruptura o negación del vínculo comercial, y por otro, con una legitimación del aura y del valor específicamente artístico³². Pero fundamentalmente, esto alude al fuerte pro-

³⁰ TRAVERSA, O., *Op. cit.*, pág. 66.

³¹ BOURDIEU, P., "Algunas propiedades de los campos", *Op. cit.*

³² AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 28.

ceso de profesionalización e institucionalización del cine. No hablamos de otra cosa aquí que de la definición de aquello que está puesto en juego en todo campo, es decir, su capital específico. De esta forma, la apuesta simbólica fuerte del nuevo cine argentino está vinculada a esta comprensión del cine como “verdadero arte”, o bien, su búsqueda con una “voluntad de forma”. Pero además, la demanda política del conjunto de agentes de la cinematografía nacional, de intervención estatal (que podría haber sido vista como una “pérdida de autonomía”) a través de la Ley de Cine constituyó un elemento fundamental, justamente, para autonomizar el campo (con respecto a unas reglas de juego comerciales que no permitían dividir entre “búsqueda artística” y “entretenimiento”).

De esta forma, la categoría aporta elementos importantes para comprender la disputa por el “monopolio legítimo del quehacer cinematográfico”.³³ Así, como en cualquier campo cultural, tiene lugar aquí una lucha entre la “ortodoxia” de los dominantes en el campo y la “heterodoxia” de los recién llegados (el impulso de la renovación).³⁴ La posibilidad de la construcción de un

³³ Pierre Sorlin construye una noción emparentada con la categoría bourdiana al hablar del “medio del cine”, en donde se pone en juego tanto la “competencia” admitida en una formación social, como el “monopolio legítimo de la realización filmica”, el desconocimiento de los criterios económicos por parte de los cineastas, y la solidaridad interna al medio, que disminuye sus conflictos directos (la “complicidad objetiva” bourdiana). En esta construcción, el autor reconoce tanto el rol de la crítica, como el de las reglas de acceso al medio (también existen normas de acceso al campo, vinculadas a la *illusio* y a determinadas competencias, posesión de capitales, etc.), y a la capacidad de integración de normas, hábitos y convenciones (SORLIN, P., *Op. cit.*, pág. 87). Si bien la referencia a Bourdieu no es frecuente en este texto, el uso de sus categorías y de algunas de sus ideas centrales (como el considerar el consumo cultural como elemento de distinción entre las clases) es evidente, aunque debe recordarse que la primera edición en francés del libro es de 1977, previo a la publicación de *La distinción*. En nuestro trabajo, la idea de un “campo de producción cinematográfica” no será tan relevante como la del “campo cultural” en un sentido más general, debido a que nuestra mirada estará centrada, como ya planteamos, en las prácticas de consumo.

³⁴ “Aquellos que, dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan [...] el capital específico que es el fundamento del poder o de la autoridad específica característica de un campo, se inclinan hacia estrategias de conservación —las que, dentro de los campos de producción de bienes culturales, tienden a defender la *ortodoxia*—, mientras que los que disponen de menos capital —que suelen ser también los recién llegados, es decir, por lo general, los más jóvenes— se inclinan a utilizar estrategias de subversión: las de *herejía*” (BOURDIEU, P., “Algunas propiedades de los campos”, *Op. cit.*, pág. 121). Bourdieu insiste en pensar estas acciones enmarcadas en lógicas prácticas producto de sistemas de disposiciones, y no como producto de la racionalidad, voluntad o intención de los actores.

espacio de renovación en el cine nacional estuvo vinculada a la instalación de una disputa entre dos subcampos: el "campo de producción cultural restringida" (cine para intelectuales, para cinéfilos, e incluso, para cineastas) y el "gran campo de producción cultural" (cine comercial o para el gran público).

De esta forma se evidencia una cierta esterilidad en el uso de la distinción tajante entre "independiente" y "comercial" (a los fines analíticos de la investigación). "En este sentido, los distintos actores e iniciativas del NCA que hemos visto, habrían marcado tan sólo los vértices de lo que aquí se define como un «campo inconcluso»".³⁵ De esta manera pretendemos aquí utilizar la categoría de "campo cinematográfico argentino", antes como una hipótesis de trabajo que como un sistema de relaciones con límites bien definidos: el reconocimiento de ciertas instituciones y cierta dinámica relacional que regula, más o menos autónomamente, la producción cinematográfica en el país.

Estas dos tendencias, podría decirse, la de lo "alternativo" y lo "comercial" en el cine nacional, antes que definirse o anularse, se configuran en una tensión permanente en el audiovisual contemporáneo.

De hecho, cada subcampo produce condicionamientos sobre el otro, conformando un juego dinámico de relaciones que se traducen en sus reglas y en las mismas estrategias de los agentes, a través de numerosas superposiciones que generan entrecruzamientos entre los circuitos de producción.³⁶

4.5. Autonomización / Mercantilización: cruces en el campo del audiovisual

Antes mencionamos algunos de los factores institucionales que aportaron al surgimiento del movimiento del nuevo cine ar-

³⁵ AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 32.

³⁶ ALGRANTI, J., *Op. cit.*, pág. 74.

gentino. Omitimos un actor que resulta central, no sólo por su rol en el proceso particular de la cinematografía, sino también como síntoma de la actual configuración de la cultura en la sociedad argentina.

En una lectura desde la categoría de “posmodernismo” de Jameson (es decir, como “lógica cultural del capitalismo tardío”), Algranti comprende el proceso de renovación como una revitalización de este campo de producción restringida, históricamente truncado en el país por los sucesivos cambios de régimen y procesos macropolíticos. Hacemos referencia a la categoría en la medida en que se está pensando en esta suerte de “capitalismo semiótico” del que habla Jameson, en donde cultura y economía se han des-diferenciado, tanto como lo han hecho también la cultura “alta” y la cultura “masiva”.³⁷

En este contexto, la creciente atención de las “nuevas productoras” –vinculadas a los multimedia televisivos– respecto de realizadores del nuevo cine argentino, se interpreta como una forma de adaptación de los grandes conglomerados mediáticos a los “nuevos patrones de producción” correlacionados a los “nuevos patrones de consumo”. Algranti piensa concretamente en la producción de Polka a trabajos de Trapero, o la realización de series televisivas como *Tumberos* o *Disputas* por parte de Caetano y producidas por Ideas del Sur.

La alianza estratégica establecida por estos actores presenta a los medios masivos como espacio privilegiado de nominación y consagración (luego veremos el funcionamiento de este hecho en el caso de Trapero). Por otra parte, las nuevas productoras son las representantes de una *ortodoxia renovada*: “[...] nos referimos al poder simbólico. Se trata ni más ni menos que de la producción de representaciones, de la capacidad de *hacer ver* y *hacer creer* en la lucha por la nominación oficial que define la visión legítima del mundo en un momento dado”.³⁸

³⁷ JAMESON, F. *Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós, 1991.

³⁸ ALGRANTI, J., *Op. cit.*, pág. 90.

De esta forma, más allá de la noción de "independencia", buena parte de las intervenciones heterodoxas de estos directores son pensadas también como un "uso estratégico de la heterodoxia", en tanto elemento de legitimación en el campo. Habría, en cierta forma, un intento de construir un "monopolio de la transgresión legítima", en tanto la transgresión en sí misma aparece como parte de las condiciones de existencia necesaria de estos agentes.

Saliendo del esquema bourdiano, y desde una mirada anclada en Lukacs y Debord, Algranti se pregunta sobre la posibilidad (en este marco de tensión, entrecruzamiento y reconfiguración dialéctica entre los dos subcampos de producción cultural) del nuevo cine argentino para romper con la lógica de la mercancía y el fetichismo en la cultura. Y recordando todas las críticas planteadas, el autor reconoce la capacidad de estos directores en la utilización de éxitos de rating para forzar los códigos visuales en la TV, y en este sentido, disputar los criterios de percepción legítimos y generar entre sus espectadores una sensación de "conmoción":

[...] interpelan al sujeto no desde la posición del consumidor contemporáneo, que reconocen —con matices y diferencias— numerosos trabajos (García Canclini, 1995; Ortiz, 1997; Sabido Ramos, 2003; Bauman, 2004), sino desde la incomodidad de abordar los síntomas sociales sin intenciones de cierres o finales felices³⁹.

En dirección contraria, y pensando en un peligro de "ghetización" de un cine "minoritario", Amatriain se pregunta:

Si esta "desidia vital" refleja acaso cierto *habitus* afectado y acomodaticio, los vicios de un circuito de cine hecho por y para una minoría de burgueses cultivados, es algo que excede este análisis [...] Lo cierto es que el circuito de festivales ha promovido el código restringido de un público minoritario y muy entrenado en los códigos de la "tribu cinéfila".⁴⁰

En esta línea, los autores señalan la facilidad con que la Industria Cultural puede absorber y capitalizar esta producción

³⁹ Ibidem, pág. 100.

⁴⁰ AMATRIAIN, I., *Op. cit.*, pág. 37.

cultural “elitista” o “restringida”, en un contexto en donde el mercado de bienes simbólicos ha tendido a la fragmentación, y donde incluso los “consumos intelectuales” puede generarle un importante rédito (material y simbólico).

CAPÍTULO 5
LOS CAMINOS HACIA EL PUEBLO.
RECORRIDOS TEÓRICOS EN TORNO A
“LO POPULAR”

Es necesario realizar cierta precisión conceptual para pensar aquello que muchos autores que estudian el campo cinematográfica¹ han nombrado como la "reaparición del pueblo en la pantalla" del nuevo cine argentino. Esta categoría, en su formulación más propiamente "política" (pueblo), o bien en su versión "cultural" (lo popular), ha sido objeto de múltiples desarrollos teóricos.

Por las páginas que aquí podemos dedicarle a la cuestión no se hará más que pasar revista a algunos de los temas y autores más visitados en los estudios sobre cultura popular, delineando caminos o posibilidades de aproximación a un objeto que no es tal por fuera de estos recorridos, y que, en éstos, se constituye de manera diversa.

5.1. Acallar para hacer hablar

La mirada académica sobre los fenómenos vinculados al pueblo no deja nunca de practicar una cierta violencia epistemológica sobre aquello que constituye en *objeto*, y que al hacerlo, lo preforma y moldea según las categorías que quien conoce le impone. No parece ser un problema que tenga una solución que conforme al investigador: aquel que habla de lo popular, nos dice Pablo Alabarces, siempre lo hace en lengua intelectual.²

Esto implica que muchas de las investigaciones sobre las prácticas de los sectores populares deben realizar importantes rodeos metodológicos para sortear aquellas mediaciones doctas a partir de las cuales, en última instancia, se hace hablar a lo popular. Es el caso clásico de Bajtin y su trabajo sobre la cul-

¹ AGUILAR, G., *op. cit.*; AMATRIAIN, I., *op. cit.*; ALGRANTI, J., *Op. cit.*

² ALABARCES, P., "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular.", ponencia presentada en las VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, 17 al 19 de octubre, Córdoba, 2002.

tura cómica popular de la edad media y el Renacimiento como fuente de los textos de Rabelais.³

Antes de pasar a los recorridos propiamente teóricos, se hace necesaria una mención a este problema epistemológico, que ha retornado una y otra vez en los intentos de asir un fenómeno tan arenoso y escurridizo (para la lengua y las manos del intelectual) como el de la cultura popular. La conciencia de esta tensión (intelectual-pueblo) no debe oficiar de excusa tranquilizadora. Antes bien, E. P. Thompson nos recuerda que en la intervención sobre el campo político de la memoria, los estudios sobre la cultura popular tienen la posibilidad de realizar un aporte fundamental: el de dar la alerta sobre el peligro de redoblar la derrota de los dominados, escribiendo, sobre su subordinación, una historia que olvide las luchas y las resistencias que yacen tras ese proceso de dominación.

Trato de rescatar al pobre tejedor de medias, al tundidor ludita, al “obsoleto” tejedor manual, al artesano “utópico” e incluso al iluso seguidor de Joanna Southcott, de la enorme prepotencia de la posteridad. Es posible que sus oficios artesanales y sus tradiciones estuviesen muriendo. Es posible que su utilidad hacia el nuevo industrialismo fuese retrógrada. Es posible que sus ideales comunitarios fuesen fantasías. Es posible que sus ideales insurreccionales fuesen temerarios. Pero ellos vivieron en aquellos tiempos de agudos trastornos sociales, y nosotros no. Sus aspiraciones eran válidas en términos de su propia experiencia; y, si fueron víctimas de la historia, siguen, al condenarse sus propias vidas, siendo víctimas.⁴

El reconocimiento de esta función del trabajo intelectual sobre lo popular forma parte de los caminos conceptuales que aquí se intentan narrar.

³ BAJTIN, M., *La cultura popular en la edad media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Madrid, Alianza Editorial, 1989.

⁴ THOMPSON, E., *Costumbres en común*, Barcelona, Editorial Crítica-Grijalbo Mondadori, 1991, pág. xvii.

5.2. Lo popular desde el marxismo

Sin duda, el paso por la tradición marxista es obligatorio en la revisión de las principales líneas del pensamiento sobre lo popular. Dos figuras fundamentales, como lo son Mijail Bajtin y Antonio Gramsci, anticipan en sus textos algunas de las ideas-fuerza centrales que delinean para esbozar teóricamente aquello que nombramos en este trabajo como "lo popular".

El estudio de Bajtin sitúa la cultura popular —en singular— en el contexto de "la plaza y el carnaval"⁵. Los usos populares del lenguaje y del cuerpo, del humor y del género grotesco, le permiten pensar en un carácter subversivo que invierte las configuraciones dominantes de la cultura oficial, que las degrada y las recrea, produciendo un espacio-tiempo propio de significaciones populares.

En realidad el grotesco, incluso el romántico, ofrece la posibilidad de un mundo totalmente diferente, de un orden mundial distinto, de una nueva estructura vital, franquea los límites de la unidad, de la inmutabilidad ficticia (o engañosa) del mundo existente. El grotesco, nacido de la cultura cómica popular, tiende siempre, de una u otra forma, a retornar al país de la edad de oro de Saturno y contiene la posibilidad viviente de este retorno.⁶

En este sentido, la hiperexpresividad de la estética popular no sólo produce apropiaciones degradadas de las formas y los modos "oficiales" (es decir, legítimos). En ese mismo acto, los tensiona, y de esta forma, los "regenera" en nuevos sentidos, muchas veces (mediados por la corporalidad y la materialidad de un orden mundano invertido) contrapuestos.

Gramsci⁷, por su parte, presenta algunos puntos de contacto con esta mirada, aunque su desarrollo teórico marca de manera

⁵ MARTÍN-BARBERO, J., "Cultura popular", ALTAMIRANO, C. (Dir.), *Términos críticos en sociología de la cultura*, Barcelona, Paidós, 2002.

⁶ BAJTIN, M., *Op. cit.*, pág. 49.

⁷ GRAMSCI, A, *Literatura y vida nacional*, Buenos Aires, Las Cuarenta, 2009.

más clara las categorías que permitirán el ulterior desarrollo de estos estudios: su noción de hegemonía habilita análisis de los procesos de dominación no sólo como represión (aunque nunca deba dejarse de lado esta dimensión), sino también como lucha en la producción y apropiación de sentido. En el marco de su proyecto, la cultura popular (nombrada muchas veces como folclor) debe pensarse anclada en su condición de subalternidad, pero siempre dotada de sentido y en tanto principio de las prácticas o máximas para la acción. En su crítica a la estrategia de conocimiento de los folcloristas, el autor esboza puntos de coincidencia con la mirada relacional de Bajtin, aunque reconociendo la heterogeneidad propia del mundo popular:

Es necesario en cambio estudiarlo [al folclor] como “concepción del mundo y de la vida”, en gran medida implícita, de determinados estratos (determinados en el tiempo y el espacio) de la sociedad, en contraposición (también por lo general implícita, mecánica, objetiva) con las concepciones del mundo “oficiales” (o en sentido más amplio, de las partes cultas de las sociedades históricamente determinadas), que se han sucedido en el desarrollo histórico. (De allí, por consiguiente, la estrecha relación entre folklore y “sentido común” que es el folklore filosófico). Concepción del mundo no sólo no elaborada y asistemática, ya que el pueblo (es decir, el conjunto de las clases subalternas e instrumentales de cada una de las formas de sociedad hasta ahora existentes) por definición no puede tener concepciones elaboradas, sistemáticas y políticamente organizadas y centralizadas aún en su contradictorio desarrollo, sino también múltiple; no sólo en el sentido de diverso y yuxtapuesto, sino también en el sentido estratificado de lo más grosero a lo menos grosero, si no debe hablarse directamente de un conglomerado indigesto de fragmentos de todas las concepciones del mundo y de la vida que se han sucedido en la historia, de la mayor parte de las cuales sólo el folklore se encuentran los documentos sobrevivientes, mutilados y contaminados.⁸

La extensión de la cita gramsciana se justifica en la medida en que adelanta una serie de preceptos indispensables como cimiento de construcción de muchos de los ulteriores desarrollos: la forma múltiple que queda homogeneizada bajo el acto

⁸ *Ibidem*, pág. 278.

de nominación de lo popular, la relación con el sentido común, su carácter asistemático e indigesto (desde el punto de vista intelectual), etc.

De todos estos señalamientos, dos resultan indispensables para comprender algunas de las ideas que se encuentran en la base de las teorías e investigaciones contemporáneas sobre esta problemática: primero, la necesidad de concebir lo popular diacrónica —pensar su historia, sus tradiciones y sus repertorios prácticos y valorativos— y sincrónicamente —reconocer su lugar en el espacio social, sus distribuciones y la estructura de relaciones en las que se ubica—⁹. Y segundo, vinculado a lo anterior, lo popular no puede conceptualizarse por fuera de su situación de clase, de subalternidad, y por lo tanto, por fuera de la relación que le da entidad: sea esta relación de plena dominación, de conflicto, de resistencia, etc. Sobre esto volveremos más adelante.

La variedad e importancia de la influencia de estos autores en diversos ámbitos intelectuales es inabarcable. El retornar a ellos no es simplemente un acto de coleccionismo académico. Sus formulaciones delinan el sedimento sobre el cual se construyen prácticas discursivas diversas, desde el marxismo británico hasta los estudios de comunicación y cultura latinoamericanos. En ellos puede observarse no sólo la formulación de algunas de las categorías de uso más frecuente en las ciencias sociales, sino sobre todo unos programas de investigación y una producción teórica que reconocen la necesidad de estudiar lo popular como cultura, concebida de manera amplia, como sentido.

El paso teórico necesario para reconocer lo popular (también) como cultura, adviene aquí en investigaciones que, sin dejar de concebir el poder y la dominación, desentrañan el sentido de las prácticas populares, sus "concepciones del mundo" con sus propios principios de acción. Principios y sentidos que se perciben como políticamente relevantes. Allí, en el pensar la acción de los sectores populares como acción con sentido (po-

⁹ ALABARCES, P., "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular.", ponencia presentada en las *VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, 17 al 19 de octubre, Córdoba, 2002.

líticamente, históricamente, en su condición de dominados y en su relación con la hegemonía) nos encontramos, ya, con la construcción de la “cultura popular” como objeto de estudio.

5.3. Sociología y antropología de lo popular

El estudio de lo popular, ya situado en el mundo académico, emerge en la frontera entre al menos dos campos disciplinares que ponen en juego, de acuerdo a la conocida formulación de García Canclini,¹⁰ dos dimensiones distintas de la problemática: la antropología, y su perspectiva de la diferencia, y la sociología, y su perspectiva de la desigualdad. Aunque esquemática, la formulación resulta útil para señalar algunos de los obstáculos que se deben sortear, sobre todo en las situaciones en las que ya no media aquella distancia “colonial” en el momento del conocimiento de lo popular (la de la primera antropología moderna). En los abordajes que estamos tomando aquí, se ponen en juego cruces de perspectivas tanto de clase, como de raza, etnia y sexo, que complejizan los problemas metodológicos que, ya dijimos, no podremos desarrollar en profundidad.

En cambio, sí podemos realizar un salto en el tiempo para observar las maneras en las que se ponen en juego las categorías de la dominación y la desigualdad en sistemas conceptuales contemporáneos, para llegar luego a las formulaciones que, a nuestro entender, articulan de manera más acabada esta tensión.

En esa línea, como ya vimos en el Capítulo II, la investigación de Pierre Bourdieu¹¹ da un paso fundamental en torno a pensar el proceso hegemónico como dominación cultural y como ejercicio de violencia simbólica. Esto implica establecer una serie de mediaciones entre los procesos hegemónicos (las sedimentaciones de la “cultura legítima”) y las prácticas sociales. En medio,

¹⁰ GARCÍA CANCLINI, N., *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, op. cit.; GARCÍA CANCLINI, N., *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Grijalbo, 2004.

¹¹ BOURDIEU, P., *Op. cit.*

la puesta en juego de las categorías de *campo*, pero sobre todo la de *habitus*, permiten dar cuenta tanto de una estructura de distribución desigual de los bienes materiales y simbólicos,¹² como de los procesos e instancias de incorporación en forma de disposiciones, que permiten vincular explicativamente el nivel estructural con su eficacia en las determinaciones concretas de la práctica.

En este sentido, las prácticas populares sólo pueden comprenderse por la inmediata referencia a su posición dominada, pero no exclusivamente por ella: también se repone su sentido por la incorporación de cierta toma de posición correspondiente a dicha posición. Esto se observa en el estudio de Bourdieu sobre el gusto. Mientras que el gusto "culto" se constituye a partir de la posibilidad de las clases dominantes de "liberarse" del mundo de las necesidades, construyendo el mito del "arte por el arte",

[...] las prácticas populares tienen como principio la *elección de lo necesario* ("esto no es para nosotros"), en el sentido, al mismo tiempo, de lo que es técnicamente necesario, "práctico" (o, en otro lenguaje, funcional), es decir, necesario para ser "como hay que ser, sin más", y de lo que viene impuesto por una necesidad económica y social que condena a la gente "sencilla" y "modesta" a unos gustos "sencillos" y "modestos"¹³.

La perspectiva de Bourdieu, así, complejiza de manera importante las vinculaciones entre el acento en la desigualdad, por un lado, y las lógicas prácticas (la perspectiva del agente) por otro. En este desarrollo, sin embargo, autores como Grignon y Passeron¹⁴ reclaman una suerte de homogeneización vertical del espacio social, en donde la cultura popular aparece sólo como carencia, allí donde el investigador busca con el lente de la "categoría dominante" (la definición legítima de la cultura).

¹² Nótese que el acento —en Bourdieu— no está puesto ya en la producción, como encontrábamos en parte de la tradición marxista y en los estudios de comunicación funcionalistas. En los estudios de Bourdieu, la desigualdad toma cuerpo en las prácticas de producción, circulación y consumo, tanto materiales como simbólicas. Ver Capítulo 2.

¹³ *Ibidem*, pág. 368.

¹⁴ GRIGNON, C. y PASSERON J. C., *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y Populismo en sociología y literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1991.

Los que creen en la existencia de una “cultura popular”, verdadera alianza de palabras mediante la cual se impone, quiérase o no, la definición dominante de la cultura, no deben esperar encontrar, si van a ver lo que hay ahí, otra cosa que los dispersos fragmentos de una cultura erudita más o menos antigua (como los conocimientos “médicos”) seleccionados y reinterpretados evidentemente con arreglo a los principios fundamentales del *habitus* de clase e integrados en la visión unitaria del mundo que éste engendra, y no la contracultura que ellos reclaman, cultura enfrentada a la cultura dominante, reivindicada con todo conocimiento como símbolo de estatus o profesión de existencia separada.¹⁵

A partir de esta idea, el autor habla de la “paradoja” respecto de los actos de sumisión cultural: muchas veces pueden ser más emancipadores que los de “resistencia”¹⁶. De igual manera, Grignon y Passeron señalan que, desde esta perspectiva, allí entre los dominados, se encuentra sólo dominación, sólo falta, sólo carencia. El enfoque se vuelve “legitimista”, y retorna a una mirada “etnocéntrica de clase”, aunque igualmente reduccionista sería encontrar, allí donde se la busca, sólo resistencia.

La obra de Grignon y Passeron supera ampliamente las posibilidades de ser reseñada en este capítulo. Recuperaremos simplemente su noción de ambivalencia para dar cuenta de una mirada compleja y articulada de lo popular, abriendo el sendero vinculado al reconocimiento de cierta autonomía en la producción de significaciones.

Como ya adelantamos, Bourdieu se constituye en un parte-aguas sobre el cual se vuelve una y otra vez para pensar la cultura popular en América Latina. Su aporte, muchas veces leído desde una matriz gramsciana, se sitúa en el señalamiento de observar allí, en los procesos de apropiación desigual de la producción social [simbólica], un elemento para concebir, en forma de cruce, las dimensiones de la diferencia-desigualdad

¹⁵ BOURDIEU, P., *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Op. cit., pág. 402.

¹⁶ BOURDIEU, P., *Cosas dichas*, Op. cit.

cultural. De esta manera puede leerse la primera parte de la cita de García Canclini:

Las culturas populares (más que la cultura popular) se configuran por un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales de una nación, o etnia por parte de sus sectores subalternos, y por la comprensión, reproducción y transformación, real y simbólica, de las condiciones generales y propias de trabajo y de vida [...] Pero la particularidad de las culturas populares no deriva sólo de que su apropiación de lo que la sociedad posee es menos diferente; también de que el pueblo genera en su trabajo y su vida formas específicas de representación, reproducción y reelaboración simbólica de sus relaciones sociales.¹⁷

El tema planteado por la segunda parte de esta cita se desarrolla a continuación.

5.4. La hipótesis de la ambivalencia

En su obra, *Lo culto y lo popular*, Grignon y Passeron generan una serie de debates en torno a un problema central para la sociología de la cultura: cómo aplicar la noción de dominación al mundo de la cultura. En este sentido, se encuentran con una serie de dificultades al intentar vincular teórica y metodológicamente las relaciones entre clases (dominantes-dominadas) y las relaciones entre simbolismos (dominantes-dominados), pero también los vínculos al interior del campo de los dominados (clase-simbolismo) y de los dominantes (clase-simbolismo).

El problema de un esquema homológico de vinculación (como, para los autores, es el esquema marxista clásico) ya ha ido apareciendo en la exposición. Ante la imposibilidad de elegir por una u otra dirección unívoca de análisis, Grignon y Passeron entienden que "Una sociología de la cultura que quiera integrar los actos de la dominación en sus análisis tiene siempre que dar

¹⁷ GARCÍA CANCLINI, N., *Las culturas populares en el capitalismo*, Op. cit..

cuenta de un circuito completo de interacciones simbólicas y de constitución de simbolismos”¹⁸.

Adrede hemos recorrido algunas de las perspectivas que, en la teoría social contemporánea, piensan lo popular, desde la sociología, vinculado directamente a una estructura de relaciones del espacio social. Como ya desde Gramsci reconocimos, lo popular no debe pensarse por fuera de su anclaje de clase, aún con todos los problemas que esta categoría trae en el uso contemporáneo¹⁹. Pero también con Gramsci (y muchas veces a contrapelo de sus lecturas canónicas) se debió recordar: la hegemonía, como categoría, no implica una absolutización de la dominación, que incluye también el mundo de la cultura. Es, más bien, desde la perspectiva de la clase dominante, un proceso de “ruptura del corporativismo” y, por lo tanto, de préstamo-incorporación de elementos propios de las culturas populares: “Desde este punto de vista, podemos decir que en la lucha simbólica, los dominados pierden de entrada y los dominantes no tienen nunca ganada la partida: para ganar deberían ganar definitivamente”.²⁰

En este sentido, ya desde los autores clásicos, el reconocimiento de las posibilidades de los sectores populares para, en determinados momentos [mientras se “olvida su situación de dominación”] apropiarse, degradar, reelaborar y producir nuevas significaciones sobre sus propias condiciones de vida (que no se agotan en su situación de dominados), ha sido central para comprender el sentido de su práctica.

Por el carácter reduccionista de la elección entre una u otra posibilidad de abordaje (regida por el “principio de dominación” o por el “principio de autonomía”), los autores construyen —en un desarrollo mucho más amplio, del cual aquí sólo damos cuenta parcialmente— la denominada “hipótesis de ambivalencia”. Esto implica una doble lectura de las prácticas populares y de

¹⁸ GRIGNON, C. Y PASSERON J. C., *Op. cit.*, pág. 25.

¹⁹ ALABARCES, P., “Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular.”, *Op. cit.*

²⁰ GRIGNON, C. Y PASSERON J. C., *Op. cit.*, pág. 53.

su sentido: en clave de "análisis cultural" (referente a la "coherencia interna y a la autonomía del sistema", es decir, a la elaboración propia en referencia a sus propias condiciones), y de "análisis ideológico" (referente a la "función" en cuanto a la relación de dominación social y cultural):²¹

Entendámonos bien: le pasan cosas esenciales a una cultura popular como consecuencia de estar restringida a funcionar como cultura dominada, es decir, inextricablemente como *cultura de denegación* y como *cultura de aceptación*, sub-cultura y contracultura. La sociología debe ocuparse de eso: es análisis ideológico (interpretación de sus producciones simbólicas según B´). Pero el sociólogo olvidaría algo de la cultura popular si no fuera capaz de hacer la hipótesis interpretativa de que una cultura popular es también capaz de productividad simbólica cuando olvida la dominación de los "otros", a menos que llegue a organizar, de manera simbólicamente coherente con su principio propio, a las experiencias de su condición: es análisis cultural (interpretación del sentido de sus producciones simbólicas según B).²²

La ambivalencia como carácter constitutivo de la cultura popular aparece como un intento de formulación sumamente relevante al momento de pensar la subalternidad atravesada por la dominación social (en su carácter relacional), pero también de pensar la autonomía de los sectores populares para producir simbólicamente. Encontraríamos allí, entre los dominados, dominación, pero no "sólo dominación". Encontraríamos, en las prácticas de los sectores populares, elaboración, "escamoteo", pero sin olvidar la dominación (sin olvidarla, al menos, más de lo que es olvidada por esos mismos sectores; olvido que abre a algunas de estas elaboraciones de resistencia o contracultura).

²¹ En otras palabras, podría hablarse de un uso articulado del "modelo de la autonomía simbólica" y del "modelo de la dominación simbólica" (GRIGNON, C. y PASSERON J. C., *op. cit.*, pág. 67).

²² *Ibidem*, pág. 77.

5.5. Lo popular y la elaboración simbólica

¿Cómo operativizar teóricamente esta idea según la cual autonomía y dominación deben pensarse articuladamente en el sentido producido por los sectores populares? ¿Qué lugar tiene la práctica, propiamente dicha, en este esquema? Pero fundamentalmente, ¿qué contenidos específicos, e históricamente determinados, tienen estos sentidos, en su particularidad popular?

Antes mencionábamos los aportes de García Canclini en torno a la conceptualización de la cultura popular simultáneamente como apropiaciones desiguales y elaboraciones autónomas. Otra vertiente latinoamericana a tener en cuenta es la que desarrolla (tal como lo mencionáramos en capítulos anteriores) Jesús Martín-Barbero. Su conceptualización crítica de lo cultural como espacio de conflictos múltiples, tensiones y negociaciones, da lugar a nuevas maneras de preguntarse por lo popular,²³ fundamentalmente a partir del reconocimiento de su carácter heterogéneo, ambiguo y conflictivo.

De un lado está *lo popular como memoria* de otra economía, tanto política como simbólica, memoria de otra matriz cultural amordazada, negada [...] De otro lado está *lo popular-masivo*: esto es lo masivo como negación y mediación histórica de lo popular. Pues la *cultura masiva* es negación de lo popular en la medida en que es una cultura producida para las masas, para su masificación y control, esto es, una cultura que tiende a negar las diferencias verdaderas, las conflictivas, reabsorbiendo y homogeneizando las identidades culturales de todo tipo.²⁴

En una nueva formulación de lo que ya nos señalara Gramsci, Martín-Barbero construye una noción de lo popular como lugar desde el cual deshilar las mediaciones en las que se producen significaciones y re-significaciones. En este sentido, su construcción teórica permite acceder al carácter de resistencia, activo y productivo de las prácticas de consumo y apropiación

²³ SGAMMINI, M., *Op. cit.*

²⁴ MARTÍN-BARBERO, J., *Op. cit.*, pág. 119.

popular, en la medida en que incluye en su análisis no sólo la retórica del dispositivo masivo del medio de comunicación, sino también la necesidad de prácticas de reconocimiento, de encuentro de temporalidades, de matrices narrativas:

Así, *el tiempo de la serie* habla el idioma del sistema productivo —el de la estandarización— pero bajo él pueden oírse también otros idiomas: el del cuento popular y la canción con estribillo y el relato de aventura, aquella serialidad, según B. Sarlo, “propia de una estética donde el reconocimiento funda una parte importante del placer y es, en consecuencia, norma de valores de los bienes simbólicos”.²⁵

La inserción de los sectores populares en las condiciones de existencia de la sociedad de masas genera, para este autor, la necesidad de considerar en su estudio la resistencia de sus tradiciones, la recurrencia de elementos de la cultura oral que perviven en la memoria cultural que se activa en la interpelación masiva. De esta manera, los géneros populares aparecen como lugares centrales de indagación en la medida en que cumplen el rol de “[...] articular la cotidianeidad con los arquetipos”²⁶ a partir de tres elementos centrales: su cotidianeidad familiar, la temporalidad social y sus competencias culturales.²⁷

Pensado desde el lugar de la recepción, lo popular para Jesús Martín-Barbero no constituye una entidad absolutamente autónoma y enfrentada de lo masivo, sino una historia de lecturas oblicuas, que genera apropiaciones y usos sociales desde la tensión constante entre el borramiento de las diferencias y la reelaboración simbólica en base a la memoria cultural de otras gramáticas, otras economías, otras maneras de ver y de hacer.

Pablo Semán, en sus estudios sobre los usos de formatos religiosos y literatura masiva en sujetos de clases medias y populares, plantea que “En cada una de estas prácticas de apropiación se revela la eficacia de una especie de epicentro que les da a esas

²⁵ MARTÍN-BARBERO, J., “Recepción de medios y consumo cultural: travesías”, *Op. cit.*, pág. 9.

²⁶ MARTÍN-BARBERO, J., *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, *Op. cit.*, pág. 157.

²⁷ MARTÍN-BARBERO, J., “Recepción de medios y consumo cultural: travesías”, *Op. cit.*

apropiaciones una consistencia que es la que no esperamos desde nuestras proyecciones y supuestos”.²⁸ Este autor señala que la regulación de estas prácticas no sólo puede pensarse por el campo de fuerzas en el que se insertan, sino también a partir de una sedimentación histórica (antes hablábamos de tradición) que regula, de manera durable, la interpretación y los usos y consumos de los bienes simbólicos.

Ese reconocimiento, que implica asumir que esos otros epicentros que descubrimos por relativización no son naturales, perpetuos, ni autónomos, y se conforman en relaciones de dominación, no debe tener la consecuencia de arrojar por la borda el reconocimiento complementario de que esos epicentros, todo lo incompletos y heterónomos que se quiera que sean, tienen algo de positividad, promueven algo desde el adensamiento de relaciones que revela el sujeto que en ellos emerge.²⁹

En cierta forma, lo no dicho hasta aquí es que, aunque sabemos que hay un vínculo necesario (en el análisis) entre producción de sentido y las condiciones sociales de los sectores populares, la pregunta por el contenido de estas significaciones es aún un problema indeterminado.³⁰ Dicho de otra manera, tal como lo entienden Semán y Míguez, es necesario realizar un esfuerzo a la vez de investigación empírica y de construcción teórica que, aunque circunscripta temporo-espacialmente, es válida en la medida en que permite desagregar distintos niveles para pensar lo popular (en la dimensión de la lógica de gestación cultural, y en un nivel de abstracción menor).

Así, estos autores entienden que

[...] las culturas populares serían los sistemas de representación y prácticas que construyen en interacciones situadas quienes tienen menores niveles de participación en la distribución de los recursos de valor instrumental, el poder y el

²⁸ SEMÁN, P., *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Buenos Aires, Gorla, 2006, pág. 23.

²⁹ *Ibidem*, pág. 25.

³⁰ SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D., “Introducción: diversidad y recurrencia en las culturas populares actuales”, en SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D. (ed.), *Entre santos, cumbias y piquetes: las culturas populares en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 2006, pág. 20.

prestigio social, y que habilitan mecanismos de adaptación y respuesta a estas circunstancias, tanto en el plano colectivo como individual.³¹

Sin embargo, tal como venimos adelantando, estos "sistemas de representaciones y prácticas" no constituyen un epifenómeno de las posiciones estructurales de los sujetos, sino más bien reelaboraciones mediadas por "matrices culturales" (aquellos "epicentros" que regulan las habilidades perceptivas, cognitivas, las apropiaciones y las producciones de significaciones) de los sectores populares. No podemos evitar, aquí, observar cierto parecido de familia entre esta categoría y el concepto de habitus de Bourdieu, esta incorporación de la estructura objetiva en el cuerpo, estructura estructurante de percepciones y generadora (disposición) de prácticas. Sin embargo, pareciera ser que Semán y Míguez buscan poner el acento, no tanto en las características "reproductivas" de la estructura subjetiva, sino más bien en las posibilidades de elaboración simbólica propia de este sedimento de historia que se constituye en epicentro regulador de las apropiaciones.³²

Al referirse al campo de las clases populares en Argentina en el "fin de la cultura del trabajo" (años ochenta y noventa) estos autores construyen una propuesta concpetual que identifica tres categorías fundamentales para pensar el contenido de esta matriz cultural; tres nociones que, en general, se insertan en la continuidad de la tradición de los sectores populares y se reconfiguran de acuerdo a las particulares configuraciones de nuestra contemporaneidad.

La primera de estas categorías es la de *fuerza*, una potencia al mismo tiempo "física y moral", actitud vital variable de acuerdo a su contextualización, que refiere a una "capacidad de combate violenta" que se capitaliza en algunos ámbitos como "cultura del aguante". En cierta forma, esta categoría reconoce una mutación de la idea del "esfuerzo" que se reconfigura

³¹ *Ibidem*, pág. 24.

³² Trabajamos este problema en el Capítulo II, al referirnos a la complementariedad de las categorías de habitus y matrices culturales.

con la desactivación del “complejo sostenido por la cultura del trabajo”.

El aguante se transforma así, en los últimos años, en una *retórica*, una *estética* y una *ética*. Es una *retórica* porque se estructura como un lenguaje, como una serie de metáforas, hasta titular un programa de televisión, que analizaremos más adelante. Es una *estética* porque se piensa como una forma de belleza, como una estética plebeya basada en un tipo de cuerpos radicalmente distintos de los hegemónicos y aceptados, de los que aparecen en la televisión o en la tapa de *Caras*: cuerpos gordos, grandotes, donde las cicatrices son emblemas y orgullos. Una estética que tiene mucho de carnalesco, en el despliegue de disfraces, pinturas, banderas y fuegos artificiales. Y es una *ética*, porque el aguante es ante todo una categoría *moral*, una forma de entender el mundo, de dividirlo en amigos y enemigos cuya diferencia puede saldarse con la muerte. Una ética donde la violencia, como dijimos, no está penada, sino recomendada.³³

La segunda noción es la de *jerarquía*, que también aparece como un significante que se aplica de manera particular en diversos ámbitos, pero que se constituye como elemento fundamental de la estructura valorativa de los sectores populares contemporáneos.

El tercer elemento de esta matriz es la idea de *reciprocidad* en las relaciones. La manera en la que estas ideas se van tramando puede determinarse recién en el análisis empírico, aunque el vínculo entre los elementos parece ser profundo: “[...] alguien es alguien porque depende de otros, y en ese círculo de dependencias contrae obligaciones y derechos”³⁴. Esta idea intenta conceptualizar una forma particular del lazo social que se actualiza en los “códigos de ladrones”, las relaciones de “vecindad” y la regulación de la aplicación de la violencia (legítima) en situaciones de “paridad”.

³³ ALABARCES, P., *Crónicas del aguante. Fútbol, violencia y política*, Buenos Aires, Capital Intelectual, 2004, pág. 64.

³⁴ SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D., *Op. cit.*, pág. 27.

Tal como lo sostienen los autores, "Bajo diversas categorías de honorabilidad, se inscribe y se valora la violencia, así como se normalizan en códigos orales, de mucho mayor vigencia que los escritos, sus usos legítimos e ilegítimos justificando y racionalizando formas específicas de violencia"³⁵. Esta razón de la violencia, repuesta analíticamente en la investigación, implica un fuerte ejercicio de descentramiento, absolutamente necesario para estos tipos de abordajes: pensar contra las explicaciones "espasmódicas" (en este sentido, el recurso a Thompson parece ineludible) reconociendo siempre la moralidad y el carácter propiamente político de las prácticas populares. Incluso el ejercicio de la violencia puede aparecer como una práctica con racionalidad propia, inserta en una estructura de dependencias y obligaciones, con un rol importante de legitimación de las jerarquías en los grupos.

5.6. La doble clave de lectura de lo popular

En relación a los objetivos de nuestra investigación, el propósito de este capítulo es construir una noción de "lo popular" que sirva para reflexionar sobre su emergencia en el corpus fílmico aquí trabajado. Hablar de sectores populares es siempre hablar, en las formaciones sociales contemporáneas, de sujetos insertos en una estructura social de clase signada por relaciones de dominación.

A esto se agrega un problema al pensar la dimensión simbólica de sus prácticas, que es la que aquí particularmente importa. Recordemos que estamos refiriéndonos a representaciones, o bien, a "puestas en imagen" (producción audiovisual) de la vida y las prácticas de los sectores populares. Pero también al cruce de estas puestas con miradas que, en el acto de consumo, las interpretan y confrontan con saberes previos, acervos de imágenes históricamente construidos. Pues bien, a partir de esto, se vuelve necesario complejizar la mirada sobre las mediacio-

³⁵ *Ibidem*, pág. 30.

nes entre los simbolismos y sus propias condiciones de producción, por un lado, y entre los simbolismos y las relaciones de dominación que antes mencionábamos.

Del recorrido que hemos trazado (entre otros posibles) surge la necesidad de establecer una doble clave de lectura de lo popular, que se desprende de la ya mencionada “hipótesis de la ambivalencia” de Grignon y Passeron. Ahora podemos decir, con mayor claridad, que esta noción refleja esa tensión permanente entre la dimensión de la estructura social (clases populares) y de la producción simbólica (cultura popular), que se irá leyendo, articulando y acomodando, sin resolverse del todo en ningún momento.

El primer camino (teórico-analítico) a recorrer, entonces, es el de la dominación. Lo popular como la designación de lo dominado en una economía cultural, es decir, como adjetivo no-sustancial, se vuelve impensable sin la categoría de subalternidad. Dominado y ocluido, el nombre de lo popular pierde toda significación si no se lo piensa en relación a aquella alteridad que niega su ser en su práctica, en su relación y en su producción simbólica: “Si la alteridad es condición de posibilidad de toda identidad, en las clases subalternas esta condición se ve exasperada por la violencia de lo no subalterno entendido como hegemónico”³⁶.

En este sentido, los esfuerzos por estudiar lo popular se encontrarán ejerciendo una violencia (la letrada) que evidencia el radical carácter límite de lo popular: al límite de lo representable, de lo visible, de lo enunciable, porque se sitúa al margen (pero no por fuera) del régimen hegemónico de representabilidad, de la cultura legítima, de la cultura escrita.

Tal como sostiene Alabarces, “[...] *en última instancia lo popular se define por una cosa, y es el conflicto*. Si la dominación, estructurada como violencia, simbólica o corporal, instituye lo

³⁶ ALABARCES, P. y AÑON, V., “¿Popular(es) o subalterno(s)? De la retórica a la pregunta por el poder”, ALABARCES, P. y RODRIGUEZ, M. G., *Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós, 2008, pág. 286.

popular, lo popular seguirá obsesivamente definido a partir de la relación conflictiva con aquello que lo domina"³⁷. Desandado este camino, diríamos: olvidar el poder es olvidar lo popular.

La segunda de las sendas a recorrer es la de la autonomía. Sin embargo, la metáfora de los caminos podría resultar poco feliz si no se entiende que una mirada compleja surge solamente allí donde se transita una misma vía (al menos) de estas dos maneras complementarias e interdependientes.

Tal como lo entendieron algunos historiadores sociales al estudiar los sectores populares y el peronismo

En suma, los sectores populares no son un sujeto histórico, pero sí un área de la sociedad donde se constituyen sujetos. Su existencia es la resultante de procesos, objetivos y subjetivos, que confluyen en una cierta identidad, la que aparece en el momento en que, de un modo más o menos preciso, puede hablarse de un "nosotros", sea cual fuera esa identificación.³⁸

Área, epicentro, matriz. Lo popular no puede ser sólo condición [dominada, subalterna, etc.], pero tampoco puede existir epistemológicamente si se olvida su condición. Es también acervo de prácticas, tradiciones, estructuras valorativas, historia sedimentada, a partir de la cual —en situación de desigualdad material y simbólica— los sectores populares se apropian de la producción de significaciones sociales y las reelaboran desde ese espacio.

Esto implica que el campo de lo popular no sólo tiene una temporalidad relacional (inserta en la estructura social de la que emerge) sino también propia, y muchas veces diferencial respecto de la temporalidad dominante. En este sentido, la historicidad de la cultura popular no es sólo un postulado, sino también una necesidad en el análisis, que encuentra formaciones muchas veces residuales, y que, insertas en nuevos contextos,

³⁷ ALABARCES, P., "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular.", *Op. cit.*, pág. 2.

³⁸ GUTIÉRREZ, L. y ROMERO, L. A., *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2007, pág. 41.

pueden resultar tan “conservadoras” como “rebeldes” (Thompson habilita esta forma de pensar en su trabajo sobre la economía moral de la multitud), y en este sentido, ambivalentes.

Esto implica sostener, antes que nada, una visión activa y creativa de los sectores populares³⁹. El reconocimiento embrionario que instaura el relativismo cultural —la dotación del carácter de “cultura” al simbolismo dominado— debe llevar a pensar en los sujetos de los sectores populares como capaces de producir sentido y de dotar a sus actos de una racionalidad propia. Y en este sentido, el contenido de sus significaciones no puede deducirse mecánicamente de su participación desigual-subordinada.

En este núcleo de postulaciones, Semán y Míguez construyen la categoría de matrices culturales populares, resultado de sedimentación histórica, pero también reguladora y habilitadora de prácticas dotadas de sentido. A partir de las nociones de “fuerza”, “jerarquía” y “reciprocidad” se constituye una red de significaciones que se va tramando de distinta manera en los ámbitos en los que se anclan las prácticas populares. La consideración de estas ideas-fuerza habilita la comprensión de ámbitos de interacción y constitución de lazos sociales, al resguardo de un abordaje espontáneo que, desde miradas etnocéntricas de clase, arroja el sentido popular al lugar de la naturaleza, de la irracionalidad, de la violencia y la inmoralidad.

A partir de este recorrido, el análisis de los textos fílmicos y, en particular, de la estructuración de la imagen de lo popular en ellos, se basará, en nuestro trabajo, en las dimensiones teóricas que hemos analizado aquí:

- El establecimiento de relaciones de conflicto, oposición, dominación, etc., entre personajes, historias y espacios.
- La representación de apropiaciones degradadas de la cultura legítima (hiperexpresividad, corporalidad, etc.) y el reconocimiento de las posibilidades de desplazamiento y

³⁹ SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D., *Op. cit.*; SEMÁN, P., *Op. cit.*; MARTÍN-BARBERO, J., *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, *Op. cit.*

reelaboración simbólica.

-La atribución de historia, tradiciones y memoria a los personajes definidos aquí como populares. El reconocimiento de temporalidades particulares de los personajes.

-La ambivalencia en las acciones de los personajes: su articulación o la falta de ella en condiciones de dominación y autonomía, el reconocimiento o no de racionalidad y moralidad en las prácticas de los personajes, su construcción a partir de un carácter activo-pasivo.

-La caracterización de los personajes y sus relaciones en base a los elementos propios de las matrices culturales de los sectores populares en el fin de la cultura del trabajo: el lugar de las nociones de fuerza, jerarquía y reciprocidad.

CAPÍTULO 6
EL PUEBLO IMAGINADO.
El sentido de lo popular en los filmes

6.1. Planteo del análisis

6.1.1. Del texto al con-texto¹

Retomando el modelo con el que Marx pensó la producción social en los *Grundrisse*, Stuart Hall entiende los procesos de comunicación como “una «estructura compleja dominante», sostenida por la articulación de prácticas conectadas, donde cada una de las cuales retiene, sin embargo, sus particularidades y posee su modalidad específica, sus propias formas y condiciones de existencia”.² La influencia del programa de investigación de la “Codificación/decodificación” planteado por Hall fue sumamente relevante, en la medida en que formuló una propuesta teórica que reconoció la relativa “autonomía” entre los momentos de producción y de recepción.

En este sentido, la *simetría* de los códigos en los momentos de la “codificación” y la “decodificación” no es ya un supuesto de investigación, sino que depende de la simetría de las posiciones y disposiciones de los productores-receptores. La propuesta del autor otorga la posibilidad de pensar en formas de “polisemia estructurada”, o bien, en términos de Williams, de “determinación histórica” con distintas intensidades y eficacias, en la medida en que ciertos sentidos son abiertos mientras que otros son cerrados.³ En este esquema, las “lecturas preferenciales” son aquellas estructuras de significados “dominantes” inscritos en el texto que signarían las prácticas de apropiación y lectura de los consumidores. El autor piensa, de esta forma, en tres posiciones hipotéticas posibles en base a una mayor o menor

¹ Para una perspectiva general sobre la semiótica fílmica, ver PAZ GAGO, J. M., “Teorías semióticas y semiótica fílmica”, *Cuadernos*, N° 17, Jujuy, 2001. Para la perspectiva que articula psicoanálisis y estructuralismo, ver METZ, C., *Ensayos sobre la significación en el cine*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Moderno, 1972; y METZ, C., *El significante imaginario*, op. cit. Aquí utilizaremos herramientas de estos enfoques sin por ello adoptar los modelos de análisis a nivel global.

² HALL, S., *Op. cit.*, pág. 1.

³ STEVENSON, N., *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998, pág. 131.

eficacia de dicha estructuración: la posición dominante, la negociada o la de oposición.

En el campo de la comunicación masiva, el aporte específico de Hall ha consistido en vincular formas culturales ideológicamente codificadas a estrategias de decodificación de la audiencia, prestando atención al mismo tiempo al cambiante contexto político de los signos y los mensajes mediáticos⁴.

De esta manera, permite pensar en forma, a la vez, autónoma y articulada, los momentos del “texto” y de los “actos de visionado”,⁵ o simplemente, del consumo, poniendo énfasis en el carácter relacional de los procesos de significación. David Morley hace suyos estos presupuestos y pone a prueba el modelo de Hall en sus investigaciones de audiencias del programa Nationwide.⁶ En su reformulación, la generación de sentido tiene lugar en el choque entre el texto estructurado (que muchas veces no puede ser reducido a una narrativa cerrada) y las actitudes culturales propias de la posición social del espectador televisivo.⁷ El enfoque es complejo, pues tiene en cuenta, tanto, 1) la “desigual distribución de los recursos materiales y simbólicos” que definen las posiciones sociales de las audiencias; 2) la estructuración de las interacciones a un nivel “micro”, que determina buena parte de la formación de sentidos en el ámbito de la vida cotidiana y el consumo de medios en espacios privados; y 3) el carácter “indeterminado” y “opaco” (en el sentido de no-transparente) de las estrategias de decodificación de los consumidores.

Así, Morley pasa a estudiar esta “falta de correspondencia” entre los extremos de la codificación y la decodificación para

⁴ *Ibíd.*, pág. 67.

⁵ SGAMMINI, M., *Op. cit.*

⁶ Magazine, emitido por la BBC en la década del '70, orientado a una audiencia amplia y heterogénea. Con los sucesivos análisis que Morley realiza de ese programa y de su público se inaugura una línea de investigación —la de los estudios de recepción— que deviene central en los años ochenta en el campo de los estudios de medios y que ejerce una notable influencia en la renovación de la investigación en comunicación en América Latina y en otras latitudes. Ver Capítulo 2.

⁷ STEVENSON, N., *Op. cit.*, pág. 130.

investigar la producción de sentido allí en la interacción entre el texto (problema semiótico) y el receptor (problema sociológico). Es por esto que el autor considera que esta última cuestión atenderá, fundamentalmente, a cómo vincular posiciones sociales desiguales, acceso diferencial a "códigos" por parte de los espectadores y el espectro de lecturas potenciales que ello abre.

Por otra parte, su preocupación por el análisis semiótico tiene lugar a partir de la categoría central de "lectura preferencial":

El concepto de "lectura preferencial" tiene valor; no como un medio de "fijar" de manera abstracta una interpretación y desechar las demás, sino como un medio de explicar que en ciertas condiciones, en determinados contextos, un texto tiende a ser leído de un modo particular por la audiencia (o por lo menos por ciertos sectores de ella).⁸

De esta forma, el autor pone el acento en la estructuración social del texto y en las prácticas de decodificación como trabajos interpretativos mediados por la estructura de clase y de poder en la sociedad. En este sentido, reelabora la conocida fórmula de Marx en *La Ideología alemana* de "Los hombres hacen la historia, pero..." de la siguiente forma: "[...] las audiencias producen sentidos, pero tienen que trabajar con un material que ya ha sido preseleccionado y organizado de manera específica por los productores".⁹

Si bien Morley señala las dificultades de aplicar la categoría de "lectura preferencial" a textos ficcionales —más aún a imágenes— y al cuidado sobre el objeto al cual se le atribuye la propiedad de la categoría (el texto mismo, el analista o a la audiencia que la construye competentemente en base al texto), nos pareció importante, a los fines de nuestra investigación, establecer algunos puntos fundamentales de "clausura de sentido" sobre lo popular en los filmes, a fin de identificar la eficacia de la determinación simbólica de los textos (sin adjudicarla a la "intencionalidad" de los autores, sino más bien a las condi-

⁸ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 128.

⁹ *Ibidem*, pág. 176.

ciones de producción de estos discursos) en relación a las sensibilidades y las estructuras de percepción de sus consumidores.

6.1.2. Construcción del “corpus fílmico”

Pensar lo popular en el nuevo cine argentino en general, y en la filmografía de Caetano y Trapero en particular, implica observar su puesta en escena a partir de lugares, acciones y personajes. Tal como lo plantea Krieger, desde la década del treinta, algunas de las figuras más importantes del cine argentino trabajaron como “personajes populares” en torno a estereotipos sociales, sectores en ascenso, rostros hiperexpresivos y cuerpos grotescos que hiperbolizaban la actuación de las clases pudientes en el intento de apropiarse de sus propias normas de sociabilidad. Esta suerte de parodia de la representación adecuada pone en evidencia la condición (subalterna) de estos cuerpos: el estar “fuera de lugar”. Esto recuerda, en algunas realizaciones, que más allá del ascenso social, estos personajes siguieron siendo rechazados, extemporáneos y excéntricos.

Un histórico espacio de recurrencia para la representación fílmica del pueblo señalado por la autora es el de la fábrica, que más allá de *locus* de las relaciones de producción, aparece como lugar de socialización, de compañerismo, de posicionamiento sentimental.¹⁰ En cierta forma, este elemento termina confluyendo, en la década peronista, con una tendencia desde el cine a incorporar como factor o personaje al Estado, en tanto defensor o promotor del beneficio de la comunidad. En su libro *Cine y peronismo*, Krieger intenta mostrar cómo la estructura narrativa incorpora de maneras diversas este elemento emergente en la realidad social, en donde géneros como el policial o el melodrama, “[...] instalan los conflictos privados de los personajes en la esfera de lo público, en un espacio de debate en el que estas instituciones estatales parecen tener un rol relevante”.¹¹

¹⁰ KRIEGER, C., *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009, pág. 97.

¹¹ *Ibidem*, pág. 145.

A grandes rasgos, la cinematografía argentina de las décadas del treinta, del cuarenta y del cincuenta narra la presencia de la subalternidad asociada al mundo de los trabajadores, con la exigencia de aceptación social de la cultura de los sectores plebeyos.

Por un lado, la opacidad de sus cuerpos y máscaras, tan marcados y exuberantes, instauro una imagen de "lo popular" en el cine argentino asociada con la exageración y la transgresión del canon de belleza [...]. En sintonía con esas masas corporales, los personajes populares dejarán poco lugar para lo abstracto, harán que lo popular se ligue con la materia, con lo concreto, con la acción cotidiana.¹²

Teniendo en cuenta esta tradición de puesta en escena de lo popular en la historia del cine argentino, decidimos construir un corpus de análisis de tres filmes de Adrián Caetano, y tres de Pablo Trapero, basados en la centralidad temática de lo popular en estos textos fílmicos.¹³ Tomamos, entonces, para este análisis, *Pizza, birra, faso*, *Bolivia* y *Un oso rojo*, para Caetano; y *Mundo grúa*, *El bonaerense* y *Leonera*, para Trapero. Tal como lo entendemos, en estos filmes, *el tema de lo popular como imagen* se dibuja a partir de un complejo de espacios, personajes, acciones y valores, y ocupa un lugar central, en la medida en que indica "[...] la unidad de contenido en torno a la cual se organiza el texto; en breve, aquello en torno a lo que gira el film, o lo que pone explícitamente en evidencia"¹⁴. En este complejo se traman las dimensiones que definiéramos en el capítulo anterior: la subalternidad, la autonomía para producir

¹² KRIEGER, C. "Estrategia de inclusión social en el cine argentino", *Cuadernos de Cine Argentino 1: Modalidades y representaciones de sectores sociales en la pantalla*, Buenos Aires, INCAA, 2005, pág. 101.

¹³ Tomamos la obra de estos directores por la centralidad de la tematización de lo popular en su producción audiovisual en general (cinematográfica y también televisiva), por su particular trayectoria en el campo (con algunas incursiones en productos de circulación masiva), y conscientes de que dejamos fuera a otros directores importantes y representativos de la corriente del nuevo cine argentino. Algunos de ellos, más vinculados al problema de lo popular (como Lucrecia Martel o Lizandro Alonso), otros no tanto (como Martín Rejtman, Daniel Burman, Damian Szifron, Ezequiel Acuña, Albertina Carri, etc.).

¹⁴ CASETTI, F. y DI CHIO, F., *Op. cit.*, pág. 113.

significaciones, la definición relacional, las matrices culturales populares.¹⁵

No está de más aclarar que “el pueblo” en los años noventa es radicalmente otro que en los treinta o los cuarenta. Decimos que lo popular emerge nuevamente en la pantalla pues los personajes puestos en escena son aquellos de los “restos del capitalismo”, los lumpenes ladrones de *Pizza, birra, faso*, el inmigrante pobre de *Bolivia*, el desocupado de *Mundo grúa*, el pobre del interior de la provincia de Buenos Aires en *El bonaerense*, el expresidiario y su familia al borde de la indigencia en *Un oso rojo*, y las presas que acompañan a la protagonista de *Leonera*.

En este sentido hablamos, más allá de una cierta fragmentación en cuanto a la representación del pueblo,¹⁶ de personajes signados por su exclusión o marginalidad respecto del mundo dominante y oficial. Por otro lado, la relevancia del aspecto “simbólico” de sus prácticas (y por esto nuestra preocupación por asir teóricamente la noción de “cultura popular”) surge en la medida que la posición subalterna de los personajes en los filmes se expresa no sólo por las urgencias económicas de los personajes (como es claro en el protagonista de *Mundo grúa*, *Bolivia* o en los mismos personajes de *Pizza, birra, faso*), sino fundamentalmente por estilos y modalidades expresivas propias de las prácticas y las acciones de los personajes en las historias, por su estética (más allá de que constituya una “estética de la necesidad”, en términos de Bourdieu).

¹⁵ A lo largo del trabajo hablamos en distintos niveles en cuanto a la filmografía de estos directores. El recorte que realizamos aquí se aplica sólo a los fines del análisis de los textos filmicos. Más adelante, cuando caractericemos el consumo de producciones de Caetano y Trapero, trabajaremos con toda su filmografía, periodizándola de acuerdo al grado de difusión de estas realizaciones. Los criterios de clasificación pretenden ser específicos respecto al elemento en el que se está centrando el análisis: para el análisis de este capítulo, la importancia temática y estructural de lo popular en el texto; para el consumo, las unidades construidas en sus prácticas por los consumidores.

¹⁶ Fragmentación, tomada como referencia las maneras más homogéneas de retratar lo popular en la cinematografía nacional de la primera mitad del siglo xx. Esto no excluye la búsqueda de ciertas continuidades como las que pretendemos construir analíticamente en este capítulo.

Además, la repetición de tópicos y motivos estructurantes permitieron realizar este recorte basados en la tematización de problemas sociales asociados a la vida cotidiana de los sectores populares en estas películas: la delincuencia en la marginalidad, el desempleo, la descomposición de la institución familiar, la xenofobia y la violencia, el establecimiento carcelario, el lugar de las mujeres, la corrupción, el crimen organizado, etc.

Esta "marginalidad urbana" que atraviesa todos los textos del corpus es signo de su credibilidad o realismo, pero también de su condición de reconocimiento para los espectadores. Vemos, así, por qué Caetano cuenta sobre Stagnaro:

Teníamos en común el interés por contar historias pequeñas, humildes, sencillas, acerca de situaciones cotidianas. Teníamos ganas de escribir algo en lo que uno pudiera reflejarse. A mí, por ejemplo, como espectador, me dan bastante envidia los yanquis: un tipo que vive en Estados Unidos ve una película como *Manhattan* y ahí tiene una historia que transcurre en la esquina de su casa. Esa cotidianeidad nos parecía muy interesante a la hora de hacer una película: que uno pudiera decir "Uy, esto es el obelisco" o "Estos personajes yo me los cruzo por la calle". Eso produce una simpatía del espectador hacia la película, reconocerse en los personajes o en la ciudad.¹⁷

La explicitación del método por el cual se construyó el objeto es condición necesaria para el ejercicio de reflexividad epistemológica. Pero la construcción (siempre arbitraria) de una continuidad entre esta pluralidad de discursos no debería obturar el reconocimiento de la heterogeneidad y de las singularidades en sus producciones de sentido. Estos supuestos de articulación teórica se encuentran (se chocan) con la complejidad de unos textos que los exceden y los desplazan en su análisis concreto.

¹⁷ CAETANO EN PEÑA, F., 90 - 60 Generaciones, Buenos Aires, Ediciones de La Filmoteca, 2003, pág. 63.

6.2. Lo popular en el corpus fílmico

6.2.1. El espacio, el margen y la realidad

Tal como sostienen Casetti y di Chio,¹⁸ la realización cinematográfica presenta una doble vocación que se tensiona en el análisis: la productiva y la reproductiva. Esto se vincula a la particularidad del dispositivo tecnológico cinematográfico, pero presenta diversas formas en las propuestas de cada filme. Cada película construye un “mundo” ficcional, que “reenvía a la dimensión empírica” y a la vez define una “realidad propia”.

Sin duda, el propósito de Taine de reproducir los objetos tal como son pertenece definitivamente al pasado; los realistas de hoy han aprendido, o reaprendido, que la realidad es lo que vemos. Pero, por muy conscientes que sean de ello, se parecen a sus colegas del siglo XIX en cuanto al hincapié que hacen en la capacidad de la cámara para registrar y revelar [...].¹⁹

En términos de analogía (es decir, en términos del vínculo establecido entre “mundo posible” y “mundo real”), una serie de signos indiciales establecen en los filmes una fuerte referencia a “lo real” como práctica de representación. Por otro lado, el recorte temático de buena parte del corpus fílmico —o bien, el recorte temático que le ha adjudicado la crítica cinematográfica y los estudios académicos sobre cine— instaura, a la vez, una discontinuidad y una inserción en una fuerte tradición en el cine nacional: la emergencia del nuevo cine argentino pone en evidencia, para algunos autores, el agotamiento del modelo del “realismo testimonial” y la construcción de un nuevo modelo el del “realismo crítico”.

En el campo cinematográfico aparecieron temas como la marginación y el empobrecimiento de la población, sin que en un primer momento se encontrara una forma convincente para presentarlos. El tipo de realismo testimonial que se había afian-

¹⁸ CASETTI, F. Y DI CHIO, F., *Op. cit.*, pág. 109.

¹⁹ KRACAUER, S., *Op. cit.*, pág. 27.

zado a comienzos de los ochenta parecía incoherente y falso para describir los profundos cambios que se producían en los planos económico, social y cultural.²⁰

La denominación que les otorga Javier Palma, en este sentido, va más de acuerdo al recorte temático que aquí pretendemos poner de relieve: "Algunos postulan las películas de estos cineastas como las máximas expresiones de un supuesto «realismo social», definiéndolas también como «cine de los descartes» [...] por las temáticas de las cuales dan cuenta"²¹. También resulta importante recuperar la dimensión formal, señalada por Malena Verardi: "[...] en el Nuevo Cine Argentino la conexión con la «realidad» no se produce a través de la referencia explícita y directa al contexto profílmico (es decir, a nivel de las estructuras temáticas de los filmes) sino a través de las operaciones formales llevadas a cabo por los mismos".²²

Tomaremos como ejemplo la secuencia inicial de dos de estas películas. En *Pizza, birra, faso*, el filme comienza con imágenes de un allanamiento policial y el audio de la radio de la policía dando datos de la situación. Luego se suceden planos de exteriores, de la Estación de Retiro y de una villa al costado de la autopista. El audio alterna sonidos de sirenas, bocinazos, motores de autos, con una música instrumental de cumbia de fondo. Las imágenes son tomadas siempre desde algún automóvil andando, con lo cual el plano vibra con el movimiento propio del camino. Continúa con imágenes de niños limpiando vidrios, una adolescente pidiendo dinero con un bebé en los brazos, y un indigente en una plaza. Aparecen imágenes del obelisco, y luego comienza la secuencia que lleva al primer atraco, protagonizado por el Cordobés y Pablo.

El segundo ejemplo que tomamos es la secuencia inicial de *El bonaerense*. La película comienza con un plano fijo de cuatro

²⁰ APREA, G., *Op. cit.*, pág. 58.

²¹ PALMA, J., "Clases y culturas populares en el nuevo cine argentino: miserabilismo, neopopulismo y fascinación", ALBARCES, P. y RODRIGUEZ, M. G., *Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós, 2008, pág. 195.

²² VERARDI, M., *Op. cit.*, pág. 188.

hombres sentados inmóviles en la mesa de un bar de la esquina. Parado junto a ellos, un policía. El cambio a contraplano muestra, desde dentro del bar, la iglesia ubicada enfrente. Una construcción antigua, propia de los pueblos de provincia. Un último plano muestra la esquina del bar desde otro ángulo (también una construcción antigua), que permite visualizar la plaza frente al bar (la disposición espacial reenvía a la organización propia de los pueblos del interior, que ubican sus instituciones teniendo por centro a la plaza del lugar). Otras secuencias de la película podrían ser leídas en relación a esta: cuando Zapa vuelve a su casa por la noche, la cámara muestra su recorrido por calles de tierra rodeadas de árboles. Las casas son construcciones típicas de campo. El audio tiene un permanente sonido de grillos. Un corte importante se produce cuando Zapa llega de noche a la ciudad: el plano muestra al personaje caminando por la calle y a sus espaldas las luces de autos y ómnibus avanzando. Otra secuencia lo muestra durmiendo en los bancos de una plaza. La vereda puede verse sucia y llena de papeles. En su recorrido hacia la comisaría, Zapa se cruza con una marcha piquetera. El personaje atraviesa la multitud a contramano, camina por un puente y sube a un ómnibus que lo lleva a destino.

Descripciones similares podrían realizarse sobre las sucesivas visitas de los personajes de *Pizza, birra, faso* al puerto, al obelisco, a la bailanta, a la pensión en donde viven, etc. Sería el caso también de la comisaría de *El bonaerense*, del Bar del Manco, el Bar donde apuesta el personaje de Sergio, la esquina de la remisería, la cárcel o las calles del barrio de la hija en *Un oso rojo*, el departamento sucio y desordenado del Rulo en *Mundo grúa*, la parrilla de la esquina en *Bolivia*. Probablemente un caso distinto sea el de *Leonera*, en donde algunos espacios comunes con las otras historias (la cárcel, por ejemplo), en su carácter específico de “lugar” presenta rasgos más bien universales (no hay indicios fuertes que la anclen en un contexto nacional o latinoamericano, al menos hasta que la historia de la protagonista empieza a vincularla con otros personajes del pabellón). Debe recordarse que el ámbito de exhibición de este filme fue más amplio a las anteriores realizaciones del autor.

Entendemos que la función de la construcción de lugares, a nivel de contenido, en estos filmes, es la de generar un cierto reconocimiento en la tipicidad de los elementos de las imágenes, y en tal sentido, de dar lugar a una reconstrucción de la cultura o los sistemas simbólicos a partir de dicho carácter arquetípico de la imagen.²³ La esquina, la plaza, el pueblo, la primacía de escenas filmadas en exteriores y secuencias que desde el comienzo de los filmes establecen una serie de coordenadas espaciales en el espacio urbano, o de caracteres típicos, en el rural, funcionan como índices que anclan las narraciones en realidades reconocibles para los espectadores.

En el primero de estos ejemplos vemos cómo las imágenes del margen urbano se refuerzan con la lectura de cifras por parte de una locutora en la radio, con lo cual se establece un fuerte vínculo entre la referencialidad realista y la autorreferencialidad propia de los medios de comunicación:

De esta manera, la realidad es mostrada por el ojo de la cámara pero su postulación como tal se logra con la ayuda de otro medio masivo, la radio, y a través de formatos y estrategias enunciativas propias del periodismo y la noticia. Todo esto converge en la producción de este particular contrato realista.²⁴

Ha sido un punto de contacto entre los análisis de varios autores el identificar las imágenes de la "pantalla chica" en la realidad fílmica del nuevo cine argentino como una suerte de "ventana a la realidad" y refuerzo de su referencialidad, propia de un lenguaje contemporáneo (sumamente ligado a los noventa) en donde realidad y discurso mediático se traman estrechamente. En *Bolivia*, por ejemplo, la violencia material que sufrirá el personaje es anunciada previamente por la violencia de la disputa pugilística entre Holyfield y Tyson que se observa en el televisor de la parrilla.

Pero además, también en relación al discurso mediático, aparece la idea de que su realismo probablemente esté mucho más

²³ CASETTI, F. y DI CHIO, F., *Op. cit.*, pág. 115.

²⁴ PALMA, J., *Op. cit.*, pág. 196.

vinculado al televisivo contemporáneo que a otras tradiciones, como el neorrealismo italiano:

La conexión entre *Pizza, birra, faso* y *Roma, ciudad abierta* es más bien un referente de precarización, para usar una palabra de moda. Lo que hay en común entre esas dos películas es esa cualidad del referente y no una idea formal. *Pizza, birra, faso* hereda más de la televisión, de *Gasoleros*, que de Rossellini.²⁵

La selección y el uso de actores no-profesionales en buena parte de estas películas (*Mundo grúa, Pizza, birra, faso, Bolivia*) y la coincidencia de sus nombres de ficción con sus nombres reales constituyó un elemento más para el establecimiento de cierta verosimilitud en los relatos, pero también para la construcción de la *naturalidad* y la credibilidad de los actores, tal como la entendían los realizadores como Caetano y Trapero. Más aún, teniendo en cuenta que muchos de los espectadores estaban al tanto de este uso, esta estrategia puede haber reforzado el saber previo de los consumidores con las performances que en la pantalla encontraban.

De esta manera, en un complejo de lugares —construidos como típicos, o bien con referentes reconocibles por el público—, sonidos —sobre todo de exteriores, vinculados a la calle en el espacio urbano y a la vida de campo—, y selección de actores, se construye una reproducción realista en donde “Los objetos puestos en escena, por ello, estarán caracterizados por una gran evidencia y fisicidad; las formas de la puesta en cuadro estarán enfocadas hacia la reconocibilidad de la realidad filmada [...]”²⁶. Pero, al mismo tiempo puede entenderse que “El realismo [...] pone al descubierto una intención crítica, al menos una toma de distancia que interroga respecto a la causa social de los conflictos”.²⁷

Comienza a aparecer, en este punto, un vínculo fuerte de significaciones entre lo real de la representación, y el margen pres-

²⁵ VERARDI, M., *Op. cit.*, pág. 187.

²⁶ CASETTI, F. y DI CHIO, F., *Op. cit.*, pág. 147.

²⁷ CAMPERO, A., *Op. cit.*, pág. 35.

to en imagen: "Esta precarización de la espacialidad representada funciona en estas producciones como una parte junto con otras, que remite directamente al todo siendo, en este caso, el margen"²⁸.

Como unidades de contenido de la representación, pero fundamentalmente como existentes de la narración, observamos que los lugares en estos filmes —en tanto que ambientes—, se construyen de manera detallada, minuciosa, "rica" —vínculo con lo real—, con un carácter "histórico", aunque claramente "típico" —anclaje en el saber previo de los espectadores—. ²⁹

6.2.2. "¡Cumbia, nena!"

La música tiene un lugar fundamental en estas producciones. El uso de la cumbia como elemento diegético sirve en muchos de los filmes como un signo indicial que asocia los momentos de festividad con una estética propia de los sectores populares. Sobre este vínculo habla Daniel Míguez, cuando sostiene que

[...] si la cumbia villera logró difusión por su capacidad de "infiltrar" el circuito comercial de discográficas y bailantas, debemos al menos formular la hipótesis de que su éxito de público es también el resultado de captar las "estructuras de sentimientos" (Williams, 1977) generadas por las transformaciones estructurales como el crecimiento del desempleo y la pobreza, que tuvieron lugar en la Argentina desde mediados de los 90 [...].³⁰

En *El bonaerense* aparece en las escenas de festejo de navidad y de graduación. También así en *Leonera* (si bien la cortina musical de esta película está formada por una canción como "Ora bolas", de un coro infantil, con ritmo latinoamericano que no hace tanto hincapié en la localidad del sonido). En *Pizza, birra, faso* la bailanta aparece propiamente como un espacio de socialización. Durante la escena del robo, la disposición de la

²⁸ PALMA, J., *Op. cit.*, págs. 197-198.

²⁹ CASETTI, F. y DI CHIO, F., *Op. cit.*, pág. 158.

³⁰ MÍGUEZ, D., "Estilos musicales y estamentos sociales. Cumbia, villa y transgresión en la periferia de Buenos Aires", SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D. (ed.), *Entre santos, cumbias y piquetes: las culturas populares en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 2006, pág. 37.

cámara (estilo en mano, siguiendo la precipitación del crimen) se suma a un aumento del volumen de la música para generar un clima de acción, tensión y una toma de posición que se identifica con los jóvenes asaltantes.

En *Bolivia*, el baile también aparece como lugar de socialización y conquista (de Rosa, por parte del protagonista). Pero la música (extra-diegética) de Los Kjarkjas (grupo de folklór boliviano) establece un vínculo con las tomas ralentizadas de la estética regional del personaje. Más allá de esto, en gran parte de la narrativa su condición (y el odio contra su condición) se ancla más en la estructura social de clase que en su carácter de extranjero.

El bonaerense también utiliza una musicalización extradiegética folklórica en el momento de partida y de regreso al pueblo. Como ya se dijo, esto refuerza la referencialidad empírica de este lugar pobre del interior, casi como “tipo ideal” reconocible para los espectadores. Lo mismo sucede con la música de tango de la secuencia inicial de *Mundo grúa*, que refuerza el carácter histórico-tradicional de las concepciones de trabajo del personaje principal (Rulo).

Por su parte, *Un oso rojo* hace un uso especial de la música. En un registro extradiegético, la interpretación instrumental comienza aparentando la típica música de western y termina desarrollando una canción de cumbia. De esta manera articula y refuerza el género de la película con la asociación a una estética propia de lo popular y de lo local (desde el punto de vista de la capital bonaerense).

6.2.3. Personajes, acciones, racionalidad

En la construcción del universo fílmico y sus personajes, el habla aparece como una unidad de contenido que indica y establece su marginalidad simbólica. Los diálogos en estos filmes no

hacen avanzar la trama, sino que, tal como plantea Campero, continúan construyendo y caracterizando a los personajes³¹.

Tomamos como ejemplo la escena del robo en la fila de desocupados en *Pizza, birra, faso*.

Cordobés: —(luego de mirar amenazante) ¡No te hagai el boludo, eh!

Hombre en la fila: —¿Cómo?

Cordobés: —Que no te hagai el boludo, ¿me escucha'?

Pablo: —(luego de un momento, dirigiéndose al hombre en la fila) No te haga drama que hay cada loco hoy en día en la calle...

Cordobés: —(a Pablo) ¿Qué' lo que decí' vo'?

Pablo: —No pasa nada, loco, pero no tené' porqué reaccionar así, loco

Cordobés: —A mí no me pasa nada, loco. Preguntale a este que hace como una hora que me está tocando el culo.

Hombre en la fila: —¿Qué decís?

Cordobés: —¡Qué' lo que decí'! Que me estás tocando el culo, loco, que no nací ayer yo.

Hombre en la fila: —¡Para! ¿De qué estas hablando?

Cordobés: —Que no soy puto yo, ¿me entendé'?

Hombre en la fila: —¿Qué te pasa? (se empiezan a empujar y Megabon aprovecha para robar una billetera).

Pablo: —Pará, dejense de joder, loco, paren, qué se van a andar pelando, son tipos grandes, loco, somos todos argentino, dejense de joder... Vo', loco, tranquilizate, quedate ahí... Vinimo' a buscar laburo, no a pelear acá, eh... Aparte, qué te vas a hacer drama, si es por eso... hace media hora que me estás tocando la pija y nadie te dice nada.

Cordobés: —Pero, ¿Qué' lo que decí'? (comienzan los empujones nuevamente).

Otro ejemplo es el de la escena de interacción entre presas en la ducha del penal, en *Leonera*:

Presa 1: —(empieza a tocarla y besarle la espalda) Uh, qué rico cuerpo tenés, mi amor. ¡Qué ricos pechos tenés, mamita!

³¹ CAMPERO, A., *Op. cit.*, pág. 35.

Julia: —Pará...

Presa 1: —¿Qué pará? ¿No te gusta, mami?

Julia: —Pará, loca, pará... (logran separarlas)

Presa 1: —(al hijo de la Presa 2) Eh, pendejo, ¿qué hacé'?
¡Dame ese champoo!

Presa 2: —¡No te metá' con el nene! (se empiezan a tirar del pelo)

Presa 1: —¡La concha de tu madre!

Presa 2: —¡La concha de tu madre! ¡Hija de puta!

Las interacciones lingüísticas entre los personajes de estas películas están signadas por la falta o la carencia. En ellas, el insulto, la dicción y la agresividad marcan con claridad la diferencia social de las palabras.

La banda sonora de los diálogos en la película de Adrián Caetano y Bruno Stagnaro es el insulto crispado y rabioso de un grupo de jóvenes marginados que está afuera del mito burgués del lenguaje, esto es, de la palabra como moneda de intercambio útil (en Caetano-Stagnaro, las palabras no sirven para decir algo sino para llamar la atención).³²

Una estructura análoga podría encontrarse en el habla del personaje de Natalia en *Un oso rojo*, tanto en su uso oral cotidiano (la acentuada falta de pronunciación de las “s” al final de las palabras), como en su lectura trabada de los cuentos a su hija; en las formas respetuosas —propias de los habitantes “del interior”— de Zapa en *El bonaerense*; en la regionalidad del registro de los personajes de *Bolivia*.³³

El acento puesto casi exclusivamente en la carencia respecto a los “usos legítimos” del lenguaje, genera de acuerdo con lo planteado por Javier Palma³⁴ que la oralidad popular en estas representaciones pierda todo carácter ambivalente respecto de

³² AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 95.

³³ Lo llamativo de *Bolivia* es que la regionalidad del habla no refiere solamente a los personajes inmigrantes o al cordobés. Ante el choque producido por la interacción, el mismo registro porteño se evidencia en su regionalidad —negada— y pone de manifiesto un ocultamiento a lo largo de buena parte de los filmes del nuevo cine argentino.

³⁴ PALMA, J., *Op. cit.*, pág. 202.

lo que Bajtin encontraba en la cultura cómica popular: el habla de los personajes en estos filmes degrada y mortifica, pero no renueva ni regenera. Según Palma, esto sucede de manera mucho más marcada en las realizaciones de Caetano que en las de Trapero, ya que

[...] Trapero es menos obvio. En sus producciones los personajes no responden a estereotipos facilistas y las identificaciones con ellos se corresponden más bien con cuestiones de cercanía que de choque [...] Caetano, por el contrario, exagera los índices de lo real y los carga de impacto. Así, construye a través de estereotipos de fácil lectura para su público, las clases medias, un contrato basado en formas repetidas e impactantes³⁵.

En un nivel de descripción fenomenológico, el habla de estos personajes (en tanto que personas) muestra su subordinación simbólica y su situación desigual en la distribución de las competencias lingüísticas.

Por otra parte, algunos rasgos de los personajes en tanto "roles" (o del nivel formal de descripción) aportan también a la imagen de lo popular en estos filmes, en la medida en que contribuyen a la construcción de cierta tipicidad del lugar social ocupado por ellos. Tal como lo plantean Casetti y Di Chio:

[...] más que los matices de su personalidad, se pondrán de relieve los géneros de gestos que sume; y más que la gama de sus comportamientos, las clases de acciones que lleva a cabo. [Nos encontramos] frente a un personaje como elemento codificado: se convierte en una «parte», o mejor, en un *rol* que puntúa y sostiene la narración³⁶.

Tomaremos la descripción de algunos de los personajes más relevantes de las tramas de los filmes aquí analizados como ejemplos. De este modo, examinaremos el lugar que se les otorga en las narraciones a los personajes que caracterizamos como "populares". El personaje del Cordobés de *Pizza, birra, faso* se presenta como un agente básicamente plano y lineal. Sus variaciones (en el comportamiento con sus compañeros o con

³⁵ *Ibidem*, pág. 203.

³⁶ CASETTI, F. y DI CHIO, F., *Op. cit.*, pág. 160.

su novia) no muestran grandes contradicciones. Sin embargo, carga con cierto dinamismo, pues evoluciona su visión y su actitud respecto del embarazo de su mujer. Personaje mayormente pasivo,³⁷ es frenado objetivamente por la situación cuando intenta ponerse en postura activa. En la historia del filme, el Corдобés participa en acciones delictivas planificadas por otros (el taxista, en un caso; Rubén, en el otro). En ambas situaciones, el personaje y sus compañeros son estafados por los planificadores. Ante los atracos fallidos y la inspiración obtenida de una película en la tele (*Tarde de perros*),³⁸ los jóvenes deciden revelarse contra su jefe y dar su propio golpe (el de la bailanta). Este hecho lleva a la muerte a tres de los cuatro delincuentes. Por lo narrado, el personaje se define como un protagonista modificador, cuyos sucesivos antagonistas toman cuerpo en el taxista, Rubén y, por último, los patovicas y la policía.

Por su lado, el personaje de Zapa (*El bonaerense*) también puede caracterizarse como un personaje lineal y pasivo. Por orden del Polaco, dueño de la cerrajería de pueblo donde él trabajaba, el protagonista participa de un robo a una caja fuerte por el que termina en la cárcel. Logra salir por las gestiones de un tío, retirado de la policía bonaerense, que consigue hacerlo entrar a la “fuerza” (recordándole permanentemente lo “boludo” que es). A partir de una situación en la que Zapa le ayuda al subcomisario con un cajón cerrado con llave, el personaje se vuelve el protegido de su superior, pasando a encargarse del cobro de coimas en la zona de influencia del subcomisario. En el transcurso de la historia, Zapa parece acumular cierto poder, aunque en los momentos de enfrentamiento armado manifiesta su miedo e incompetencia. Su relación amorosa con su compañera de trabajo parece la única situación en la que él se constituye en polo (violenta y sexualmente) dominante, aunque ella termina alejándose por su descontento con las nuevas actividades delictivas de Zapa. También protagonista modificador, el personaje

³⁷ *Ibidem*, pág. 160.

³⁸ *Tarde de perros* (1975), dirigida por Sidney Lumet y protagonizada por Al Pacino. Ganó el Oscar a mejor guión. Narra la historia de un accidentado robo a un banco, llevado a cabo por un homosexual y un inexperienced delinciente, que se encuentran con que el banco no tenía suficiente efectivo por haber sido retirado horas antes del suceso.

termina nuevamente estafado por su superior, en su intento de vengarse del Polaco, su jefe previo. El disparo que el personaje recibe en la pierna de parte del subcomisario muestra la violencia con la que se trama la relación con los demás personajes, y que lo constituye en "dominado".

El otro personaje protagónico con esta estructura sería el Rulo de *Mundo grúa*: la película comienza con su incorporación a una construcción en donde él operaría la grúa. El personaje tiene un vínculo particular con las máquinas, los motores, la mecánica en general: la primera secuencia de imágenes es un plano contra-picado de los movimientos de la grúa y un travelling por la obra. Al ser informado de que no quedará efectivo como empleado, el personaje es puesto en evidencia sobre su incapacidad para gestionarse una salida de esta situación. Depende sucesivamente de su madre (para el cuidado de su hijo), de su amigo (para conseguir oportunidades laborales), de su referente en Comodoro Rivadavia (para sobrevivir en el sur). Su vida cotidiana y su propia experiencia histórica se estructuran en una narración basada en el trabajo. A partir de esta idea, regaña al hijo reclamándole: "Mucha joda y poca memoria, vos". Con problemas de obesidad, un departamento derruido y desordenado, el personaje da claras cuentas de una incapacidad para ocuparse de sí mismo. La ruta por la que regresa desde el sur nuevamente sin trabajo y su semblante en aquella escena asientan la idea de una "falta" fundamental que le otorga condición a este personaje: plano, lineal y fundamentalmente estático, parece aferrarse a un pasado (más sociohistórico que personal) y reforzar, con ello, su pasividad presente.

Un contraejemplo a estos casos es el del personaje del Oso, en *Un oso rojo*, que, en cambio, tiende a aparecer del lado de la actividad. Se mueve por la iniciativa de reconstruir la relación con su familia. Su condición de privación de libertad no se desencadena por una estafa, aunque cuando reclama su parte del botín, el Turco intenta timarlo proponiéndole un nuevo trabajo (en el que los planes eran eliminarlo). De carácter amenazante, prepotente, logra reconquistar a su hija y a su exmujer, aunque

ello no lleve a recomponer su relación de pareja. Ocupa en muchos momentos el lugar del héroe: defiende a Sergio contra los cobradores de apuestas, se salva de los asesinos a sueldo del Turco y ajusticia a su antagonista en un tiroteo con clara estética y dinámica de western. Los cambios de postura en el personaje simplemente sostienen su permanente intencionalidad hacia su familia. Sus decisiones terminan condenándolo a la soledad, aunque reparen la falta de su grupo. Sus acciones son siempre conscientes, voluntarias e individuales. El personaje de Marta, en *Leonera*, y en algunos sentidos el de Freddy, en *Bolivia*, presentan rasgos formales similares.

De esta manera, a partir de los primeros ejemplos, los personajes son despojados de “racionalidad propia” en su forma de enfrentarse a los acontecimientos. En palabras de Javier Palma, “incapacidad de cálculo” —que sería lo mismo que decir incapacidad de ponerse en lugar de *sujetos activos* que determinan el devenir de los sucesos en la historia. Esto es lo que anuncia, en buena parte, finales trágicos (como el de *Pizza, birra, faso* o *Bolivia*) y no tan trágicos (como el de *Mundo grúa y El bonaerense*) para estos personajes que, cuando no mutilados o inhabilitados en su mismo cuerpo como exceso de una historia en la cual no logran incorporarse, son directamente eliminados por la ley dominante hecha plomo contra sus vidas.

Esta irracionalidad aparece en cierta forma como “reservorio cultural” de lo popular. Aguilar, como Palma, encuentran en esta perspectiva un cierto carácter “celebratorio”: “[...] no hay que entender ese interés por los descartes del capitalismo como una toma de posición intransigente o antisistema sino como un uso y a menudo una idealización de lo marginal”.³⁹

Otra escena de *Pizza, birra, faso* sirve como ejemplo fundamental sobre esta idea de irracionalidad: una parte del filme muestra cómo, aún hambrientos, luego de comer la pizza de Uggy's, el Cordobés y Frula van a buscar al rengo, un músico sin piernas que toca por monedas en la peatonal. Estos jóvenes

³⁹ AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 43.

lo atacan y le roban (a un lisiado que trabaja en la calle) todo su dinero. El acontecimiento es utilizado, según Caetano, para cortar con una imagen "edulcorada" de estos personajes, y para evitar un razonamiento cómplice que sentencie su bondad y su alegría con basamento en su pobreza. Pero si conectamos esto con lo dicho anteriormente, en el relato los personajes son despojados de una racionalidad moral, en la medida en que carecen por completo de los "códigos" para robar y de una reciprocidad mínima con el igual (otro pobre, lumpen, excluido, etc.). Aguilar sostiene que esto refleja la incapacidad de estos jóvenes para "anclarse", generarse una representación de la totalidad (tal como diría Jameson), ya que "[...] esos personajes no saben guiarse en un mundo en el que el enemigo ha desaparecido o es inaccesible".⁴⁰

El contraejemplo planteado sobre el protagonista de *Un oso rojo* —o sobre las presas de *Leonera* y, a pesar de su final trágico, sobre el inmigrante de *Bolivia*— da cuenta de otra forma de construcción de personajes: sujetos que, por momentos y tácitamente, invierten a su favor la diferencia que los constituye en subordinados. En estos casos, los personajes logran tomar las riendas de la situación y volver a su favor esta violencia que los constituye. Aunque algunas veces a costa de ser condenados a la soledad o a la violencia xenofóbica. Sobre esto volveremos en el próximo apartado.

Por otra parte, pensando en la red de vínculos entre personajes, habría que decir que la alteridad (dominante) que los constituye (relacionalmente) como subalternos, prácticamente no aparece en ninguno de estos filmes, salvo como violencia represora o jerarquía institucional. Los taxistas de *Bolivia* difícilmente podrían ser caracterizados como representantes de los sectores dominantes. Antes bien, aparecen como personajes mediados por el sentido común y un conjunto de discursos xenofóbicos e intolerantes.

⁴⁰ *Ibidem*, pág. 147.

En última instancia, el ataque al Rengo pone en escena una forma de violencia desembarazada de todo contenido ético, y en este sentido se presta mejor a una lectura espasmódica o irracional de la escena. Pero ésta no es la única forma de aparición de los vínculos mediados por la fuerza en el corpus fílmico.

6.2.4. Violencia, moralidad y lazos sociales

Las escenas de violencia se constituyen en ejes de lectura (motivos) de la filmografía de Caetano y Trapero. No sólo por ser utilizada para resolver nudos narrativos, sino por los particulares tipos de *interacciones* que establecen entre los personajes.

La construcción de muchas de estas películas reúne en la imagen elementos opuestos que figuran contradicciones internas de las historias. En *Pizza, birra, faso* observamos cuadros subsiguientes del Cordobés besando la panza de su mujer embarazada y un montón de armas puestas en ronda planeando el atraco al restaurante. En *El bonaerense*, en la escena a continuación de la promesa de diálogo de Zapa a su pareja, se observa una violenta escena de sexo donde la mujer policía pide silencio por miedo a que su hijo la escuche gemir. En *Un oso rojo* se juega con la ambigüedad del diálogo (se habla de un “tambor”) del protagonista comprando el peluche que le da nombre a la historia, para hacer pensar al espectador que se trata de la adquisición de un revolver. Se construye una imagen que reúne lo disímil: lo tierno con lo violento, la interacción entre iguales con el abuso y la violencia, y en cierta forma, se los incorpora (ahora sí) como ambivalencia propia de los personajes.

Como antes dijimos, si bien la violencia aparece recurrentemente en estas historias, no siempre lo hace de la misma manera. Reconocemos al menos tres maneras de aparición del tópico de la violencia en este corpus fílmico. Un primer ejemplo puede ser la escena del robo a la bailanta de *Pizza, birra, faso*. Los jóvenes delincuentes planean robar la bailanta donde alguna vez les negaron la entrada. El golpe ayudaría al Cordobés a irse con su mujer a Uruguay, donde empezarían nuevamente con la ayu-

da de su suegra. Pero en el momento del atraco, el patovica se niega a dejar entrar a Megabon, quien, descontento, le cede su lugar a Pablo. Una vez adentro, logran meterse en la boletería y comienzan el robo, sin que los guardias puedan verlos. Mientras tanto, llega al lugar un policía, quien se detiene a revisar el taxi robado, vehículo de los protagonistas. Ante la imposibilidad de distraerlo, Megabon (el más joven de los personajes) golpea al policía, por lo cual recibe una paliza. Adentro, el Cordobés recibe un disparo del patovica y Pablo lo ayuda a salir. Al escaparse ven a Megabon tirado en el piso, y por intentar ayudarlo, Frula recibe un tiro en el pecho. Pablo y el Cordobés se escapan y el policía no puede perseguirlos porque Megabon había roto previamente su moto.

La escena es central, no sólo por el lugar que ocupa en el relato: señala también el viraje de dos personajes como Frula y Megabon, que siempre parecieron los más individualistas e indisciplinados. En el momento clave, sus acciones giran hacia una orientación fundada en los valores del grupo. Lo que muestra esta escena es una elaboración de la violencia en tanto fundante de un lazo social de solidaridad. Si bien puede decirse que la "comunidad" entre los personajes estuvo dada por los elementos de consumo que le dan título al filme, lo sucedido en esta escena dota de características diferenciales a la confrontación: mientras que en el ejercicio permanente de violencia verbal los personajes confrontan entre ellos y amenazan con salvar su propia individualidad, la escena de la bailanta establece una reciprocidad en donde los códigos les son restituidos a los personajes: no se abandonan entre sí, mueren por el compañero, se ayudan a escapar y preservan el bienestar de la familia por sobre la salvación individual.

En este sentido, la escena de violencia aparece como el momento de mayor fortaleza en los lazos de solidaridad entre los personajes. "Aguante" y "reciprocidad" emergen como valores que estructuran este acontecimiento del filme desde una matriz de interpretación propia de la cultura popular.

Otro ejemplo de la misma categoría es el de la película *Leone-
ra* en el momento del motín. La escena comienza con un gran
plano del alambre de púas ubicado sobre la puerta por la que
entran las visitas. Julia entra en crisis cuando luego de llevarse
a su hijo del pabellón, su madre se niega a traerlo de visita
para que la protagonista lo vea. Por los gritos pidiendo hablar
con el director, el resto de las presas del pabellón se despiertan
en medio de la noche y acuden para apoyarla en su pedido,
al grito de “A Zárate le sacaron el hijo y no se lo dejan ver”.
Cuando dejan salir a Julia, se reparten cuchillos, prenden fuego
almohadas y meten a todos los chicos en una celda para pro-
tegerlos. Resisten el avance de los guardiacárceles, hasta que
éstos logran desarmarlas, meterlas en una celda todas juntas y
apagar el fuego. La imagen se congela con un plano general del
desorden que queda en el pabellón luego del motín. A continua-
ción se repite el gran plano del alambre de púas.

La estructura jerárquica de las relaciones sociales al interior
de la cárcel que se pone en evidencia en el filme, se basa no
sólo en el reconocimiento de la antigüedad de las madres en el
pabellón sino también en su *fortaleza* y, en cierta forma, en su
capacidad de liderazgo. La participación de Julia en la comu-
nidad carcelaria tiene lugar en el momento en que comienza a
*depende*r de Marta. Esta dependencia pasará a estar mediada,
luego, sexualmente, hasta llegar a una relación de pareja y
compañerismo.

La escena abre y cierra con la imagen de la representación del
encierro, de la institución. Cuando a la protagonista le niegan
la posibilidad de ver a su hijo, las presas comienzan un motín
poniendo en evidencia un lazo de solidaridad con esa “otra de
clase” que en su condición de presa y de madre, forma parte de
un “nosotros” contra los guardiacárceles (antagonistas) repre-
sentantes de la institución. El cuidado de los niños del pabellón
y el acatamiento colectivo a la interpelación de una de las pre-
sas mayores, muestra, parafraseando a Thompson, el profundo
carácter político de una revuelta que, a simple vista, podría ser
confundida con un simple comportamiento reactivo e irracional

(tal como lo enuncia el Director de la unidad carcelaria), pero que en una mirada detenida, evidencia una clara disputa (material y simbólica) sobre lo que puede o no considerarse justo respecto de una madre y su hijo (además de su organización, el cuidado de los niños y la coordinación para resistir el avance de los guardiacárceles).

Sobre la misma escena, podría decirse también que muestra una forma de configuración de la violencia como *amenaza* e instauración de un nuevo orden moral. En este sentido, los personajes de sectores populares logran poner la violencia a su favor y torcer el brazo a quienes los dominan, aunque más no sea por un reconocimiento momentáneo de la legitimidad de valores como la inviolabilidad de la familia.

Otro ejemplo de esta idea es la escena de la defensa del Oso a Sergio (un borracho con problemas con el juego) en *Un oso rojo*. Muchos de estos elementos están sobredeterminados por el género de este filme: el western urbano. La escena muestra al protagonista, con claras características de héroe solitario, vencer en inferioridad numérica y haciendo gala de su fortaleza a los acreedores del actual marido de su exmujer, quien lo habían golpeado momentos antes. Sus palabras muestran un tipo de código que regula la legitimidad de los usos de la violencia:

Oso: —El cornudo de tu viejo, ¿No te enseñó que a los borrachos no se les pega?

No debe olvidarse que el film termina con una escena de acción en donde el Oso mata de un tiro a dos de sus enemigos, en una puesta que también corresponde al género de pistoleros. Previo, salva a su familia de la bancarrota, aunque su éxito lo deja, tal como al comienzo, en soledad.

Por último, una forma de violencia que conserva o reestablece el orden existente. Esta es la que aparece en la ya narrada escena de *El bonaerense*, donde el personaje es mutilado (recibe un disparo en la pierna) por su protector justo cuando se vengaba de su anterior estafador. Es también el caso de *Pizza, birra, faso*, que termina con el audio de una radio policial declarando

mueritos a los “NN” (refiriéndose a los protagonistas del filme). Y fundamentalmente es el de *Bolivia*, en donde herido en su orgullo y abatido en combate, el taxista saca un revolver de su guantera y asesina al protagonista desde su auto.

Esta forma de violencia es la que subalterniza a estos sujetos y dispone de sus cuerpos a internalizar su original posición. Las disputas de los personajes contra las fuerzas del orden, contra la jerarquía, contra el sentido común, los devuelven trágicamente a la exclusión, se deshacen de su abyección y marcan en la imagen la crudeza de la dominación.

6.3. Lógicas de construcción de sentido sobre la imagen de lo popular

Resulta difícil plantear una hipótesis de lectura que articule la estructura de este conjunto de textos fílmicos por igual. Como ya planteamos, hay matices importantes de estilo y usos entre directores (mayor o menor impacto y repetición, posibilidades de identificación con los protagonistas, etc.), pero también entre las películas.

De igual manera, el problema de representación realista parece un elemento que no puede dejarse de lado en el análisis de estos filmes. Un entramado de imágenes, sonidos, movimientos, construcción de espacios y usos del lenguaje construyen una referencia indicial a “lo real”, que se vincula a la tipicidad de estas imágenes en el acervo de conocimiento de los espectadores. Con esto nos referimos a que, tal como lo plantea Sorlin,

Todas las épocas, en una época todos los grupos, tienen reglas para organizar el mundo exterior —mundo de los objetos y de las relaciones sociales— de manera que encuentren allí una coherencia y puedan aplicar sus reglas de conducta; poseen, en particular, categorías de análisis por medio de las cuales tal manera de designar verbal o iconográficamente los objetos es

considerada estilizada, falsa, caricaturesca, humorística o fiel a la realidad.⁴¹

Los casos aquí mencionados no pueden pensarse por separado de una forma de realismo que se ancla en puntos de contacto con el "realismo" de los medios de comunicación, o que directamente fija sus indicios en el uso de sonidos e imágenes que plasman a los medios masivos de comunicación como documento o "ventana" a la realidad.

Probablemente necesitemos, a partir de esto, complejizar lo dicho por el autor y preguntarnos por el "régimen de verdad" que regula la percepción de "lo real" (no ya de toda la sociedad, sino específicamente) entre los consumidores de estos filmes en particular, en su condición social compartida. Pensar la forma en la que estos grupos estructuran su percepción y construyen sus categorías sobre la realidad social. Sobre todo teniendo en cuenta un dato que hemos mencionado anteriormente: tal como plantea el autor sobre dos películas de Bergman, "Notemos esta coincidencia: la realidad se confunde, en ambos casos, con la apertura sobre un medio calificado sumariamente como «popular»".⁴² Indagaremos, a partir de esto, qué trama de sentidos se teje alrededor de esta asociación entre lo popular y lo real (que en otra época fue lo concreto, lo corporal, en oposición a lo abstracto-burgués-dominante), porque, como sostiene Stuart Hall, "En el naturalismo y «realismo» —la aparente fidelidad de la representación de la cosa o del concepto representado— es el resultado, el efecto de una específica articulación del lenguaje sobre lo «real». Es el resultado de una práctica discursiva".⁴³

Por otra parte, respecto de la construcción de personajes muchos de ellos signados por su carácter pasivo, y en general, por su incapacidad de cálculo racional, podemos decir que se suma a una forma de narración que no puede ya basarse en los metarrelatos en los que antes se articulaba.

⁴¹ SORLIN, P., *Op. cit.*, pág. 157.

⁴² *Ibidem*, pág. 158.

⁴³ HALL, S., *Op. cit.*, pág. 173.

En realidad, consideradas en general, estas historias, más que invertir un razonamiento sobre el orden social borran los límites morales y la ubicación de los personajes dentro del sistema social cohesionado y estable. En este sentido, las propuestas del nuevo cine argentino no definen la identidad de sus personajes por un lugar fijo en el mundo de la producción ni por el cuestionamiento del modo en que delimitan su espacio en la sociedad. Al mismo tiempo que muestran cómo los roles sociales se confunden, las películas argentinas contemporáneas narran la disolución del mito del trabajo como ordenador social.⁴⁴

La pregunta que habría que formularse, más bien, sería si, en estas nuevas formas de narrar lo social, desechados los anclajes duros y el uso de arquetipos⁴⁵ ¿no se abandona, de plano, la posibilidad de narrar la sociedad y se termina por *tirar el niño junto con el agua*? La cuestión pasaría entonces por tratar de distinguir entre la disolución de la estructura valorativa que tenía por centro, por ejemplo, la familia, el trabajo o el Estado, por un lado, y concebir que la pérdida de este centro conlleve la desaparición del centro en sí. La cuestión a plantear es, entonces, si estas películas no podrían prestarse (en escenas como la del asalto al lisiado, en la desestructuración del mundo de la familia, en los finales trágicos o frustrantes, etc.) a lecturas interpretativas que entiendan que sin esta moralidad propia de las anteriores configuraciones de los sectores populares, no puede haber ya moralidad en ellos.

Pero emergen, entonces, otras formas de escenificación de lo popular. Formas en donde lo popular aparece como la constitución violenta de la subalternidad, de la exclusión, de lo abyecto, es decir, como dominación y conflicto, pero también formas de revancha, en donde la violencia de lo popular abre intersticios de victorias “tácticas”. Y en muchas de estas escenas, la

⁴⁴ APREA, G., *op. cit.*, pág. 73.

⁴⁵ Referidos a los personajes. Con esto planteamos que no encontramos personajes que representen metonímicamente los valores y la estética de toda una clase o toda una sociedad. Como ya mencionamos, si se encuentran representaciones arquetípicas de lugares y sonidos cuya finalidad sería la de establecer núcleos de reconocimiento realista para los espectadores.

violencia no sólo aparece como otra forma de narrar lo popular, sino también como una forma cargada de sentido, moralidad y solidaridad: una violencia que es también cultura y política.

Hablando sobre *Pizza, birra, faso*, Aguilar sostiene que

La violencia, acá, separa a los grupos y revela un espíritu de solidaridad entre los asaltantes que habla de una posible comunidad de valores sintetizada en su título. En su calidad de testigo, el ojo de la cámara asiste a esta fiesta con una planificación clásica, de film de acción, pero tomando partido por los asaltantes e identificándose con ellos. Caetano y Stagnaro se solazan mostrando esta cultura, siguiéndola, subrayando sus rasgos y celebrando su vitalidad al margen de la ley⁴⁶.

Pero sobre la misma película, Aguilar sostiene algo que podría ser leído como diametralmente opuesto:

Fuera del mundo del trabajo y guiados por la *necesidad*, los lúmpenes no son una promesa de liberación (como podía serlo el pueblo), sino de *arranques* de violencia desorganizada e irreflexiva. No son pobres que luchan contra ricos, sino *miserables* que se aprovechan de otros miserables [...]⁴⁷.

Si bien se realizan esbozos de construcción alrededor de una idea de "conflicto" en algunos de estos filmes, como ya planteamos, la alteridad dominante (el *Uno* que los constituye en *otros*), no aparece si no es como Fuerza de Seguridad. Para estos sujetos subalternos, lo más cercanos que están de confrontar con el poder es en el enfrentamiento armado con la policía, el guardiacárcel, el crimen organizado, la xenofobia más o menos popular, etc. Esto dificulta, en gran medida, instalar los conflictos entre los personajes en un nivel de la totalidad social.

Pero además, si la motivación surge de la necesidad, y la orientación de la acción es irreflexiva o desorganizada, ¿nos encontramos ante otra cosa que una imputación de "miserabilismo"? Podríamos haber comenzado, como lo hace Javier Palma, por

⁴⁶ AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 53.

⁴⁷ *Ibíd.*, pág. 144. El resaltado es nuestro.

intentar aplicar las categorías de Grignon y Passeron a estas realizaciones. ¿Hay cierta fascinación por el margen? ¿Se celebra el lumpenaje, la nostalgia, la marginación, como fuente de un “reservorio cultural”? ¿O esta fascinación se transmuta en repugnancia por ver allí sólo falta, carencia, degradación?

Ni “miserabilismo” ni “populismo” podrían sentenciarse sobre el texto fílmico, por más profundo que sea nuestro análisis. Antes bien, como hipótesis, servirán para aplicarse sobre el momento de choque-encuentro entre los sentidos instalados en la estructura textual y los sentidos construidos por los espectadores, a partir de sus trayectorias y los saberes fílmicos que portan. Sin embargo, tal como lo plantea Silvia Schwarzböck:

[...] la clase media suele representarse la vida marginal con la óptica de la sección policiales de los diarios y de los noticieros de la TV. Es decir, se imagina un universo más intenso que el propio, pero donde no se puede vivir tranquilo, porque la muerte y el peligro están a la orden del día.⁴⁸

En última instancia, miserabilista o no, habrá que plantearse si este complejo de significaciones tramado entre realidad, naturalidad, marginalidad y violencia, no se vincula a una expectativa de los espectadores de fracción intelectual de clase media: la expectativa de encontrar una suerte de intensidad o vitalidad deseada/rechazada, distante, vuelta cosa, allí entre los sectores populares. En su imagen. La de los filmes. La de ellos mismos.

⁴⁸ SCHWARZBÖCK en AGUILAR, G., *Op. cit.*, pág. 147.

CAPÍTULO 7
EL CONSUMO DE FILMES:
ASPECTOS ESTRUCTURALES

El abordaje que planteamos para nuestro trabajo incluye en el análisis tanto la caracterización de los espacios y los públicos que consumen la filmografía que forma parte de nuestro corpus, como así también las elecciones, preferencias, motivaciones y capitales puestos en juego desde un punto de vista estructural. A continuación se presentan algunos resultados del relevamiento realizado por medio de encuestas, fundamentalmente en tres cineclubes de Córdoba.

7.1. El espacio del consumo

7.1.1. Transformaciones del consumo cinematográfico en las últimas décadas

El cine como imaginaria popular, como consumo del pueblo y entretenimiento de las masas, constituyó una de sus configuraciones sociohistóricas. Junto con el teatro, el cine se ubicó como uno de los principales consumos culturales de las masas en el espacio público. Las décadas del ochenta y del noventa del siglo xx han reconfigurado por completo este fenómeno sociocultural. Es necesario repasar estas transformaciones para lograr producir información nueva y crítica sobre la cinematografía en el mundo contemporáneo y, en particular, en nuestros países en América Latina.

Algunas investigaciones, desde principios y mediados de la década del noventa señalan un conjunto de modificaciones globales que es menester tener presente aquí para ubicar el estudio que desarrollamos en el marco de procesos sociales más amplio.

1. La estructura de exhibición cinematográfica en Argentina sufre una transformación en cuanto al público al que apunta: vira desde su orientación tradicional-popular, hacia nuevos sectores sociales. Tal como lo plantea Ana Wortman:

La fuerte recesión económica experimentada en los años ochenta redujo el poder adquisitivo de las clases medias y

populares, obligó al cierre de salas y condicionó la oferta de productos, privilegiando sólo aquellos que atendían a las demandas de los sectores sociales de nivel medio y alto. El cine comenzó a perder el carácter históricamente popular que tuvo a lo largo del siglo y se orientó gradualmente hacia públicos más reducidos, con un poder adquisitivo superior y también con características ideológicas y culturales distintas de los espectadores tradicionales.¹

2. Por otra parte, la fragmentación urbana propia de la posmodernidad se traduce en la configuración del mapa de salas en la ciudad. Éste tiende a concentrarse en las zonas vinculadas a los sectores sociales de los que venimos hablando: medios y medios altos. La misma autora, cuyas investigaciones retoman la vinculación histórica entre el cine como consumo cultural y la ciudad como espacio público, señala que “[...] la difusión del cine está cada vez más focalizada en las zonas céntricas o residenciales de clase media alta y alta de las principales ciudades del país, esto es en islas de consumo”.² A este proceso debería agregarse el ya conocido aumento exponencial del precio de las entradas a fines de la década del ochenta y principios del noventa (que persiste de manera continua hasta la actualidad). La contracara de esta expansión en centros comerciales fue el cierre masivo de muchas salas tradicionales, fundamentalmente (pensando en el espacio urbano de Córdoba) aquellas que se encontraban emplazadas en los barrios de la ciudad.³ Lo más relevante para nuestro trabajo es el hecho de que eran justamente estas salas (las barriales), y especialmente aquellas emplazadas en ciudades del interior del país, algunas de las principales exhibidoras y de los principales lugares de consumo de cine nacional.

3. La reubicación del campo cinematográfico en el campo audiovisual en general implica, por otra parte, el intercambio, contacto y mutua transformación de la cinematografía en relación a la TV y a las tecnologías de reproducción casera. Un

¹ WORTMAN, A., “Identidades y consumos culturales”, *op. cit.*, pág. 116.

² *Ibidem*, pág. 122.

³ Si bien las investigaciones de Ana Wortman se refieren a lo ocurrido con el circuito de exhibición en Capital Federal, los procesos en la Ciudad de Córdoba Capital han sido similares u homólogos, y en este sentido recuperamos los planteos de la autora.

proceso que sin duda se profundiza de manera importante en la última década es la articulación de la fragmentación del espacio público, con una tendencia cada vez mayor a un consumo cultural (tecnológicamente mediado, pero además históricamente anclado) en el espacio privado.

La relación del consumo de video y de cine por televisión con la asistencia al cine, el desplazamiento de este espectáculo colectivo y la práctica social que lo acompaña, muestran no el abandono del placer por la ficción cinematográfica y el relato audiovisual como forma de entrenamiento predominante, sino la importancia creciente de la pantalla doméstica y el ámbito privado como escenario de consumo creativo y eje de las prácticas lúdicas, informativas y de relación con el mundo exterior.⁴

Esto significó no sólo nuevos criterios perceptivos, sino también nuevas pautas de interacción social.

Asimismo, la experiencia de consumir cine en el ámbito hogareño fomentó una sociabilidad de carácter doméstico, con una concentración débil en el filme, permitiendo las distracciones, y realizar otras actividades mientras sigue la narración.⁵

La reconfiguración de las identidades en relación a una estructura social fuertemente fragmentada aporta un marco contextual de interpretación en donde, tal como sostiene Svampa, esta búsqueda de anclaje identitario en el consumo privado (en un contexto de volatilidad y debilidad) se corresponde con la recomposición de una lógica de acción individualista, entendida como la matriz de las estrategias de reproducción de los sectores medios en las nuevas condiciones sociales establecidas en el país durante la década menemista.⁶

4. A su vez, es necesario señalar que estas transformaciones no implican la tantas veces mentada "muerte del cine". Siguiendo

⁴ TERRERO, P., "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada", *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, N° 4, Buenos Aires, 2006, págs. 61-62.

⁵ WORTMAN, A., "Identidades y consumos culturales", *Op. cit.*, pág. 120.

⁶ SVAMPA, M., *op. cit.*, pág. 152.

a García Canclini⁷ puede entenderse que estas “nuevas formas de ver” canalizan los circuitos más importantes de revitalización del cine: hoy en día probablemente se vea más cine que nunca en la historia. Debemos indagar, entonces, sobre cómo este cine se ve y qué tipo de saber fílmico supone.

Antes de establecer algunas líneas generales de caracterización sobre el consumo de las realizaciones de Pablo Trapero y Adrián Caetano, debemos dar cuenta de la construcción de los datos y de las decisiones metodológicas que recortan los espacios y los lugares de aplicación del instrumento.

7.1.2. Córdoba: espectadores y salas cinematográficas

La Ciudad de Córdoba Capital cuenta con más de 20 salas registradas, que suman en total más de 60 pantallas. Si pensamos en la asistencia a salas de cine, la provincia se ubica (con un índice de espectador por habitante de 1,04), en un nivel similar al de algunas provincias de la Patagonia y de los partidos del Gran Buenos Aires. Debemos decir que la realidad del país en este ámbito es sumamente desigual y está signada por un proceso de concentración geográfica de los consumos culturales que trasciende por mucho lo específicamente cinematográfico. Provincias como Entre Ríos, Formosa o Jujuy cuentan con índices similares a los países más pobres de América Latina (por ejemplo, Guatemala), mientras que la Ciudad de Buenos Aires está —en cuanto a consumo cinematográfico en sala— a la altura de las ciudades culturalmente más activas de Europa -como es el caso de Barcelona- (Ver Tabla 1).

A partir de los datos que otorga la Secretaría de Cultura de la Nación, pudimos construir una lista de Salas registradas.⁸ Esto responde a una realidad en la que, como ya hemos planteado,

⁷ GARCÍA CANCLINI, N., “Del cine al espacio audiovisual”, *Op. cit.*, pág. 36.

⁸ Fuente: Mapa Cultural del SINCA - Sistema de Información Cultural de la Argentina, Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación. Dirección URL: <http://sinca.cultura.gov.ar/>. [Consulta: 10 de noviembre de 2010]. Es necesario tener en cuenta que esta lista deja fuera el registro de espacios culturales en donde se proyecta cine, aunque no de manera exclusiva, o bien, no de manera estable (por ejemplo, La Quimera Cine Club).

la multiplicidad de maneras, lugares y prácticas de consumo audiovisual hacen imposible su registro total. Sin embargo, el intento de reconstruir la estructura de exhibición de la ciudad (como uno de los elementos necesarios para la reconstrucción teórica de un campo de consumo cinematográfico) no debe dispensarse, en la medida en que funciona (para nuestro acercamiento al consumo cinematográfico en salas) como un contexto de localización en el que se vuelven inteligibles no sólo las prácticas de consumo relevadas, sino también nuestra propia práctica de investigación en el campo (Ver Tabla 2).

Algunos de estos cines, de exhibición exclusiva de filmes eróticos y pornográficos, no presentan mayor importancia para nuestro trabajo (Babylon, Blue Comett, Tao Sex, Nuevo Adan). Los cines más alejados del casco céntrico, concentrados casi todos en la zona noroeste de la ciudad, se emplazan en centros comerciales, y son administrados por cadenas internacionales que actualmente extienden sus salas a nivel de todo el territorio nacional. Hacia zona sur (aunque muy cercanas al Centro) existen dos salas, dedicadas exclusivamente a la actividad cineclubista, y emplazadas en espacios educativos de nivel superior (Ciudad de las Artes y Ciudad Universitaria).

La concentración socio-espacial responde a un proceso histórico que se inserta en las transformaciones que hemos detallado antes. El proceso de cierre de grandes salas⁹ no sólo reconfiguró el circuito de exhibición -de la estructura de salas tradicionales a la de los complejos multisala-, sino que también modificó la distribución espacial de salas cinematográficas, constituyendo una serie de enclaves de concentración, tal como los hemos identificado: en zonas residenciales de clase media-alta, en centros comerciales (muchas veces coincidentes con las residenciales) y en la zona céntrica de la ciudad.

La contracara de este proceso es la extinción de las salas cinematográficas tradicionales que, al menos hasta los años ochen-

⁹ El proceso implica el cierre o la transformación de las grandes salas cinematográficas tradicionales en complejos multisala. Es decir: donde se encontraba una pantalla con una sala grande pasaron a emplazarse varias salas y pantallas.

ta, se ubicaban en diversos barrios de la ciudad. Entre ellos, Yofre, Alta Córdoba, San Martín, General Paz, Villa Cabrera, San Vicente, Alberdi, etc. Esta modificación del mapa de exhibición cinematográfico urbano se vincula a transformaciones en los patrones de movilidad y sociabilidad de determinados sectores. Los espacios, de esta manera, aparecen como un elemento relevante a la hora de pensar las prácticas de apropiación cultural en una estructura de clases y de accesos diferenciales a los consumos culturales y a su redituabilidad simbólica.

7.1.3. La exhibición en cineclubes cordobeses

Con el objetivo de explorar algunos de los espacios donde se aplicaría el instrumento para relevar el consumo de las producciones de Caetano y Trapero, se realizaron entrevistas con los programadores de cinco de los cineclubes más importantes de la ciudad: Guillermo Franco, del Cine Club Municipal Hugo del Carril; Juan José Gorazurreta del Espacio INCAA y La Quimera Cine; Pedro Sorrentino, del Cine Club Universitario; y Juan Fragueiro, de uno de los ciclos de Cinéfilo Bar. Dichas entrevistas tuvieron como objetivo complementar un relevamiento de información acerca de las nociones y políticas de exhibición puestas en juego en dichos espacios, sobre el lugar que el nuevo cine argentino y las producciones de estos dos directores tuvieron en la programación de sus salas, y sobre las percepciones que los agentes de estas instituciones tenían del público que asistía a ellas. Asimismo, se pretende también aportar la información básica sobre la capacidad y la pertenencia institucional de estos espacios, como contexto significativo de nuestro trabajo de campo.

El Cine Club Municipal Hugo del Carril es un espacio sostenido por el Centro Cultural España-Córdoba y la Municipalidad de Córdoba. Fue creado en el año 2000 y abrió sus puertas el siguiente año. Posee una sala con capacidad para 200 personas, equipada para proyectar en cinco formatos diferentes. El precio de su entrada, en 2011, es de \$10. Presenta funciones todos los días (cuatro funciones diarias en la sala principal y otras

funciones en los espacios menores). Dirigido por Daniel Salzano, este Cine Club aparece asociado al sentido de la cinefilia, orientación que se percibe en las palabras mismas del programador, al plantear que el secreto del espacio se vincula a "la pasión y el gusto por el cine", en oposición a la lógica de la burocracia de los empleados públicos.

El Cine Club Municipal plantea una política de atracción de nuevos públicos a la causa cinematográfica a partir de la diversificación cultural (asociación con el teatro, la música, etc.). El espacio intenta insertarse en un ámbito audiovisual transformado por la digitalización, en el que "se ve más cine que nunca, pero de distintas maneras". Según su propio diagnóstico el público está compuesto fundamentalmente por jóvenes universitarios (de carreras de humanidades, artes y ciencias sociales) y adultos mayores.

Su política de exhibición lo vincula al cine "menos comercial", tanto de la cinematografía argentina como de otras cinematografías del mundo. El nuevo cine argentino ha tenido un lugar importante en su pantalla, aunque su momento de protagonismo se circunscribe a una duración restringida en el tiempo, que se ubica cuatro o cinco años atrás. Se programaron retrospectivas completas de cada uno de los directores más importantes de este conjunto. En el 2006 se organizaron charlas con los directores para el ciclo "Pasiones argentinas" (asistieron Pablo Trapero y Adrián Caetano, entre otros). Durante el 2008 se estrenó *Leonera*, de Pablo Trapero, y se exhibió *El bonaerense* en un ciclo de Cine y Derechos Humanos. Desde la creación del Espacio INCAA, la exhibición de lo producido bajo el ala del INCAA se desplazó hacia la sala de dicha institución en Córdoba. En el Ciclo 10 años de Cine Argentino Independiente y del BAFICI del año 2008 y 2009, no hay películas ya de estos realizadores. Mientras que su producción se ha transformado en la actualidad -y el lugar que ocupa en la programación de este Cine Club es menos central que hace unos años-, para el programador del Cine Club Municipal, el nuevo cine argentino "sigue teniendo las puertas de las salas comerciales (Hoyt`s o Showcase) cerra-

das, salvo que vengan de la mano de grandísimas productoras o de estrellas como Ricardo Darín”.

El Cine Club Universitario posee tres salas, la principal con capacidad para 1200 personas (Sala de las Américas, del Pabellón Argentina). Depende de la UNC, y se vincula directamente con el Departamento de Cine, de la Escuela de Cine y Televisión de la Facultad de Filosofía y Humanidades. Las exhibiciones se realizan lunes, martes y miércoles por la noche, muchas de ellas son gratuitas o a un precio prácticamente simbólico. Presentan también ciclos al aire libre. Un tercio de la programación surge por iniciativa del programador, y el resto, a partir de propuestas de cátedras, egresados, etc. Muchas de las exhibiciones cuentan con la presencia de especialistas en la temática, que coordinan charlas y discusiones sobre diversos temas. El espacio apareció en los años sesenta y tuvo diversas modalidades.

Su programador, Pedro Sorrentino, sostiene que este espacio cultural no tiene como principal eje el cine nacional. Sin embargo, en el ciclo “24 horas de cine nacional”, del Ministerio de Educación de la Nación en asociación con otros cineclubes de Córdoba, tuvieron un lugar preponderante los realizadores argentinos. En el Ciclo Ética y Estética, se exhibió *Crónica de una fuga*, de Adrián Caetano, pero en general no contaron con espacios importantes de exhibición de las películas del nuevo cine argentino.

Según su propia percepción, su público es muy diverso, aunque mayormente asiste la población universitaria. Dependiendo de cada ciclo, el público se vincula con diversas temáticas. No poseer una propuesta tan homogénea llevaría, según los programadores, a contar con una asistencia heterogénea, aunque siempre con la primacía de la práctica universitaria. Por el tipo de exhibición que presenta este espacio, no constituye un lugar de relevamiento demasiado significativo para nuestro problema.

El Espacio INCAA funciona en la Ciudad de las Artes desde el año 2006 y es sostenido por el Instituto que le da nombre. Cuenta con una sala con capacidad para 600 personas. En la provincia

de Córdoba existen otros espacios INCAA, como los de Unquillo, Río Ceballos y Villa María, que se insertan en la red de Espacios INCAA conformado por 30 sedes en todo el país. En 2011 la entrada general tiene un precio de \$6, mientras que, con descuentos para estudiantes y jubilados, la entrada posee un valor de \$3.

Desde el espacio de la Asociación de Cineclubes Cordobeses se da apoyatura a los Cine Clubes del interior, con la conducción del programador del Espacio INCAA, Juan José Gorazurreta. También es programador del Cine Club Juan Oliva, que funciona en la sala pequeña de la Ciudad de las Artes, y de La Quimera, el Cine Club más antiguo de la ciudad, existente hace más de treinta años. Éste último funciona hace cuatro años en el Teatro La Luna, de barrio Güemes. Mientras que el espacio tiene como objetivo promover la cinematografía periférica del mundo, el Espacio INCAA exhibe específicamente la producción nacional, de la cual sólo el 15% llega a exhibirse en salas comerciales.

Juan José Gorazurreta manifiesta apoyar una política de exhibición que tienda a la apertura y que rompa con cualquier forma de “elitismo”. Entiende la actividad cineclubista como profundamente “pedagógica”, por lo que plantea la necesidad y la deuda fundamental en torno a acciones de “formación de espectadores”. En esta misma línea, Gorazurreta critica el carácter errático de las políticas de cinematografía nacional. También critica a las producciones del nuevo cine argentino (en la medida en que no aportan a la generación de una identidad del cine nacional), fundamentalmente en los últimos filmes (*Francia*, de Adrián Caetano, entre ellas, exhibida en 2011 en dicho ámbito).

El Cine Teatro Córdoba se funda en el año 1984. Cuenta con una sala con capacidad para 210 butacas y es sostenido por una empresa privada, formada por María Inés Rodríguez Allende (hija de la fundadora) y Juan Fragueiro (su esposo y programador del espacio). Su proyección, al igual que en el Espacio INCAA, es exclusivamente en formato tradicional (35mm). Presenta dos funciones diarias de jueves a domingo. El sistema de venta de

entradas es por medio de un abono de \$20 (valor para el año 2011). Las entradas para socios tienen un valor de \$7, así como también las de la primera función de los jueves.

Desde el punto de vista de los participantes, su propuesta es homogénea en cuanto a un cine arte de calidad. De acuerdo a la concepción del propio programador, “Apuntamos al público que elige ver otro cine que no es el comercial ni el de difusión masiva. El público del Cine Teatro Córdoba es aquel que se ajusta a estas premisas. Tenemos en claro qué películas nuestro público no vería y tratamos de que esas -si a nosotros nos gustaron- sean el complemento de un programa más fuerte”. En este sentido es la institución que más reconoce una cierta homogeneidad y gusto entre sus asistentes, al autodenominarse como “sala de reposición” o “fílmico de riesgo”.

Su programador entiende que el nuevo cine argentino abrió una expectativa que luego no cumplió, o que su devenir terminó por derivar en distintas formas de acercamiento a lo comercial. Se estrenaron casi todas las películas de Adrián Caetano desde *Pizza, birra, faso*, salvo *Francia*. De Trapero estrenaron *Mundo grúa* y *Leonera*, mientras que repusieron *El bonaerense* y *Familia rodante*. Coincide el hecho de no estrenar las últimas realizaciones de ambos directores. Esto resulta interesante en la medida en que, si bien no entran en nuestro análisis, manifiestan de manera clara la tensión de cine comercial-cine independiente que recorre estas realizaciones. En palabras del programador: “A nuestro entender, ambos se alejan del punto de vista independiente y tratan de agradar a una platea más comercial, lo cual no está mal, a nivel crecimiento económico profesional, pero ya deja de ser interesante para nosotros”.

7.2. Públicos, consumos y prácticas

7.2.1. Características del público encuestado¹⁰

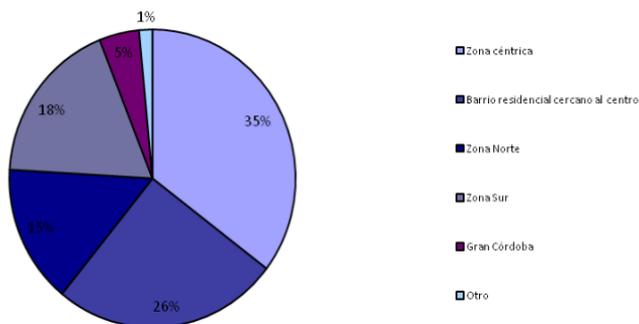
La muestra encuestada se conformó principalmente en función de la disposición a responder que presentaron los encuestados. Y si bien, por no constituir un estudio representativo en términos probabilísticos, no se establecieron cuotas, sí se intentó sostener cierto equilibrio entre sexos. La distribución resultante fue una muestra con un 42% para varones y un 58% para mujeres.

En cuanto a la edad, la muestra presenta una media de 29 años, aunque, teniendo en cuenta su carácter asimétrico, la mediana de 25 y la moda de 23 parecen acercarse más a una medida de posición representativa. En este sentido, el grupo estudiado presenta un carácter claramente vinculado a la juventud, aunque que estas medidas varían de acuerdo al lugar de realización de la encuesta.

En relación a la zona de residencia, tal como se visualiza en el Gráfico N°1, luego de categorizar los datos nos encontramos con que un 60% de la muestra habita en zonas céntricas o en barrios cercanos al casco céntrico. En este sentido, parecería que el desplazamiento espacial hacia las salas de exhibición es un factor relevante.

¹⁰ Para recordar las características muestrales y el tipo de instrumento utilizado, ver Capítulo 3.

Gráfico Nº1: Zona de residencia



Con el fin de identificar la acumulación de capitales, fundamentalmente el económico y el cultural, se incluyeron preguntas tendientes a establecer algunos patrones generales entre los encuestados. Ya definimos en el marco teórico qué entendíamos por cada uno de ellos¹¹ (asociado el primero a bienes materiales y monetarios, mientras que el segundo al conocimiento, la ciencia, el arte, etc.). Podemos agregar que, tal como lo entiende Bourdieu, el capital cultural puede presentarse en tres estados: 1) incorporado en un habitus;¹² 2) objetivado en forma de bienes; y, por último, 3) institucionalizado, que es la forma que adquiere con la titulación escolar.¹³ Aquí indagamos sobre la posesión de bienes tecnológicos relacionado con el consumo de audiovisuales (TV, DVD, PC, etc.), como así también los usos y accesos a los filmes para el consumo privado. Tal como sostiene Bourdieu, el acento está puesto en la materialidad del objeto y en sus diversos soportes. Sin embargo, dichos usos están profundamente vinculados a las posibilidades brindadas por la forma incorporada del capital cultural, es decir, con los medios de apropiación legítimos. Por último, las preguntas vinculadas

¹¹ Ver Capítulo 2.

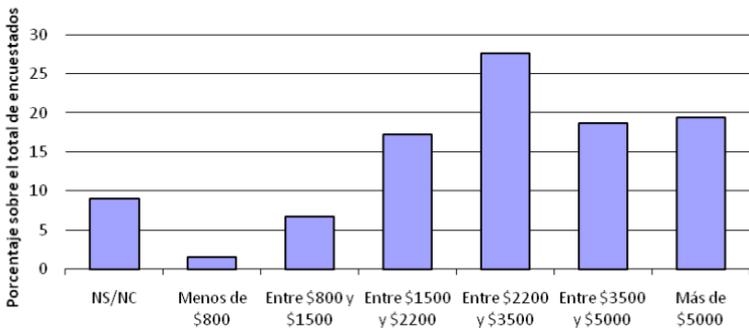
¹² Dadas las características del instrumento utilizado para relevar la información del presente capítulo, dejaremos para el capítulo siguiente la indagación sobre las formas incorporadas de la competencia cultural.

¹³ BOURDIEU, P., "Los tres estados del capital cultural", *Campo de poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de las clases*, Córdoba, Ferreyra Editor, 2006, pág. 196.

a títulos y cursos realizados pretenden identificar las formas reconocidas del capital cultural, dotadas de la entidad social que otorga la magia del poder simbólico de las instituciones escolares.¹⁴

Encontramos que los ingresos¹⁵ declarados no presentan grandes variaciones, aunque el valor modal se ubica en un segmento medio entre las opciones brindadas (27% respondieron entre \$2200 y \$3500, tal como se observa en el Gráfico N°2). Los valores son similares para los segmentos entre \$1500 y \$2200, entre \$3500 y \$5000 y de más de \$5000 (entre 17% y 19%). El porcentaje descende en los segmentos de menores ingresos: de menos de \$1500 (con un 8% en total). De igual manera, parece relevante el hecho de que más del 65% de la muestra declare ingresos del Jefe de Hogar de más de \$2200.

Gráfico N°2: Ingresos del Jefe de Hogar entre encuestados



En el caso del nivel educativo, la tendencia es más marcada. El 91% de la muestra accedió a educación de nivel superior, el 82% a educación universitaria¹⁶. En este caso se consideraron datos

¹⁴ Ibidem, pág. 201.

¹⁵ La escala se construyó en base a la categorización de la Encuesta Permanente de Hogares para el cuarto trimestre de 2009. Estas categorías fueron adaptadas a lo que parecía necesario por el lugar de realización de la encuesta, por la claridad del cuestionario y por la cantidad de opciones posibles para una pregunta.

¹⁶ Obviamente se tiene en cuenta aquí el hecho de contar con una parte de la muestra realizada directamente en una institución de educación superior. Sin embargo, generando un filtro en la base de datos para este grupo (el del curso de la carrera de Cine y TV), los

en relación a los niveles terciario y universitario, completos o incompletos, debido a que nuestro interés apunta más bien a conocer el grado de acceso y de horizonte de prácticas que a medir o relevar el “capital objetivado en títulos”.¹⁷

En cierta forma, esta tendencia (al acceso a un alto nivel educativo) se reforzaría por las trayectorias familiares en el mismo sentido: los padres y madres de los encuestados accedieron a niveles de educación superior en un 58% y un 67%, respectivamente. De esta forma, el nivel de ingresos concentrado en valores superiores a \$2200 se complementa con importantes niveles de acumulación de capital escolar entre los encuestados.

Los datos aquí planteados entran en consonancia con investigaciones recientes. En el análisis de datos de una encuesta con una muestra de 153 casos realizada a asistentes a la séptima edición del BAFICI, en el año 2005, se menciona que “Una notable mayoría tiene nivel educativo superior. El 87% cursa estudios de nivel terciario o universitario o es egresado [...] El concurrente tipo a la Séptima Edición del BAFICI es un joven de entre 20 y 30 años, universitario, profesional o empleado” (Boletín electrónico del oic, 2005).

En un estudio realizado durante la primera mitad de los años noventa bajo la coordinación de García Canclini, con características muestrales similares a las aquí trabajadas, se plantea que

El cine sigue siendo una opción de entretenimiento abierta a diversos estratos educativos, con predominio de quienes tienen alta escolaridad; no obstante lo anterior, si bien podemos distinguir entre el auditorio a personas provenientes de todos los niveles educativos, casi la mitad de los encuestados contaba con estudios superiores.¹⁸

porcentajes no se alteran de manera significativa (90% y 75%, respectivamente).

¹⁷ Retomando la distinción que Bourdieu realiza al nombrar las dos formas de existencia del capital, fundamentalmente referido a su variante cultural: incorporado como disposición a la práctica (*habitus*), u objetivado por el sistema de titulación.

¹⁸ MANTECÓN, A. R., “Los públicos de cine”, GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994, pág. 180.

Recuperando investigaciones realizadas en México, Uruguay y Argentina, Octavio Getino sostiene también que

Estos datos son muy parecidos a los de otros países de la región y refuerzan la idea de que la frecuencia de asistencia a las salas de cine se concentra en las personas con estudios terciarios y nivel de ingresos medios-altos, ya que cerca de la mitad de estas personas asiste al cine al menos una vez al mes.¹⁹

Probablemente algunas de las tendencias de estos estudios realizados entre los espectadores se hayan profundizado en los últimos 15 años. Ciertamente es que ya desde los años noventa se marca esta inclinación a establecer el consumo cinematográfico "en sala" como un consumo restringido. Más aún, con producciones y ámbitos de exhibición del tipo que aquí trabajamos (de cinematografía mayormente erudita).

Por otra parte resultan importantes también los tipos de carreras que los encuestados cursan o cursaron: gran parte de la muestra se concentra en las carreras de Ciencias Sociales y Humanas (40%) y las vinculadas específicamente a Arte y Diseño (46%). Esto resulta fundamental a la hora de pensar el tipo de inversión realizada con los consumos culturales: tanto las carreras de las ciencias sociales como las vinculadas al campo artístico se caracterizan por un tipo particular de apuesta a la acumulación de capital cultural; es decir, resultan campos académicos en donde el tipo de consumo y reconocimiento intelectual es especialmente valorado.

A un nivel mayor de desagregación, los datos muestran que tres serían las carreras más representativas en cuanto a porcentaje de la muestra: Cine y TV (con 14% de la muestra), Letras Modernas (con 10% de la muestra) y Comunicación (con 7% de la muestra). Les siguen Psicología e Idiomas con 6% y 4% de la muestra respectivamente²⁰. Posteriormente cruzaremos estos

¹⁹ GETINO, O., *Cine iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo*, Buenos Aires, INCAA-CICUS, 2007, pág. 186.

²⁰ En este caso sí resultaba la diferencia generada por la parte de la muestra correspondiente a Estudiantes de la carrera de Cine y TV, por lo que se toma el porcentaje correspondiente a la exclusión de este grupo (en caso contrario, el porcentaje ascendería a 31%).

datos para evaluar el poder explicativo de las carreras y el tipo de carreras como factor decisivo a la hora de comprender las prácticas y elecciones diferenciales en cuanto a consumo del corpus fílmico definido.

Por último, la ocupación principal de los entrevistados aparece como un dato relevante para establecer el vínculo de la muestra en general con el campo cultural y su capital específico. David Morley en sus estudios de recepción indica las dificultades con que se encuentra para definir grupos de clase entre sus entrevistados:

Evidentemente, existen problemas significativos en la formulación de las clases que se hace en el libro *The «Nationwide» Audience*. Los términos «clase media» y «clase trabajadora u obrera» se emplean, en general, meramente como rótulos descriptivos a los que no se dedica una explicación. Esto puede atribuirse hasta cierto punto al hecho de que el proyecto se basó inicialmente en el modelo de Parkin de la estructura de clases, o por lo menos fue una adaptación de ese modelo que en realidad es un esquema de posición ocupacional [...].²¹

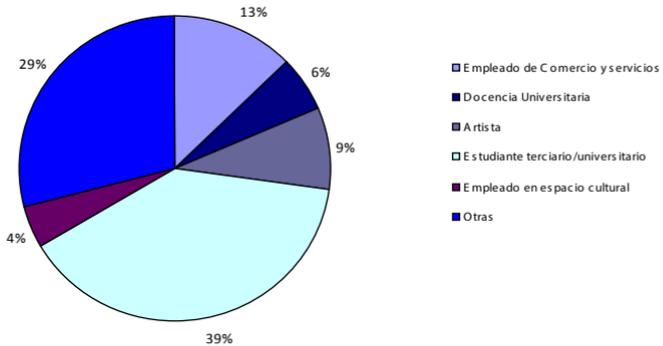
En nuestro caso —y según el emergente de los datos—, podemos usar esta variable no tanto para identificar la posición relativa de los entrevistados en la estructura social, como para hipotetizar sobre el uso específico (y profesional, en algunos casos) de capital cultural vinculado a determinadas ocupaciones. En este sentido, resulta importante el hecho de que la principal ocupación del 39% de la muestra fuera “estudiante de nivel superior”. A esto debiera agregarse que, al preguntar sobre ingresos, se discriminó entre ingresos (mayores a \$800) propios y no-propios. El hecho de que un 43% de la muestra haya declarado no tener ingresos propios refuerza nuestra percepción sobre los encuestados, no sólo a partir de su asociación a la población joven, sino más específicamente a una juventud estudiantil-universitaria.

Le siguen a este grupo “empleados de comercio o servicios” (con 13%), “artista” (con un 9%), “docencia universitaria” (con

²¹ MORLEY, D., *Op. cit.*, pág. 182.

6%) y "empleado de espacio cultural" (con 4%). De igual manera que lo pensado a partir de las carreras, buena parte de estas ocupaciones (en menor medida los "empleados de comercio y servicios") encuentra un anclaje fundamental en la acumulación de capital cultural y se identifica a partir del reconocimiento, la consagración en el campo artístico, académico, etc. El Gráfico N°3 muestra esta relación:

Gráfico N°3: Ocupación principal



Tal como lo pensamos anteriormente respecto al nivel educativo (si bien con tendencias menos marcadas), los valores modales de las ocupaciones de padres y madres de los encuestados permitirían hipotetizar sobre "trayectorias familiares" en torno a esta vinculación "ocupacional" con el capital cultural: el 14% para "profesionales" (por parte de padres) y el 20% de "docencia primaria y secundaria" (por parte de madres). Más allá de que este último valor habilita algunas reflexiones a partir de la cuestión de género, refuerza lo antes dicho sobre las ocupaciones de los encuestados.

Por último, la posesión de objetos tecnológicos vinculados al consumo cinematográfico aparece como un dato de relevancia mayor, teniendo en cuenta que nos permitiría indagar sobre la forma en la que el espectador (que asiste a salas cinematográ-

ficas) articula su consumo en sala con consumos en el espacio privado.

La información indica que un 38% de la muestra tiene televisores de menos de 20'', un 68% televisores de 20'' o más pulgadas (con 20% que poseen más de una unidad), y un 70%, reproductores de DVD. Si bien no tenemos la posibilidad de comparar (debido al tipo de muestreo realizado y a la falta de datos de este tipo para la ciudad de Córdoba), pueden tomarse de referencia los informes del Sistema de Industrias Culturales de Argentina (SINCA)²². En esta fuente se señala, para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, un crecimiento de aparatos de DVD en unidades domésticas de un 1,2% en 2001 a un 50% de los hogares en el año 2007. El acceso a este tipo de artefactos se ha masificado en los últimos años a partir de una fuerte baja en su precio y a partir de la reconversión del mercado de alquiler y compra de películas (debido al cambio de formato VHS a DVD). La digitalización, además, produjo todo un mercado paralelo y acceso a copias "piratas", ya sea a través de la venta en la vía pública o por disponibilidad de buena parte de la producción fílmica mundial (sobre todo la comercial, pero no exclusivamente) en Internet: "Según la Unión Argentina de Videoeditores (UAV), mientras en el 2005 la relación era equitativa, actualmente entre 8 y 9 de cada 10 videos que circulan en el país son ilegales" (Tortorola, 2009: 197)²³. A partir de estos procesos podemos comprender que sólo un 37% de la muestra declare poseer VHS. Si comparamos con datos del SINCA encontramos que, para el año 2006, el porcentaje de hogares que poseen VHS es del 64% en hogares de nivel socioeconómico bajo, mientras que es del 85% para los de nivel socioeconómico medio. Esto nos

²² Estos son los datos que aparecen en el UAV: "Informe del mercado del video 2007", Buenos Aires, 2008.

²³ Sin confundir ampliación con universalización, aparece como un dato relevante el crecimiento de clientes de Internet en Argentina entre 1999 y 2002 (seguramente, un crecimiento focalizado en sectores medios y altos de la estructura social): de 470.000 clientes de Internet en 1999, se llega a 1.270.000 en 2002 (Observatorio, 2004: 25). Ahora bien, si se observa la distribución geográfica de las conexiones, encontramos que mientras que la Ciudad de Buenos Aires acumula más del 50% de las conexiones del país, provincias como Córdoba o Santa Fe presentan porcentajes de entre 6 y 7% del total de usuarios del país (Observatorio, 2005: 32).

lleva a insistir en la fuerte transformación de la estructura de consumo en el espacio privado en los últimos años. Un proceso homólogo podría plantearse en torno a las prácticas de alquiler. Esto se observa en la evolución de la relación entre ambos tipos de formato de video, según los datos del Laboratorio de Industrias Culturales (Ver Tabla 4).

Por último, encontramos que un 79% de la muestra cuenta PC o Computadora portátil con grabadora de DVD. En este sentido, el grupo encuestado posee en su mayoría medios de consumo y reproducción necesarios para la expectación en espacio privado, con lo cual deberán pensarse los sentidos culturales atribuidos a la asistencia a sala teniendo en cuenta que se trata de un público "equipado" tecnológicamente para el consumo cinematográfico (con un equipamiento relativamente típico para la clase media). Pero además, teniendo en cuenta lo planteado acerca de las transformaciones de la estructura social durante los noventa, y lo dicho sobre la reconfiguración de los consumos culturales en relación a dicha reestructuración, entendemos que en el esquema conceptual de Bourdieu

[...] la cultura puede ser concebida como una variable o recurso, en términos de capital cultural. Esto sucede, como hemos dicho, con las clases medias empobrecidas, donde la cultura es concebida como capital incorporado o como competencia del sujeto. En esta perspectiva, puede ser comprendida a través de la dimensión del consumo, como capital objetivado (que puede agregarse al capital incorporado, como ocurre en las franjas de clase media-media o en ascenso). Pero también se puede concebir a la cultura como algo más que una variable dependiente, esto es, como una textura que atraviesa y constituye los espacios de acción de las clases sociales²⁴.

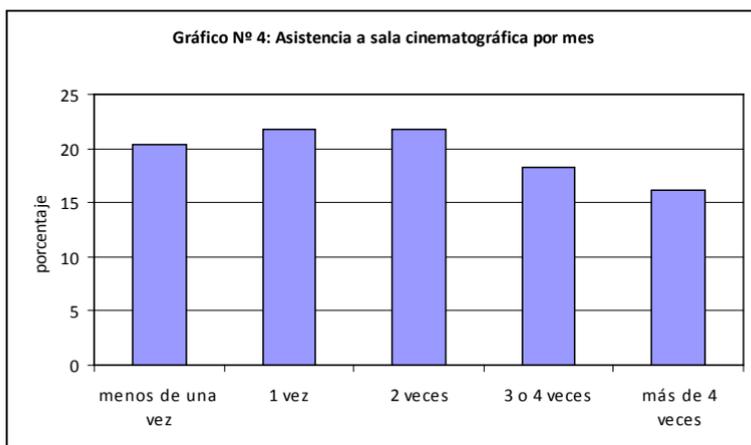
En este sentido, parece importante el hecho de que opten por asistir a las salas de cine pudiendo acceder a los contenidos por otras vías: bajar las películas de Internet, piratearlas, alquilarlas, etc. Entendemos, por esto, que estamos ante una práctica con sentidos singulares y de carácter distintivo.

²⁴ SVAMPA, M., *Op. cit.*, pág. 154.

7.2.2. Hábitos de consumo cinematográfico

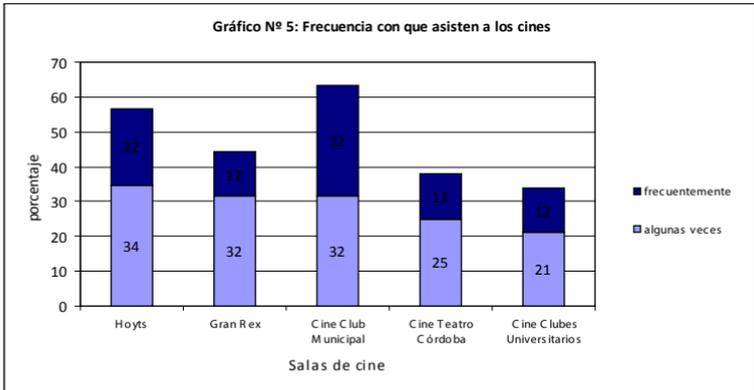
Describiremos primero algunas características generales de los hábitos y las prácticas de consumo explorados con la encuesta, para luego desagregar y cruzar variables con el objetivo de construir datos más precisos sobre nuestro tema de investigación.

La distribución de casos por asistencia al cine por mes es más o menos homogénea, con una leve tendencia hacia las opciones de menor frecuencia. El valor modal se ubica en el punto intermedio, de 2 veces por mes (con un 22%), al igual que en una vez por mes (Gráfico N° 4).



Las salas o espacios más visitados parecen ser, entre los cines “comerciales” (donde se exhibe fundamentalmente producción de Hollywood y la producción nacional más masiva): el Cine Gran Rex (al cual asiste frecuentemente un 12% de la muestra) y el complejo multisala Hoyts General Cinema -con emplazamiento en dos centros comerciales de la ciudad: el Nuevo Centro Shopping y el Patio Olmos (al cual asiste habitualmente un 22% de la muestra). Luego, según se observa en el Gráfico N°5, entre los espacios de cineclub aparecen el Cine Club Municipal (con un porcentaje de asistencia frecuente del 32%), el Cine Teatro Cór-

doxa (con 13%) y los cineclubes universitarios en general –del Pabellón Cepia, del Pabellón Argentina, etc.– (con 12%).



Un 42% de la muestra asistió en el último tiempo a exhibiciones gratuitas. Este dato resulta interesante en la medida en que, a partir de la asistencia frecuente a cineclubes ya establecida antes, el grupo de encuestados parece acceder a consumos culturales en espacios algunas veces exentos de “entrada” paga. Suponemos, desde ya, que la complejidad del acto de elección y consumo está marcado por una multidimensionalidad que incluye tanto los costos como los réditos simbólicos de dicha inversión.

En cuanto a la modalidad preferida de ver cine de los encuestados, el 79% elige verlo en sala. Le sigue un 19% en reproductores caseros y sólo un 1% respondió que prefería verla en Televisión. Entre los primeros, un 46% justificó su elección por la “calidad técnica de la imagen y el sonido en la sala”, un 13% a partir del carácter social de este tipo de actividad, del ambiente del cine y la “ritualidad de la salida”. Por último, un 16% argumentó la intensidad de la experiencia y la sensación, la “magia” del cine, etc.

Por otra parte, quienes privilegiaron el consumo en hogar, fundamentaron su elección en la “comodidad” en un 75% de las respuestas. En suma, llama la atención que no aparezca la

cuestión económica o del precio de las entradas y el alquiler entre ninguno de los grupos. Además, aunque priman los criterios “técnicos” de consumo (calidad), surgen algunos elementos vinculados a la elaboración del acto de “asistencia” al cine en tanto experiencia esencialmente social y cultural. Tal como sostiene García Canclini, “[...] ir al cine no es casi nunca el acto individual de sentarse ante un filme, sino una compleja interacción social, un paseo con amigos, familiares o la pareja, con rituales, que requiere condiciones físicas y comunicacionales placenteras”.²⁵

En cuanto a los géneros escogidos en la muestra,²⁶ en orden de importancia, en primer lugar fue elegido el “Cine arte” (34%) y el “Drama” (23%), en segundo lugar reaparece el “Drama” (16%) y el “Documental” (14%), y en tercer lugar aparece el “Cine político y social” (17%). Más allá de la existencia reconocida de algunos de estos géneros en la academia, la pregunta apuntaba a establecer algunos puntos nodales en torno a la percepción de los encuestados sobre sus propios consumos. Más allá de la presencia del drama, los otros géneros mencionados presentarían características de circulación y consumos restringidos, o bien, no-masivos. Difícilmente podamos pensar en una noción común entre los encuestados sobre lo que significa el “Cine arte”. Sin embargo, podríamos afirmar que implica una declaración generalizada en relación a un consumo “erudito”, “de calidad” o “raro”.

El 89% de la muestra declara que sabe qué película va a ver antes de asistir a la sala de cine, y a su vez, los factores que de manera más importante influyen en la decisión son la temática de la película (40%) y el director (31%).²⁷ La encuesta indica también que un 65% de la muestra realizó cursos de arte,

²⁵ GARCÍA CANCLINI, N., “Notas para posibles conclusiones”, GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994, pág. 337.

²⁶ Se preguntó dando lugar a tres opciones en orden jerarquizado.

²⁷ Esto resulta interesante respecto al formato de los multisala. La bibliografía indica que los asistentes, generalmente, decidirían qué película ver una vez que están en el complejo.

en general, y un 37% declara estudios específicamente cinematográficos: esto indica que nos encontramos ante un público formado en ciertas competencias artísticas. Gran parte de los cursos fueron realizados en el Cine Club Municipal (23%). En este sentido, los resultados son distintos a los planteados en la ya mencionada investigación de García Canclini y el público por nosotros encuestado no parece adaptarse tan estrictamente a estas nuevas estructuras del saber fílmico que postula el autor:

¿Cómo se forma el saber fílmico de los cinéfilos y los videófilos? Las encuestas revelan que, tanto la mayoría de los que acuden a salas de cine como quienes ven videos, desconocen los nombres de los directores. En las salas comerciales casi todo el público sale antes de que pasen los créditos; en los videoclubes, la agrupación de los filmes por géneros y la minúscula referencia a los directores en la ficha técnica, en contraste con el sobresaliente lugar de los actores y de escenas "intensas" en la portada (dramatismo, sexo o violencia), sugiere que no interesa a estos negocios ubicar las películas en la historia del cine, ni en relación con sus "autores".²⁸

El saber fílmico de los consumidores de nuestra investigación parece ubicarse más cercano al canon vinculado a la obra de "autor" y a mediaciones establecidas por la lectura de crítica cinematográfica (más allá de que no se trate de crítica "especializada"). Al preguntar por el modo a través del cual se enteran de las películas, surge en primer lugar el "comentario de un conocido" (33%), luego la lectura de críticas en un diario (26%). Por último, aparecen las lecturas de críticas en blogs especializados (10%), en revistas (7%) y en revistas especializadas (6%). Resulta significativo que el medio mencionado con mayor frecuencia sea el diario *La Voz del Interior* (12%), antes que un medio específico y académico como lo es *El Amante Cine* (4%). La mediación de la crítica parece tener un valor inferior al que podría esperarse en el tipo de público aquí abordado y en el tipo de filmografía cuyo consumo aquí se pretende analizar. Otro es el valor que adquiere el "medio social" para el establecimiento de la relevancia de determinados filmes. Sin embargo,

²⁸ GARCÍA CANCLINI, N., "Notas para posibles conclusiones", *Op. cit.*, págs. 333-334.

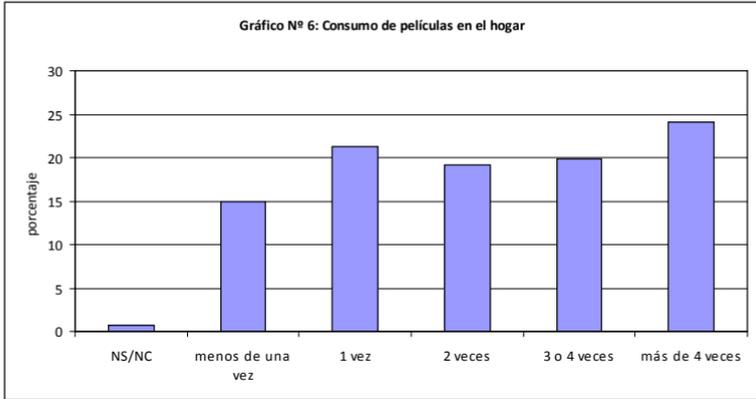
esto no evitará que las delimitaciones y los juicios en torno a determinadas obras, objetos o directores que el discurso de la crítica realiza sobre los filmes de una época, se cuelen más allá de la lectura directa del medio. Intentaremos observar esto cuando analicemos las entrevistas en profundidad.²⁹

Por otra parte, retomando lo antes planteado acerca de la realización de cursos en el Cine Club Municipal, debemos señalar que este espacio logra trascender el mero ámbito o actividad de exhibición, hacia el campo del préstamo de filmes para reproducción en el hogar, la formación de espectadores e incluso el establecimiento de un campo de socialización importante (nos referiremos concretamente a este aspecto en el Capítulo VIII).

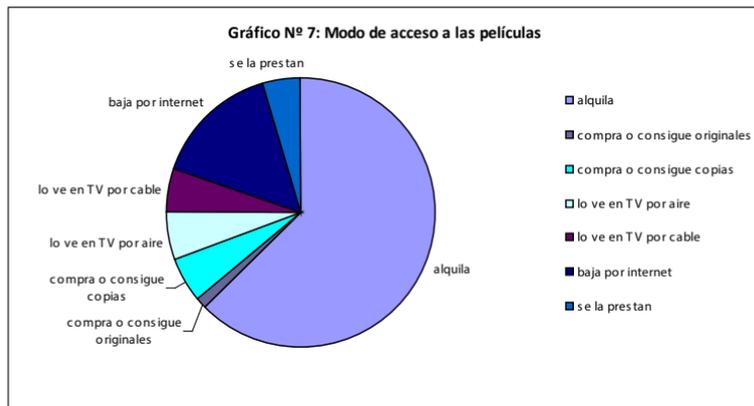
Por último, como se desprende del Gráfico N° 6, en cuanto al consumo de filmes en el hogar, encontramos que la frecuencia es bastante homogénea (como en la asistencia al cine) aunque con una tendencia hacia la opción de mayor asiduidad (4 veces por semana, con 24% de la muestra).³⁰

²⁹ Ver Capítulo 8.

³⁰ Este nivel de concurrencia es sensiblemente mayor a la media nacional. Tal como lo indican los informes de la Secretaría de Comunicación de la Nación, “El 34.6% de los argentinos ha concurrido al cine en los últimos tres meses. Este nivel de concurrencia crece en los sectores medios y altos de nuestra sociedad; entre los menores de 35 años y los que residen en la zona de AMBA y patagónica” (Fuente: *Consumos Culturales*, Sistema Nacional de Consumos Culturales, Secretaría de Medios de Comunicación, Jefatura de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires, 2004. Dirección URL: [http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=grupocultural&cid\[\]=1](http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=grupocultural&cid[]=1) [Consulta: 4 de abril de 2011])



La encuesta incluyó una pregunta por el modo en el cual se accedía a las películas vistas en el hogar. Tal como se observa en el Gráfico N°7, un 62% de la muestra eligió la opción de “alquilar”, seguida por “bajar de Internet” (15%). En este sentido, podría pensarse una cierta relativización de los análisis que plantean la radical transformación de las formas de consumo a partir de la digitalización y las nuevas tecnologías: si bien la práctica de consumo vía Internet es importante, la vitalidad de una práctica como la de alquilar parece sostener su vigencia. Hipotéticamente podemos identificar ciertos factores para este hecho: 1) la valoración técnica y simbólica de consumir filmes originales, con calidad de imagen y sonido digital, etc., y 2) el acceso a determinado tipo de film (restringido, “raro”) que no se encuentra disponible (o al menos no de manera masiva) en la red. De esta forma entendemos también el hecho de que aparezcan de manera recurrente algunos videoclubs vinculados a una disponibilidad de filmes clásicos o eruditos en las respuestas de la encuesta, tales como Video Club Córdoba, El Séptimo Arte (en barrio Alta Córdoba) y el mismo Cine Club Municipal.



7.2.3. Saber fílmico: el cine nacional y las películas de Adrián Caetano y Pablo Trapero

La pregunta sobre el acceso a cinematografía nacional arrojó algunos datos relevantes para definir un marco o contexto en el que anclar las prácticas de consumo y decodificación específicas que aquí trabajamos.

Un 85% de la muestra declaró ver habitualmente cine argentino. Esto probablemente refleje un efecto de la coyuntura que atraviesa el campo en la actualidad. El cine argentino en los últimos años no sólo ha logrado reconocimiento en los festivales internacionales de Europa, sino que también ganó, con el film de Juan José Campanella, *El secreto de sus ojos*, un premio de la academia. En clave similar podría leerse el fuerte espaldarazo otorgado por los medios masivos a *Carancho*, la última producción de Trapero, que comparte protagonista con el film ganador del Oscar (Ricardo Darín)³¹.

³¹ Pensando esto en un marco espacial y temporal mayores, encontramos que, según indican los datos de la Secretaría de Comunicación de la Nación, las dos películas elegidas como las mejores de los últimos tiempos (sobre una base de 2.900 encuestados) comparten este protagonista: *Nueve reinas* (2000) y *El hijo de la novia* (2001) (Fuente: Fuente: *Consumos Culturales, op. cit.*). Esta última, dirigida también por J. J. Campanella y nominada al Oscar, mientras que la primera fue dirigida por Fabian Bielinsky.

Al categorizar las respuestas que explican esta aceptación del cine nacional, si bien el 25% de los encuestados responde por "gusto", "interés", etc., el 22% de la muestra justifica su consumo en el carácter "nacional" de la producción e "idiosincrático" de nuestra cultura. Le siguen la "calidad técnica" (18%) y muy marginalmente la mención a los directores (6%), al compromiso con la realidad política (4%), y otros porcentajes menores.

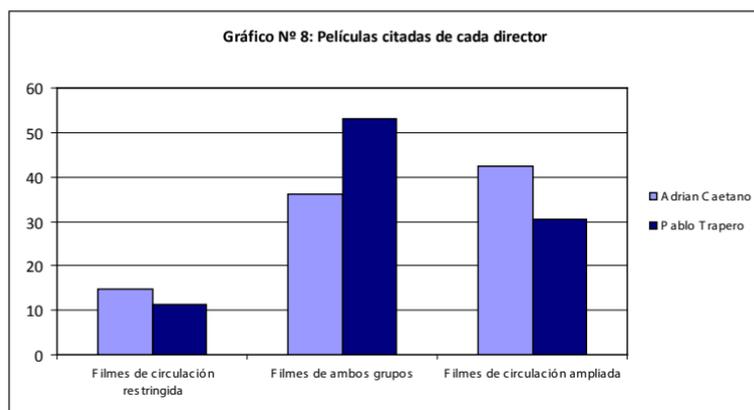
En cuanto al acto de visionado, los encuestados debieron responder (en dos lugares en orden de importancia) cuál era la modalidad en la que consumían específicamente el cine argentino: en el primer lugar colocaron la reproducción casera de material alquilado (35%) y el consumo en sala de cine (26%). En segundo lugar, mencionaron el consumo en sala de cine (40%) y la reproducción casera de material bajado de Internet (21%). En este sentido, parece que el visionado en espacios privados adquiere un lugar muy relevante al tratarse del consumo de cine nacional.

Resulta notorio, en el marco de lo establecido aquí, que al preguntar a los encuestados por las últimas películas consumidas, *El secreto de sus ojos* haya sido citada en el 39% de los casos y *Carancho* en un 32% de las encuestas (en un 19% de la muestra ambas películas coincidieron). Con menores porcentajes aparecen diversas películas de directores del nuevo cine argentino (19%). Esto marca un contexto filmico o un marco de prácticas de visionado cinematográfico en el cual se sitúan las preguntas por el corpus filmico definido para esta investigación. Sin duda, este "marco de referencia" reaparece en los discursos de los espectadores entrevistados, en la medida en que sirve muchas veces como contrapunto del tipo de cine y de producción (en el caso del filme de Campanella), o bien, de quiebre en cuanto a recorrido y trayectoria en el campo (en el caso del último filme de Trapero).

En cuanto a las formulaciones sobre los directores, las encuestas muestran una diferencia entre quienes conocen a Pablo Trapero (72%) y quienes conocen a Adrián Caetano (58%). Estas

preguntas se complementaron y cotejaron con otras dos que interrogaban sobre si se habían visto películas de estos directores y solicitaban sus nombres.

La primera indica una disminución del 6% y del 8% respectivamente entre quienes conocían a los directores y quienes vieron sus películas. Pero nos detendremos sobre la segunda de ellas. Las películas que se agruparon sobre todo en el “campo de producción restringida” (generalmente las primeras producciones de estos directores) y las que logran una circulación a nivel del “gran campo de producción” (las últimas o las de un “segundo momento” en sus trayectorias). En el primer grupo se incluyeron *Pizza, birra, faso* y *Bolivia*, por parte de Caetano, y *Mundo grúa, El bonaerense, Familia rodante* y *Nacido y criado*, por parte de Trapero. En el segundo grupo las películas incorporadas son *Un oso rojo, Crónica de una fuga* y *Francia*, por el lado de Caetano, y *Leonera* y *Carancho*, por el lado de Trapero. Tal como se observa en el Gráfico N°8, mientras que en las referidas a Caetano primaron las citas de películas de ambos grupos, en las referidas a Trapero primaron las citas del último período —especialmente *Carancho*, que fue difundido con un fuerte apoyo mediático—.



Estas alusiones hablarían, a nuestro entender, de dos cuestiones simultáneas: el consumo de los filmes de Caetano se habría

hecho en forma más continua o total (siguiendo la producción del "autor"), mientras que el consumo de filmes de Trapero ha sido más sensible a un contexto particular de la cinematografía argentina y al apoyo mediático y publicitario.

Respecto de la pregunta acerca de si se percibe algo en común entre estos directores, el 69% de las respuestas consideran que sí. Al indagar sobre ese "algo en común", las razones más recurrentes son las referidas al estilo, la estética y la forma de hacer cine (36%), y al realismo y tratamiento de problemas de la realidad social (33%). En este sentido, tanto la asociación con cierta "argentinidad" como el uso de la denominación "nuevo cine argentino" son marginales en las respuestas. Antes bien, resulta relevante la cuestión del "realismo" y el "tratamiento cinematográfico" o los problemas de representación que se mencionan. Este aspecto se indaga específicamente en el Capítulo VIII a través de técnicas cualitativas, profundizando el reconocimiento de indicios y la construcción de la representación anclada en "lo real" por parte de los espectadores.

7.2.4. Prácticas diferenciales

Hasta aquí hemos planteado algunos patrones generales de consumo observables en el público relevado. En adelante, desagregamos y mapearemos las prácticas de consumo en grupos por edad, sexo, nivel educativo, ingreso y zona de residencia, y describiremos el comportamiento en los casos en que estos factores resulten significativos para explicar la diferencialidad de dichas prácticas.

Si se toman las ocupaciones más representativas, encontramos diferencias sustanciales que atenderían al criterio antes señalado sobre la "inversión simbólica" específica de cada oficio o profesión: mientras que entre empleados de comercio y servicios el porcentaje de asistencia frecuente es de 17%, entre artistas asciende al 25%; entre estudiantes de nivel superior a 38%, y entre docentes e investigadores universitarios al 42%.

Con el caso de los ingresos se observa una relación entre capital económico y asistencia a salas que, aunque intuitiva, encuentra confirmación en los datos: entre quienes declaran ingresos de menos de \$2200 la asistencia frecuente es del 13%, mientras que entre quienes ganan \$2200 o más, el porcentaje asciende a 39%.

Por otra parte, distinguiendo en función del tipo de carreras, las orientadas en ciencias exactas, naturales y médicas presentan un porcentaje de asistencia frecuente del 25%, que aumenta entre las carreras de ciencias sociales y humanas al 29%, y entre las de orientación vinculada al diseño y las artes al 40%. En cierta forma, el modo de agrupación (si bien encuentra representación dispar en el público relevado, dado que los del primer grupo son un porcentaje menor en la muestra) señalaría vínculos de necesidad profesional diferenciales con los consumos culturales entre los estudiantes y profesionales de estos distintos campos.

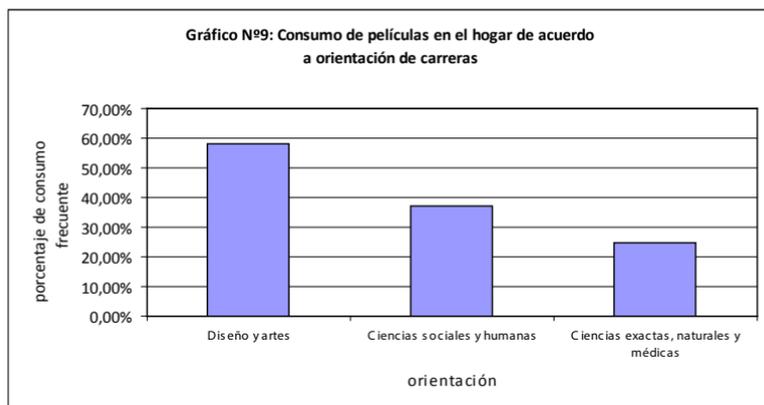
Referido a lo anterior, desagregando los datos por carreras, encontramos que hay algunas diferencias en cuanto al tipo de sala al que se asiste. Tomando como casos testigo los del Hoyts General Cinema (en tanto multisala) y el Cine Club Municipal Hugo del Carril (como el más representativo entre los cineclubes), se observa que si bien las tres carreras presentan asistencia “frecuente” similar el cine multisala (entre el 37 y el 40%), esto cambia al considerar la asistencia al Cine Club Municipal: los de Cine y TV lo hacen en un 22%, mientras que los de Letras Modernas y Comunicación en un 62% y 57% respectivamente. Esto implicaría distintas formas de posicionarse frente al consumo cinematográfico: un posicionamiento más vinculado al campo “profesional” (de quienes trabajan vinculados al cine), es decir, a un consumo de “todo tipo de cine” (tal como lo plantean algunos entrevistados), y otro más “restringido”, de “distinción” por su carácter “raro”.

Pasamos, ahora, a revisar las diferencias que podemos observar en el visionado de películas en el hogar, considerando los comportamientos diferenciales respecto del consumo frecuen-

te (correspondiente, en este caso, a 3 o más veces por semana). Tomando en cuenta los grupos de edad puede observarse una caída a partir del tramo de 35 a 40 años (cuyo consumo frecuente es de 11%). En suma, podemos decir que el consumo frecuente entre los encuestados de menos de 35 años es del 50%, mientras que el de 35 años o más es del 21%. Esto marcaría un tipo de relación particular con las tecnologías de reproducción tales como el DVD o la misma computadora. El análisis de esta manifestación presente excedería el abordaje del trabajo (como problema en sí), pero genera un marco a partir del cual podemos contextualizar el consumo que aquí interesa.

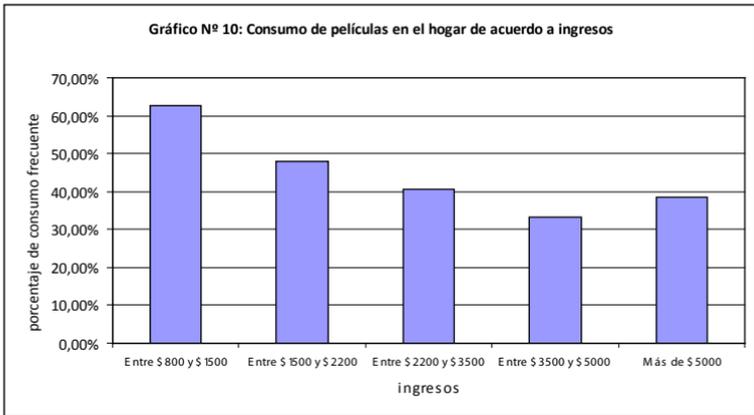
Si se consideran las carreras y su orientación se encuentran diferencias significativas. Tomando los tres grupos de carreras que antes definimos, los estudiantes de Cine y TV presentan un consumo frecuente del 66%, los de Letras Modernas de 54%, y los de Comunicación de 12%. Esto refiere, seguramente, a la complementariedad de este consumo con el de asistencia a sala y a un tipo particular de sala (cineclub o sala comercial).

Por otra parte, encontramos también que en las carreras de Ciencias Exactas, Naturales y Médicas, el 25% consume frecuentemente filmes en el hogar, el porcentaje asciende a 37% para los de Ciencias Sociales y Humanas, y a 58% para los de carreras de Arte y Diseño. Aquí sí la tendencia es clara de acuerdo a la pertinencia "profesional" del consumo cultural para la carrera. El Gráfico N°9 condensa esta diferencia.



Las diferencias en el caso de los grupos por ocupación parecen bastante menos pronunciadas que en la asistencia a sala: mientras que para empleados de comercio y servicio es de 39%, para docentes e investigadores universitarios es de 36%. En el caso de artistas el porcentaje cae a 25% (podemos pensar aquí en criterios de consumo que valoran el espacio y la experiencia de la expectación en sala), mientras que en el de estudiantes de nivel superior asciende a 53% (nuevamente, aquí entraría en juego la cuestión de la cercanía incluso generacional con las tecnologías de reproducción).

La desagregación de la muestra por grupos de ingreso marca una tendencia más o menos uniforme en el consumo de filmes en el hogar: el consumo frecuente disminuye a medida que aumenta el ingreso (tal como lo muestra el Gráfico N°10):



Al respecto, puede pensarse en las ya mencionadas estrategias diferenciales de acceso a los filmes (compra a vendedores ambulantes, copias pirateadas, bajar de Internet, etc.), pero también en las estructuras de valoración de las distintas formas de consumo. Esto pareciera indicar que en varias dimensiones es necesario pensar “en espejo” el consumo privado y el consumo en sala.

Por último, observamos ciertas diferencias, con la misma lógica de desagregación, que estructurarían saberes diferenciales con respecto a los directores y los filmes aquí analizados. En este sentido, marcamos algunas líneas o tendencias para pensar cierta composición interna de los públicos, teniendo en cuenta la tensión que antes mencionábamos entre público cineclubista y consumidores de las realizaciones de estos dos directores (Caetano y Trapero).

En el caso de la edad, ambos directores son conocidos por un porcentaje mayor entre los encuestados de 29 a 34 años de edad (en un 89% para Caetano y en un 100% para Trapero, a diferencia del 58% y el 73% generales). Más allá de otras franjas que elevan el porcentaje, seguramente esta es la que en su adolescencia-juventud vivió el momento de emergencia del nuevo cine argentino y de estos realizadores (y unos años des-

pués habrían tenido acceso a la transmisión de las series televisivas en las que participó Caetano como realizador).

El lugar de realización de la encuesta marca diferencias más significativas en algunos casos, probablemente a partir de la centralidad o no de la exhibición de estos directores en particular, y del nuevo cine argentino en general, en las carteleras de cada una de estas salas.

7.3. Resumen general del análisis

El objetivo de este capítulo fue caracterizar, de manera exploratoria, algunos espacios y sectores de consumo de las realizaciones de Trapero y Caetano. No se pretende con esto realizar diagnósticos generales de la población asistente a los cines o cineclubes de Córdoba. Teniendo en cuenta esto, se apunta a construir una aproximación que establezca un marco contextual en el cual anclar las prácticas de apropiación que constituyen el objeto de estudio de esta investigación. De ahí que destacamos los rasgos extraídos del trabajo de campo que resultan más relevantes a tal fin.

Las características de la muestra indican que el público analizado es fundamentalmente joven, sobre todo vinculado a sectores estudiantiles de nivel superior. Esto no sólo se aplica al público cineclubista (y fundamentalmente vinculado al Cine Club Municipal), sino también al que detenta un saber fílmico que da cuenta del corpus de películas aquí analizado: quiénes más respondieron respecto al conocimiento y la cita de directores fueron los encuestados entre 23 y 34 años (en general).

A estos atributos deberíamos agregar: primacía de residencia en zona céntrica o barrios aledaños; ingresos medios o medios altos de los jefes de hogar (\$2200 o más), tendencia a un alto nivel educativo (o, al menos, de acceso masivo a educación superior) y fuerte equipamiento tecnológico para el acto de “visionado” de cine en el hogar. En este sentido, podría hablarse

de una juventud de sectores medios, con un vínculo fuerte con el campo cultural (más específicamente académico o universitario). Esto se refuerza con el dato de que, como ocupaciones más representativas, aparecen la de estudiante de nivel superior, pero también artista y docente o investigador universitario. Se suma a esto la fuerte presencia de carreras de Ciencias Sociales o Humanas y de Arte y Diseño (suman entre ambas 93% de la muestra) en donde el consumo cultural y el capital que éste conlleva se instalan bienes centrales en la disputa en el campo.

Los encuestados asisten de manera frecuente al cine (más del 30% de la muestra lo hace 3 o más veces por mes), y su preferencia por el consumo en sala se justifica en la "calidad técnica", tanto como en la "experiencia social" que implica la "salida al cine". De algún modo, la asistencia a sala muestra prácticas más diferenciadas que el consumo en hogar, mientras que este último se presenta como una actividad más transversal a todos los grupos (salvo en cuanto a diferencias entre las distintas carreras y los desiguales ingresos). En última instancia esto confirma ciertas intuiciones que hicieron que la muestra definiera como lugar de aplicación del instrumento la puerta de los cineclubes, y por otra parte, abre el interrogante sobre los diferentes usos y estrategias que debieran indagarse respecto del consumo en hogar.

La elección de géneros hace pie no sólo en géneros convencionales (como el Drama) sino también en géneros "cultos" o de consumo restringido (como el Cine Arte). La muestra relevada parece constituirse como un público formado artística y cinematográficamente en cursos y talleres (dimensión en la que el Cine Club Municipal juega un rol central).

De la muestra se desprende una valoración particular por el cine nacional, justificándose tanto en el "gusto" como en la "nacionalidad" de su origen. Este dato se relaciona directamente con el momento coyuntural de auge del cine nacional y se corrobora en cierta medida con la aparición fuerte de dos películas entre las vistas por los encuestados en el último tiempo: *El secreto de*

sus ojos y Carancho. En este sentido, teniendo en cuenta que esta valoración ha atravesado a la muestra en general, debiera pensarse en desentrañar las distintas “sensibilidades” a las cuales se apela para construir la valoración: los diferentes saberes y estructuras en los cuales se apoya el cine nacional masivo o establecido como “dominante” hasta mediados de la década del noventa, por un lado, y el de producción/circulación más anclada en el campo de producción cultural restringida (como el nuevo cine argentino), por otro.

El conocimiento de Trapero y Caetano es importante en los encuestados (porcentajes superiores a la mitad de la muestra), y la cita de sus películas (como parte de este conocimiento) manifiesta cierta tendencia hacia partes de la obra de Trapero (la última), y hacia la totalidad de las películas realizadas en el caso de Caetano. Por último, si tomamos los datos en forma desagregada, encontramos que el conocimiento de los directores aumenta entre las franjas de edad entre 29 y 34 años, como así también aumentan las citas de filmes de circulación más restringida (coincidencia de la juventud de los encuestados con el momento de emergencia de Trapero y Caetano en el campo). También crecen las citas y el reconocimiento de los autores entre los sectores con ingresos medios (entre \$2200 y \$3500 encontramos los valores modales), los sectores con algún tipo de acceso a educación superior y entre los de carreras específicas del medio (como Cine y TV o Comunicación).

CAPÍTULO 8
ESTRUCTURAS DE PERCEPCIÓN
SOBRE LO POPULAR:
La construcción de sentido en el
consumo de filmes

Los procesos de significación toman cuerpo de manera compleja, a partir de una serie de encuentros y mediaciones entre la textualidad producida y las estructuras y trayectorias de los consumidores. Indagamos, entonces, sobre las interpretaciones y las producciones de sentido de los espectadores de los filmes de Caetano y Trapero como una manera de desentrañar este momento en que las prácticas de apropiación producen (por segunda vez) los filmes, reinsertos de esta manera en matrices culturales con historias, recursos y modalidades de uso diferentes.

Al respecto, teniendo en cuenta que el objeto de interés específico es la apropiación de la imagen de lo popular, este capítulo apunta, en última instancia, a identificar los elementos y las relaciones de los *habitus de clase* que establecen mediaciones entre estas imágenes en los filmes trabajados, y las trayectorias y posiciones en base a las cuales los espectadores se las apropiaron y producen nuevos sentidos.

Pero además, la recolección de datos cualitativos a través de entrevistas en profundidad permitió ahondar algunas de las líneas de indagación abiertas a partir del relevamiento con encuestas en cineclubes. De esta manera, aparecieron diferentes configuraciones teniendo en cuenta las trayectorias familiares, de la acumulación y tipo de capital cultural puesto en juego y las diferentes significaciones producidas por los entrevistados no sólo en torno a las historias de los filmes en un sentido diegético, sino también en torno al nuevo cine argentino y al arte en general, es decir, alrededor de un marco de comprensión más amplio en el cual se anclan dichas prácticas de apropiación.

Con estos fines, organizamos el capítulo en tres apartados. El primero aporta un contexto de interpretación general vinculado a las concepciones sobre el arte, el cine y el nuevo cine argentino que los entrevistados pusieron en juego en sus discursos. El segundo describe algunos elementos que atraviesan en forma general las percepciones sobre los filmes trabajados. El tercero se orienta a vincular la forma de narrar lo popular en estos filmes y las representaciones sobre la propia posición de

los espectadores en el espacio social y sobre las demás posiciones de dicho espacio —es decir, sus habitus de clase—.

Antes de proseguir, y para mejorar la comprensión de la exposición, elaboramos una tabla que plantea brevemente la trayectoria de cada uno de los entrevistados y el contacto que establecimos con los mismos, así como también describe el grupo focal con el cual trabajamos (Ver Tabla 5).

8.1. Marco global de comprensión de las prácticas de apropiación

8.1.1. El arte

En sus discursos, muchos de los entrevistados se detuvieron por momentos a definir sus concepciones sobre lo que debe ser el sentido y la función del arte. Si bien no es elemento específico de indagación de nuestra investigación, tener en cuenta estos datos sirve para comprender algunos supuestos empleados en la definición más específica del nuevo cine argentino y del cine de Caetano y Traperó en particular.

Las formas de nombrar sus propios consumos para los entrevistados se fundan en el establecimiento de límites entre lo artístico y el placer inmediato, o bien, entre el arte y el entretenimiento. Es por esto que, en oposición a lo que aparece mencionado como “la industria” o “lo comercial”, en quienes cuentan con trayectorias cinéfilas formadas académicamente, el arte se asocia muchas veces a la “imaginación”, la “convulsión de lo dado”, la “desnaturalización”, la “creatividad”, e incluso a la “emancipación perceptual”. Nótese que no hay mención necesaria al sentido propiamente social de las producciones simbólicas, sino más bien a las nociones de autonomía y de crítica asociadas al mundo del arte.

De esta manera, la anécdota de una de las entrevistas (aludiendo a si poseía formación académica en cine) ejemplifica una manera de pensar vinculada a la idea —tantas veces nombrada por Bourdieu— del “arte por el arte”¹ como esfera autónoma, en donde el desconocimiento del carácter social de la formación de las competencias necesarias para dicho campo funciona como un elemento de legitimación y naturalización de los propios recursos de distinción.

JA: —Bueno ya que te lo mencioné te digo por qué lo traigo a colación a Jorge García, él es parte del Staff de la revista *El amante*, la revista lanzó hace unos años una escuela de crítica cinematográfica y casualmente Jorge García se negó a ser uno de los docentes de esa escuela, [...] independientemente que él podía valorar como una idea positiva en un sentido el hecho de impulsar a los jóvenes a volcarse a la crítica, a la comprensión del fenómeno audiovisual y volcarse en el cine y poder hacer valoraciones y análisis a través de la palabra escrita, pero al margen de eso, él decía que para él la cinefilia, el conocimiento, la capacidad crítica de análisis, él consideraba que eran procedimientos y herramientas intransferibles, digamos que no se pueden enseñar, entonces a partir de esa idea es que él decide no aceptar el ofrecimiento para ser docente en la escuela de cine de *El Amante*.

Como comenzamos a observar en otros aspectos, este reclamo de cierta autonomía para la representación artística produce

¹ Bourdieu sostiene que “Este arte por el arte es, en efecto, un arte para el artista o, mejor, para los artistas, ya que en lo sucesivo la obra de arte y el artista recibirán su función de la estructura del campo intelectual, en tanto sistema de relaciones entre posiciones sociales a las cuales están asociadas posiciones intelectuales” (BOURDIEU, P., “Consumo cultural”, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pág. 71). Si bien este autor reconoce que el desarrollo de una capa de críticos especializados y autorizados en su capacidad nominativa es central para la autonomización del campo artístico, también señala cómo la naturalización de la distinción (la negación del aprendizaje academizado) a partir de concepciones que asocian las categorías de análisis y las competencias propiamente artísticas a categorías a priori y a capacidades innatas, cumple la función de ocultar el origen social de las diferencias y, en este sentido, legitimarlas. En otras palabras, el silencio sobre las condiciones sociales de las competencias culturales es un “silencio interesado”, ya que legitima el “privilegio social” de dichas competencias (BOURDIEU, P., “Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística”, *Op. cit.*, pág. 90).

sentidos de apropiación y consumo que establecen una escisión marcada entre lo cotidiano y lo artístico.

8.1.2. Qué es el “nuevo cine argentino”

La inclusión de ambos directores (Caetano y Trapero) en la corriente denominada nuevo cine argentino recorrió, como un supuesto incuestionado, la gran mayoría de las entrevistas, si bien muchas de ellas reconocieron la heterogeneidad que envuelve dicha denominación, incluso identificando diferencias entre Caetano y Trapero mismos. Más allá de esto, la identificación resulta relevante en la medida en que las primeras lecturas planteadas en torno a los filmes de nuestro corpus de análisis trasladan las características generales del movimiento a estas producciones audiovisuales en particular.

En primera instancia, el nuevo cine argentino aparece vinculado a la idea de autonomía y de “apertura de sentidos” a la que se hacía referencia anteriormente. A partir de esto, más allá del compromiso de este movimiento con los “problemas sociales” y de la formación de cierta “conciencia política” que se le atribuye, muchos de estos entrevistados (fundamentalmente los más jóvenes) sostienen que estos directores “no bajan línea”, que producen un arte más bien “contemplativo”, y que tienden justamente a la desnaturalización.

JOR: —Estamos acostumbrados a que nos expliquen las cosas en supremacía, a que nos den la fruta masticada, si se quiere.

GA: —Aha... ¿Y el nuevo cine argentino te da la fruta sin masticar?

JOR: —Yo creo que sí. No solamente cine argentino, obviamente, pero... pero sí, yo creo que sí. En realidad yo creo que es ese... como te hablaba, la ampliación de los sentidos, de la ampliación del imaginario, tiene que ver con eso.

Más allá de esto, los entrevistados observan un viraje de las trayectorias de los directores, ya sea a consumo más “snobista”, o bien a una cabida más “comercial”, y por lo tanto, a un detrimento del carácter crítico social de sus discursos. Aún

así, los sentidos que se asocian a este primer momento de la producción filmica del nuevo cine argentino se construyen fundamentalmente en relación de antagonismo con otras formas culturales.

Cuando se le reconoce un carácter representativo de "lo nacional" o de "nuestra cultura", ello tiene que ver con una ruptura introducida con respecto a las estructuras filmicas propiamente hollywoodenses. Esto radica no solamente en las temáticas y la referencialidad de las historias, sino sobre todo en la manera de filmarlas. Pareciera que la narración es un elemento de distinción claro entre aquello auténticamente nacional y aquello vinculado a la cultura globalizada de Hollywood. Incluso al interior de las mismas películas de Trapero y Caetano, la narración sirve a los efectos de establecer fronteras:

PA: —Pero es lo que más me gustó de la peli. Esa pibita. Y... Caetano es más de género. Me parece... me parece a mí que Trapero. Porque ha hecho *Un oso rojo*, *Crónica de una fuga*, y más allá de que algo muy nuestro, la temática, lo que ocurrió acá... cómo lo narra, la parte de la huida, es muy estadounidense. Se nota que al tipo le encantan las pelis estadounidenses, las pelis de género, y las ha estudiado, me parece a mí. Cómo hacer que esa huida sea muy emocionante, más allá del horror que vivimos antes, es decir "Bueno, (golpe en la mesa) huyamos". Y en la huida como que toma algo de acción. No te digo que la peli ya no es como antes, pero como que toma otro giro, como que es así más... pasa a ser más universal, me parece...

En este sentido, el viraje antes mencionado hacia una aceptación (o bien, hacia una cooptación) por parte de la industria cultural es interpretado entre los entrevistados a partir de la incorporación de elementos de género que permiten un reconocimiento mayor en el público extranjero acostumbrado al ritmo y al tiempo de las películas estadounidenses.

Por otra parte, algunos entrevistados (como Javier o María) definen el nuevo cine argentino estableciendo fronteras al interior del propio cine nacional. Trapero, Caetano, Martel, Rejtman, Burman, etc., se insertan en un "conjunto de directores y de obras" que establecieron una fuerte ruptura con el devenir del

cine argentino: respecto de su orientación “testimonial”, “solemne”, pero también del costumbrismo del “Negro Olmedo” y la “gilada de la televisión menemista”, las películas de Francella, “lo comercial y trillado” de producciones de Polka, etc.

Uno de los principales antagonistas del nuevo cine argentino que aparece en las entrevistas es la figura de Juan José Campanella. Entre los espectadores de trayectorias cinéfilas más académicas, se manifiesta crispación respecto de un director que, con cierta maestría técnica, orienta sus producciones hacia el “éxito comercial”, hacia la complacencia de la industria y, fundamentalmente, hacia una imperdonable subestimación de los espectadores. En este sentido, mientras que se valora, en cierta forma, el uso que Caetano realiza de los géneros cinematográficos (por ejemplo, del western en *Un oso rojo*), y por lo tanto, de la puesta en juego del saber fílmico con el que deben contar los espectadores para degustar estéticamente el filme, se utiliza de contrapunto la figura de Campanella, que usa aquel saber fílmico -lo que el espectador puede intuir a partir de su acervo de consumos previos- para satisfacerlo y generar su inmediato placer o gusto. En este mismo sentido, el director ganador del Oscar en el año 2010 es despojado del carácter “nacional” atribuido a Caetano y Trapero, justamente, por las elecciones al momento de contar las historias de sus películas.

JOR: —Vos sabés que es raro cuando te ponés a ver, para mí, las pelis de, qué se yo, de Campanella, ponele. Que es un tipo que yo respeto muchísimo, ¿eh? Y que me parece que... no, que sí... que logra hacer trabajos que no, que definitivamente no son populares, pero que sí son accesibles a un nivel masivo, y... no me gustaría decir de calidad, pero sí con una cualidad internacional, digamos. Entonces vos tenés, de repente, pelis como *El hijo de la novia*, como *Luna de Avellaneda* o como esta... *El secreto de sus ojos*, que formalmente son impecables... porque son una peli de Hollywood, porque el loco labura en Hollywood o sea que tiene con qué. Y que... y que plantea, de cierta forma, o intenta plantear cierta idiosincrasia de la sociedad argentina, pero para mí, o para mi manera de verlo, desde un lenguaje, desde una óptica, digamos, desde una cámara... tan yanki... desde una forma de ver las cosas, tan apegada,

a cómo ve las cosas el cine internacional, el cine industrial de Hollywood, que para mí le termina quitando valor. Y con lo buenas que son sus películas. Como te digo, yo lo respeto, y disfruto viéndolas. Pero... pero el loco, me parece a mí, digamos, confunde también él, quizás, procedimiento con lenguaje, digamos... la calidad, con el contenido. Entonces te termina poniendo personajes que son yankis, loco, que vienen a Argentina y son hinchas de Independiente, ¿me entendés? Y tienen un restorán en... en qué se yo, en Berazategui, pero son personajes sacados de Droopy... entonces, qué se yo, incluso en la manera de dirigirlos, en la manera de actuar, en la propuesta estética desde lo actoral, desde el arte, del vestuario, son construcciones ajenas. Y obviamente, paradójicamente, pero... identificándose mucho más con esto que con la propuesta del nuevo cine argentino. La termina entendiendo más...

Por último, la narración sobre el origen del nuevo cine argentino como movimiento cinematográfico aparece como un dato relevante en la medida en que muestra cómo el uso del capital cultural en la decodificación de la película en tanto textualidad fílmica, pero también en tanto bien cultural, se ve atravesado y configurado por las distintas trayectorias de los consumidores. Uno de los entrevistados, por ejemplo, planteaba no reconocer películas como *Pizza*, *birra*, *faso* como parte del cine contemporáneo, debido a la "baja calidad técnica de sus imágenes". Contra una lectura más centrada en el contenido sociohistórico de los filmes, la técnica, en estos casos, parece ejercer una influencia determinante para la periodización (y la comprensión histórica) del fenómeno.

Otra de las entrevistadas, militante del Partido Obrero, ubica al nuevo cine argentino como emergente del denominado "Argentinazo"² del año 2001. En este sentido, la inteligibilidad de

² El Partido Obrero es una organización partidario-política de orientación troskista, con cierta inserción en las carreras universitarias de humanidades y ciencias sociales. Forma parte de los sectores políticos que reclaman para sí una importante participación en las movilizaciones que se generaron en torno a la crisis orgánica nacional del año 2001, que terminan con un saldo de más de treinta muertos por la represión policial ordenada por el entonces ministro del interior, Ramón Mestre, y con la renuncia del presidente de la nación, Fernando De la Rúa. Cabe aclarar que el ingreso de la entrevistada en la organización data del año 2003, en una marcha con el motivo de conmemorar la muerte de dos militantes piqueteros en el año 2002 bajo la presidencia de Eduardo Duhalde.

una lectura de los filmes más focalizada en el retrato de los problemas y los conflictos sociopolíticos de la época, se constituye a partir de una periodización fílmica supeditada a la periodización macropolítica, propia de la organización en donde la entrevistada (María) milita, y que identifica el surgimiento de la filmografía de Caetano y Trapero con la cúspide de la conflictividad social con origen en los años noventa.

MA: —Pero sí, me parece que el cine argentino... yo te remarco en el 2001 porque me parece que hizo como una vuelta de tuerca, ¿no? No se estaban produciendo cosas así en la década del noventa, pasó lo del “Argentinazo” y hasta el día de hoy está marcado fuertemente toda una juventud bastante politizada... que eso en términos cinematográficos se expresó.

Otro caso es el de la narración de los orígenes del nuevo cine argentino vinculada a una “necesidad” específicamente de realización.

JOR: —El nuevo cine argentino surge a partir de una necesidad, así. A partir de una necesidad y de múltiples limitaciones, a la vez. Eran unos locos estudiantes de cine que en los noventa no tenían una moneda y dijeron, “Bueno, queremos hacer cine igual”. Entonces, de repente, agarraban, y salían con una cámara, y... y por eso, como decías vos con eso, más que una búsqueda del objeto fue un encuentro con el objeto. Los locos... actuaban con actores no profesionales pero porque no podían pagar actores profesionales entonces le pedían a sus tíos, a sus abuelos que actúen.

La historia llama la atención en un sentido fundamental: si bien la narración coincide con la interpretación establecida por cierta parte de la crítica especializada (fundamentalmente, de los críticos de *El Amante Cine*), los entrevistados muchas veces no reconocen la lectura de revistas de crítica, aunque sancionen a estos filmes con las mismas categorías que el discurso de la crítica: “compromiso con los problemas sociales”, “no hay bajada de línea”, “surgen en la independencia como producto de la necesidad y del deseo de filmar”, etc. Estas diferencias comienzan a mostrar que más allá de unos niveles más o menos homogéneos de acumulación de capital cultural, unas trayectorias más vinculadas a la especificidad del campo cinematográfi-

co, y otras que se vinculan con este campo desde las categorías y matrices de otros campos (como el político), ponen en juego interpretaciones diferenciales de los fenómenos. Luego veremos cómo esto influye en la interpretación de las historias de los filmes.

8.1.3. Familia y hábitos cinematográficos

Como ya lo señalaran algunos de los autores de los estudios culturales británicos, el consumo de medios audiovisuales no puede comprenderse por fuera del contexto cotidiano en el que tiene lugar. Las relaciones de poder entre géneros y generaciones configuran las diversas modalidades de visionado de televisión y de recepción de medios en general.³

Allí donde esperábamos encontrar una influencia mayor del medio social de instituciones de socialización secundaria (como la escuela, el grupo de amigos, etc.), la familia apareció como el espacio privilegiado en el cual se formaron el hábito y las herramientas a partir de las cuales se accede a este tipo de cine.

Las estructuras se repitieron más o menos homogéneamente: “en mi casa no había televisor”, “la salida al cine era una salida importante”, “veíamos cine argentino por canal SPACE o ATC los sábados y domingos a la tarde”, etc.

LU: —Capaz que un nombre es un destino, aparte que en mi casa se veía cine, que yo recuerde, cine clásico, italiano, así ¿viste? Mis viejos sin ser cinéfilos, de decirse a ellos mismos cinéfilos, sin estar en la *creme*, así ¿no? Tranqui, en mi casa siempre había películas. No sé, he visto cosas en el cine que me han impactado mucho así, no sé, yo era chica y vi *Tiempo de gitanos*, *La casa de los espíritus* y vi cosas fuertes digamos como...

A esto deberíamos sumarle el caso de uno de los entrevistados, hijo de una trabajadora del Cine Club Municipal Hugo del Carril; otro, hermano de un realizador; y el de otros dos, hijos de aca-

³ La idea planteada por Silverstone en torno a la televisión ocupando el lugar de “objeto transicional” refuerza la noción de esta inserción del consumo de medios en el seno de la realidad familiar (SILVERSTONE, R., *Op. cit.*, pág. 34).

démicos vinculados al campo de la comunicación. Uno de estos padres (el de Pablo) había realizado investigaciones específicamente sobre el nuevo cine argentino.

De esta forma, el hogar aparece como un lugar fuerte de formación y acumulación de capital cultural incorporado (muchas veces las publicaciones de la crítica estaban disponibles en el hogar mismo), lo cual contribuye a reforzar la idea de los entrevistados acerca de que la cinefilia no es tanto algo que “se aprenda” (socialmente, en instituciones educativas), como algo que “se trae” ya como vocación, oficio y obsesión.

8.1.4. Capital Cultural y Capital Cinematográfico

La indagación sobre la lectura de crítica cinematográfica generó en algunas entrevistas (Javier, José, Pablo) la mención de *El Amante Cine* como referencia obligatoria. En muchas otras, se negó de plano la lectura de crítica, atendiendo más bien a las recomendaciones del medio social en el cual se movían (amigos, conocidos, referentes). Sin embargo, entre las interpretaciones de los filmes hechos por unos y otros, surgieron pocas diferencias basadas en este elemento. Teniendo en cuenta lo planteado acerca de la baja influencia de la lectura de crítica en la elección de películas (en el capítulo que analiza los aspectos estructurales del consumo), podemos pensar que el poder simbólico de este agente en el campo no sólo se establece a partir de la lectura directa de sus publicaciones, sino también a partir de la imposición de nominaciones y problemas de discusión que circulan en el medio cinematográfico. Decimos esto basados también en que muchas de estas entrevistas confirman la idea de que algunos cineclubes (fundamentalmente el Cine Club Municipal Hugo del Carril) trascienden la actividad de exhibición, y se constituyen como un importante espacio de sociabilidad para ciertas fracciones de los sectores medios. Este dato que vimos emerger en el relevamiento a partir de encuestas, que indicaba no sólo la ritualidad social del momento de asistir a las salas de cine, sino también la importante actividad formativa y laboral de esta institución, se confirma en el discurso de

algunos de los entrevistados, fundamentalmente entre los más jóvenes (José, Jorge, Valentina, Pablo).

JOR: —Y bueno, así me empezó a ver muchas películas, muchas películas, muchas películas... después se abrió este espacio del cineclub, que como mi vieja se metió acá, para mí desde chico fue siempre medio una casa... y yo creo que el Cineclub Municipal también [...] (interrupción). No, te decía que el cineclub también fue para mí algo importante para la generación esta, porque me parece que es como uno de los pocos espacios que... en el marco, digamos, de la generación de los noventa, dos mil, pudo convertir a la cultura en algo cool. Y... que es algo de lo que tiene el cine argentino también, me parece. A nivel de su poética, no sé... y que lo hace importante a nivel de su recepción, ¿no? De masividad...

La apreciación del capital cultural puesto en juego en la decodificación de las películas se expresa de manera particular en las entrevistas. Más allá de la titulación, los entrevistados con una formación académica en cine ponen de manifiesto el manejo y el reconocimiento de filiaciones y clasificaciones (capital incorporado en forma de habitus) de los directores del nuevo cine argentino en las corrientes y escuelas de la historia del cine, clásico y nacional (se menciona la *nouvelle vague*, el primer nuevo cine argentino, el neorrealismo italiano, Eisenstein, Hitchcock, etc.).⁴

En algunos casos, estos entrevistados demuestran también el reconocimiento del uso de elementos técnicos cinematográficos para fundamentar sus afirmaciones: incluyen en sus relatos la angulación de los planos, la forma de registro, la política de selección de actores no profesionales, etc.

Ahora bien, la diferencia entre la acumulación de capital específicamente cinematográfico y capital cultural más global se puso de manifiesto en un momento particular del Grupo Focal. Durante la discusión sobre *Pizza, birra, faso*, uno de los parti-

⁴ "La competencia artística se define pues, como el conocimiento previo de los principios de división propiamente artísticos que permiten ubicar una representación, por la clasificación de las indicaciones estilísticas que contiene, entre las posibilidades de representación que constituyen el universo de los objetos cotidianos (o, más precisamente, de los utensilios) o el universo de los signos [...]" (BOURDIEU, P., "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística", *Op. cit.*, pág. 72)

cipantes interpretó la escena en la que los protagonistas miran televisión como un reflejo de la forma en la que los ladrones de bancos se inspiran para planear “buenos golpes” en la vida real. Otro participante (estudiante avanzado de Cine y Televisión) manifestó su desacuerdo, debido a que identificó la película vista por los personajes: *Tarde de perros*, un filme que, justamente, narra un intento fallido de robo. En este caso, la formación y el capital académico cinematográfico diferencial de los participantes llevaron a reconocimientos desiguales de citas intertextuales y, por lo tanto, a interpretaciones diferenciales de la historia. Veremos luego cómo se manifiesta esto en lo referido a la imagen de lo popular, en el cruce con las diversas trayectorias de los entrevistados.

Respecto a las diferencias de composición del capital cultural (propiamente cinematográfico o más general) de los entrevistados, aparece un dato significativo (que también había aparecido en las encuestas). Mientras que quienes poseen formación académica específica en cine reconocen practicar un consumo y un visionado cinematográfico integral (afirman permanentemente el hecho de que “ven todo tipo de cine”), los que no poseen este tipo de capital sostienen un consumo más bien restringido o selectivo. Esto plantea la entrevistada con militancia en el Partido Obrero y en Ojo Obrero. Este último colectivo disputa incluso a nivel del INCAA las políticas de distribución de recursos para la realización. Con esta trayectoria, la entrevistada sostiene que

MA: —De Leonardo Favio me gusta por ejemplo mucho la ficción. La cuestión simbólica y toda esa historia. Y hoy en día, ¿qué estaba viendo? No sé, me engancho con cosas así como *Hellboy 2*, nada que ver... o sea... yo no tengo filtro en esas cosas. O sea, no tengo mayores problemas, pero... me gusta mucho la fotografía en las películas, por ejemplo, me encanta el cine japonés... Akira Kurosawa... me parece que ellos tienen otra forma de realizar, que está buenísima en términos visuales.

Por un lado, esto llama la atención en la medida en que la anterior definición del nuevo cine argentino en oposición al cine

comercial (por ejemplo, de Campanella), no impide el reconocimiento de otros realizadores del ámbito masivo: figuras como Cristhopher Nohlan, a nivel internacional, o Damián Szifron, a nivel nacional. En este sentido, la categoría de "lo comercial" no parece ser un límite tan definido en cuanto a lo consumible, lo aceptable y lo admirable para los entrevistados. Más bien, la aceptabilidad de las realizaciones se va debatiendo en casos singulares, y lo que en un caso puede ser condenable (Campanella), puede en otro ser valorable (el manejo del género en Caetano, o la articulación de realismo y género en Szifron). Además, la afirmación de ver "todo tipo de cine" oculta a su vez la exclusión de algunos tipos de cine (las películas protagonizadas por Guillermo Francella, por ejemplo), y muestra, en cierta forma, que incluso los consumidores de la filmografía propia del campo de consumo restringido (como lo es la del nuevo cine argentino), refuerzan muchas veces con sus prácticas los criterios y las lógicas del campo y de la industria a nivel de "institución" (la realización cinematográfica legítima, muy por encima de la distinción entre lo autónomo o lo comercial). Además, lo que pone en evidencia este tipo de discursos (como el de María) es la articulación de prácticas y trayectorias divergentes (la militante, por un lado, la cinéfila por otro) que se resuelven en consumos e interpretaciones que no requieren de una coherencia global demasiado marcada.

Por otra parte, puede pensarse que la diferencia planteada en torno a ver "todo tipo de cine", o bien, sólo "cine arte", "cine independiente", "cine francés", "el cine de Francois Ozon", etc., reside en la primacía de una lógica profesional en el consumo de los primeros (algo que se fomenta bastante en la Escuela de Cine y Televisión), y en la primacía de una lógica específica de distinción en el consumo de los segundos (ver cine "raro", que "no le gusta a la gente de mi edad, a mi grupo de amigos, a mi medio social").⁵

⁵ Si bien nuestra indagación, tal como aclaramos en capítulos anteriores, se basa más en la dimensión de la interpretación que en la del uso, estos datos -referidos a los usos sociales del consumo- no dejan de ser significativos y señalan posibles líneas de indagación futuras.

Este es el contexto de concepciones, discursos y significaciones que, entendemos, enmarca las apropiaciones y producciones de sentido singulares en torno a los filmes aquí trabajados. A partir de esto, exponemos una serie de ejes y dimensiones de apreciación y percepción que, a la vez, atraviesan los distintos discursos y marcan orientaciones distintas en la decodificación de los textos fílmicos.

8.2. Ejes de apropiación general

8.2.1. Percepción en clave “realista”

Como ya planteamos en capítulos anteriores, el anclaje de los signos y las imágenes en efectos de realidad y la fuerte referencialidad a los problemas de la “realidad social” que apareció en el relevamiento por medio de encuestas, ocupa un lugar central en el consumo de estos filmes. Profundizamos esta emergencia fundamentalmente para indagar sobre los cruces que observamos entre los sentidos asociados al realismo, y los sentidos asociados a lo popular.

Las distintas calificaciones que aluden a la idea de realismo en los filmes de Caetano y Trapero aparecen transversalmente en todas las entrevistas: “autenticidad”, “verosimilitud”, “verismo”, y una serie de signos indiciales reconocidos por los espectadores, aportan a esta idea. A partir de esta percepción común aparecen asociaciones diversas sobre el anclaje en la realidad.

Javier, por ejemplo, asocia el realismo de Caetano y Trapero con la idea de “un cine que sale a la calle”. Entre los entrevistados con trayectoria cinéfila más formada, él asocia los efectos de realidad a formas o condiciones de realización (asocia la realidad a un formato de registro y de producción del discurso). Más allá de esto, la noción de que la realidad está “afuera”, “en la calle”, parece significativa en la medida en que se rela-

ciona directamente con el lugar de lo público, donde ocurren los conflictos sociales.

JA: —Y de alguna manera la película esta de Caetano y Stagnaro fue realmente un acontecimiento impactante, conmovedor porque bueno, fue un cine que destilaba mucho verismo ¿no? Un cine que sale a la calle y en ese momento pone de manifiesto en imágenes muy crudas con un registro casi documental, eh... esa atmósfera opresiva, este... y de tantas carencias en el terreno social, desde el punto de vista de las condiciones de existencia del pueblo.

Otros entrevistados (Jorge, Gastón) plantean percepciones similares, centrados en las formas de registro, en “esa forma de filmar”, aunque también agregan expresiones de sensaciones vinculadas a la construcción del clima, a la sensación de sofoco en las historias con situaciones de encierro, a partir de los planos de rostros sudados, etc. (por ejemplo, en *El bonaerense*). Por su lado, Jorge sostiene que en parte el realismo está basado en el conocimiento y el involucramiento de los directores con el mundo representado. De alguna manera, el entrevistado discurre con el supuesto de que para filmar estas películas los realizadores “se metieron en el hampa”, “en la cárcel”, “en las instituciones corruptas”, etc. En este sentido, el realismo termina basado también en competencias de realización (la investigación previa y el conocimiento “de lo que se hace”), pero también en supuestos sobre el origen social de los realizadores (el conocimiento se supone originado en las condiciones sociales de las cuales provienen estos dos directores).

Un elemento que aparece también en varias entrevistas es la representación del mundo “cotidiano”, de los “personajes comunes”, de “lo mundano”. En este sentido, este cine hace públicas las relaciones micro (familiares, laborales, en el grupo de amigos), de tal manera que los entrevistados no perciben en su mayoría a los personajes como representantes de entidades mayores (la sociedad o sectores sociales). Se valora de los filmes la representación de “lo terrible en lo mundano”, de la “corrupción en el seno de la familia”, como un elemento

que otorga verosimilitud y “credibilidad” a las historias y los personajes.

Por otra parte, la identificación de determinados signos en el contenido de los filmes también construye este tipo de percepción: el reconocimiento de sonidos (radio de la policía o radio), de vestimentas (la campera de jean como algo “muy de los noventa”), del auto de policía, o bien el reconocimiento de lugares específicos.

8.2.2. Dimensión espacial o geográfica

Este último factor parece introducir un elemento estructurante de peso para la apropiación de las significaciones de los filmes. Podría hablarse entonces de una dimensión espacial o geográfica del análisis. Distintos pares de oposiciones van encontrándose en las entrevistas que ponen al espacio como un lugar de disputa de sentido.

Uno, que ya mencionamos, es la idea de que existe un tipo de narración con elementos propios nacionales opuestos a los hollywoodenses (incluso cuando ello signifique cumplir con las expectativas de la industria cinematográfica sobre lo que debe producirse en el “tercer mundo”): uno de los entrevistados bromeaba con la idea de que *Carancho* sería una película que iría a los premios Oscar, por ser una historia sórdida, planteando: “Y yo no se si vos sabés, que el Tercer Mundo es sórdido”.

Otro de los ejes centrales de disputa es el que vincula a la Capital Federal y a Córdoba, reconocida algunas veces como símbolo del interior del país. Esta idea tomó presencia particularmente en el Grupo Focal, donde uno de los participantes provenía de Capital Federal, y planteaba que a medida que corría la película, él intentaba reconocer los lugares donde iba transcurriendo la historia (el Obelisco, Uggys, etc.). Más allá de la rivalidad en los términos en los que se planteó la discusión (entre el resto de los participantes y el proveniente de Buenos Aires), surgió la sensación de cierta distancia respecto del lugar

representado (entre los primeros, más allá de reconocerlos y de no menguar por ello el efecto de realismo producido).

Por último, la dimensión espacial atraviesa también las trayectorias mismas de los entrevistados. Si bien no es objeto específico de estudio de este trabajo, es llamativo cómo las películas de Lucrecia Martel aparecían como una referencia fuerte entre los consumos de los entrevistados, y fundamentalmente cómo sus discursos marcaban una suerte de escenificación de "un mundo para otro mundo". Dos de las entrevistadas reconocían su apreciación de las realizaciones de la directora, un gusto relacionado con imágenes de su propia experiencia (ambas tenían relación con el interior del país, una con Salta y otra con Santiago del Estero). En este sentido, la manera de vivenciar los signos de la espacialidad, más allá del reconocimiento de lo real, aparecen de maneras diferenciadas. La credibilidad de muchos de estos personajes e historias no deja de anclarse para los consumidores en un lugar particular: en el Buenos Aires de los años noventa.

8.2.3. Género cinematográfico y realidad

Si bien, como hemos planteado, el carácter nacional de este tipo de cine se asoció muchas veces con su registro realista, mientras que la producción en términos de géneros cinematográficos se asocia más bien a formas narrativas universales, a menudo el uso del género aporta (insistimos en esto, anclado en un saber fílmico previo de los espectadores) al reconocimiento de su tendencia realista.

Muchos de los entrevistados reconocen en Caetano un uso articulado del registro realista-documental y de los géneros universales como complementos que aportan verosimilitud a la historia y las imágenes de sus películas. Mientras que los personajes de *Pizza, birra, faso* son reconocibles porque se los encuentra "en la calle", el protagonista de *Un oso rojo* es reconocible en la medida en que los espectadores poseen expectativas sobre cómo debe comportarse un "cowboy en un western". Esto

aparece, además, como una de las marcas de distinción entre uno y otro director: “Caetano es más de género que Trapero” (plantean José y Pablo).

A partir de estas ideas, sostenemos la hipótesis de la existencia y funcionamiento de un saber fílmico en forma de estructuras, acervo de conocimientos, pero también acervo de imágenes y experiencias, trayectorias espaciales y generacionales, etc., que regulan fundamentalmente la percepción en términos real/ficcional y la valoración de lo verosímil, creíble y natural.

8.2.4. Dimensión generacional

Al momento de escoger a los entrevistados, intentamos abarcar distintos grupos etarios, teniendo en cuenta los momentos históricos en los cuales podrían haber comenzado a consumir este tipo de cinematografía. Más allá de esto, la diferencia generacional (fundamentalmente entre los más jóvenes y los más grandes) generó líneas diversas de identificación y de relatos.

Los entrevistados más jóvenes, por ejemplo, tienden a identificarse con los personajes adolescentes de *Familia rodante* y en menor medida con el hijo de Rulo en *Mundo grúa*. Más allá de que pueda parecer obvio el análisis, esta identificación se cruza con componentes de clase (los personajes son de una “clase media venida a menos”) y de sensación de “cercanía de mundos” (volveremos sobre esto en el último apartado).

Por otra parte, los entrevistados mayores a cuarenta años mostraron una tendencia a leer las historias en función de cierta memoria histórica nacional. Esto llevó, en determinados momentos, a sanciones morales hacia las acciones de los personajes o incluso hacia el sentido mismo de las realizaciones. Tomamos el relato de Federica como ejemplo. Hablando de *Pizza, birra, faso*, sostenía

F: —No, no. Yo lo que veo es, por ejemplo, como te digo, primero la pobreza así en el hecho de la reducción. Y además sabes que es lo que me molesta que es realmente innecesaria. O sea,

si vos me dijeras que estamos... pero acá uno sabe que se puede vivir de otra manera. Yo tengo mi mamá viva todavía, tiene 74 años, y me cuenta de cómo iba al colegio: que el papá la lleva, en la provincia de Santa Fe, en el zulqui y pasaban la lluvia y el barro y qué sé yo, llegaba y estaba enamorada del maestro, porque el maestro era guau. Y vos decís: "¿Qué pasó?" Porque no es tan difícil que a un chico de seis años generarle una expectativa de... por supuesto que si también hay muchas cosas que no sólo acá se han ido al carajo por supuesto.

En cierta forma, el anclaje de la apropiación fílmica en aquel pasado nacional genera una construcción moral que sanciona en términos de un pasado de esfuerzo y laboriosidad, un presente truncado de dicho contenido. La referencia a las instituciones sociales del trabajo y de la escuela sirve como contrapunto de la realidad representada en filmes como *Pizza, birra, faso*, a la vez que como explicación de la sensación de desahucio y rechazo que la entrevistada siente por este tipo de cine. De esta manera, el contenido moral generacional del discurso de la entrevistada choca con la forma "descarnada y deshumanizada", pero además, "sin bajada de línea", propia de estas realizaciones.

8.2.5. Experiencia y memoria

Esta última dimensión remite a una de las preguntas del guión de las entrevistas en profundidad. Se intentaba poner en tensión las imágenes de las películas del corpus con otras imágenes de las matrices culturales de los entrevistados. Ya se mencionó el imaginario del interior del país, que produce distintos reconocimientos espaciales en los filmes. Muchas de las relaciones que se establecen se vinculan a consumos de medios (el programa *Cárceles* o *La liga*, lo que pasaba en la televisión en los noventa, otra cinematografía, el género cinematográfico, etc.).

Son pocas las narraciones que incluyen experiencias subjetivas propias que confirmen o desmientan lo que se plantea en las

historias. El relato de María incluye esta dimensión experiencial de la que hablamos cuando plantea

MA: —Claro. *El bonaerense* también me gustó mucho cómo estaba planteada... cómo después se termina metiendo en la policía y toda esa historia. Es muy fuerte, porque sucede así, yo conozco mucha gente en mi pueblo que por saber que no puede ir a estudiar a otra provincia si sus viejos no lo pueden mandar se hacen canas. Y así como se hacen policías después se mandan tremendos mocos, entonces después los chabones...

Otra de las narraciones incorpora la propia experiencia de trabajar con chicos en situación de calle en el conurbano bonaerense. El relato de Federica muestra, como ya lo habíamos planteado, que su experiencia de contacto con niños de sectores populares le genera una sensibilidad particular que produce cierto rechazo por este tipo de producciones audiovisuales. No sólo por el registro y su estilo narrativo, sino fundamentalmente por la coincidencia entre la experiencia vivida y el mundo representado.

Al contrario de lo que sucede en este caso, los entrevistados con trayectorias cinéfilas formadas, tienden a un tipo de expectativa más contemplativa en la medida en que reconocen el mundo representado como ajeno. En este sentido, existe una cierta “discontinuidad” entre la representación artística y la vida cotidiana. Aquellos entrevistados que sostienen la necesidad de involucramiento con los personajes y las historias de los filmes, lo hacen desde una dimensión exclusiva (y autónomamente) fílmica. Mientras tanto, aquellos con una sensibilidad temática particular (hacia la “situación de pobreza” en el país) basada en la vivencia singular pueden rechazar el estilo de realizaciones de Trapero y Caetano, en la medida en que tienden a alejarse del consumo de aquellas representaciones de lo que perciben como real, de aquello que “ya han vivido”, debido a que para ver esa realidad les basta con “salir a la calle, y ahí está”.

8.3. Ejes de apropiación de lo popular

8.3.1. Lo popular mirado

En muchas ocasiones, los intereses del investigador no coinciden con los intereses de los sujetos investigados. En el marco de una investigación sociológica, los modos de representación y de percepción de los sectores sociales, fundamentalmente en términos de clase, ocupan el centro de la escena. Pero para espectadores de cine, muchas veces la cuestión de los sectores sociales no resulta vital para su comprensión de las historias. Ante la evidencia de este hecho en las entrevistas, se decidió no forzar dicha referencia, sino más bien analizar las distintas clasificaciones con los que se categorizan los personajes y las situaciones de los filmes de Caetano y Trapero, para comprender los distintos nombres puestos en juego en la percepción de los sectores sociales en la pantalla.

En algunas entrevistas aparecieron nominaciones que surgen del campo específicamente cinematográfico: Jorge habla de "choros del hampa bonaerense", de "marginales", de un "reo", en un sentido que ubica a los personajes de *Pizza, birra, faso* y *Un oso rojo* en roles y coordenadas narrativas clásicas del cine. Luego, con denominaciones más genéricas como las de "pobreza" o "miseria", se reconoce nuevamente la autenticidad con la que se representa este mundo, casi insinuando un retrato realizado "desde dentro".

JOR: —Pero... bueno, y lo que... lo que en realidad, me parece que los vuelve valiosos a este tipo de propuestas arriesgadas como "Tumberos", como *Un oso rojo*, que se meten con los presos, loco, con los pobres... es que pueden... astutamente, evadir el error que permanentemente comete Hollywood, o la industria cinematográfica en general, que es tratar de retratar la miseria, de una manera estética. O... que termina evidenciando en definitiva una idea de que sos ajeno a eso. Como hablar de los pobres desde afuera, hablar de los presos desde

afuera, hablar del cáncer de una manera que emocione pero que no haga pensar mucho, me parece que los locos se logran meter también por las condiciones propias de trabajo, digamos, en las que surgen los proyectos, en el seno de las historias que plantean contar. Entonces, también, lejos de ser una mirada inocente o extraña, hace que sus productos se vuelvan auténticos, me parece.

Por otra parte, las decisiones técnicas o estéticas de algunos de estos filmes producen un reconocimiento que, si bien ubica a los personajes en determinadas “posiciones objetivas”, al mismo tiempo las trasciende, mostrándolos como “personas”. La ya mencionada percepción de la transpiración de los personajes y del calor de los rostros y los cuerpos se traduce en una suerte de humanización de los sectores populares en el cine. Esto, además, aparece como una ruptura con los modos de representación dominantes en la actualidad.

LU: —Y sí, porque además es eso que hablábamos antes sin ser demagogas son populares digamos y posicionarse de ese lado, retratar a gente trabajadora, y es también cómo filman los personajes que no dejen, en *Un oso rojo* y *Carancho* se ve así más alevosamente, cómo los filman de cerca, la piel, son personas ¿Entendés? Son personas que transpiran, que están sucias, que están golpeadas, eh... eso, no es solamente a la posición a la que pertenecen, cómo los caracterizan. Tienen una historia, un barrio, un contexto político, económico, en ese sentido me parece política. No sé si hegemónico, contra hegemónico, yo no sé bien qué entra dentro de cada cosa...

Sobre el elemento del rostro, Deleuze sostiene que éste puede ser pensado en un doble sentido, como “placa nerviosa porta-órganos de movimientos intensivos” y como “unidad reflejante”.⁶ El reconocimiento de la “rostrificación” de los sectores populares entre algunos entrevistados hace pensar que el sentido de sus acciones [las de los sectores populares] y su habitar en el mundo se perciben como directamente inscritas sobre la carne de sus imágenes, y que en la medida en que se reconocen

⁶ DELEUZE, G., *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*, Op. cit., pág. 36.

como personas, es decir, en la medida en que se humanizan, habilitan la posibilidad de empatía.

En este punto se produce un choque con interpretaciones radicalmente opuestas, como las de Federica, que observa estos filmes (a través de la matriz de su experiencia en el conurbano bonaerense) como relatos de historias "deshumanizadas" o de "condiciones infrahumanas", de "miseria absoluta", de "ausencia total de educación". Los sentidos que entran aquí en conflicto son los vinculados a experiencias históricas disímiles entre sí: la primera, anclada en las formas de representación de los sectores populares "demonizados" en los noventa y en la actualidad; la segunda, vinculada a la imagen de los sectores populares trabajadores y "dignos" de los años setenta.

Otras lecturas atienden a signos más particulares como la "cumbia" o el "barrio", en tanto elementos que identifican con las "clases bajas" o las "clases populares". Parece importante, aquí, cómo estos signos indiciales se vinculan directamente con "las cosas que pasan en el pueblo". Estas lecturas se tornan más bien descriptivas, pero ponen el acento en los mismos elementos para afirmar el carácter popular y el carácter realista de las historias. La cumbia, el barrio, etc., son las "cosas que pasan en el pueblo", y en tanto tales, son "verosímiles" o "reales".

Otros entrevistados -aquellos que parecen tener una narración menos estructurada sobre la "problemática social"- utilizan términos vinculados al habla cotidiana como "gente humilde" o "tipo común", que en última instancia ocuyen el sentido conflictivo, problematizador o de sanción que suponen los otros usos (como el de "marginalidad", "miseria" o "pueblo"). En uno de estos entrevistados aparece una asociación entre lo popular y el peronismo. Esta asociación vincula dos modos de representación (uno artístico y el otro político) que, con estilos claramente diferentes, hacen pie en una referencialidad común: los sectores populares.

Por último, aquellos entrevistados con trayectorias militantes en partidos de izquierda construyen relatos que, en cierta for-

ma, producen adaptaciones de las historias de los filmes a las estructuras argumentales de dichas trayectorias. Es el caso de María, pero también de Javier, quienes describen a *Pizza, birra, faso*, a *El bonaerense* o a *Mundo grúa* como filmes que retratan las “condiciones de vida” y la “explotación” del “pueblo trabajador” durante el menemismo.

JA: —Un cine que sale a la calle y en ese momento pone de manifiesto en imágenes muy crudas con un registro casi documental, eh, esa atmósfera opresiva, este eh, y de tantas carencias en el terreno social, desde el punto de vista de las condiciones de existencia del pueblo ¿no?, trabajador, representado en este caso de esta película por esta pandilla juvenil, digamos, que trata de sobrevivir sobre la base, bueno, de cometer algunas fechorías, ¿no?, de llevar a cabo algunos atracos que por cierto lo terminan pagando muy caro pero bueno, como te decía, una especie de reflejo o registro de lo que eran los años del menemismo en la Argentina ¿no? [...] con lo que por un lado es la historia de este hombre desocupado de Rulo, el protagonista de *Mundo grúa*, los años del menemismo, la desocupación en masa, la precarización laboral, etc. [...] Con el episodio este de las tercerizaciones, de la precarización laboral que importante sectores de la clase trabajadora y sobre todo de los sectores más jóvenes están padeciendo ¿no? Está todo el tema este de las tercerizaciones en los ferrocarriles, ha sido el asesinato de Mariano Ferreira, pero esta cuestión de la flexibilización laboral, de precarización, afecta también a otras áreas y otras actividades de la clase obrera ¿no? Y de la juventud [...].

En este sentido, a partir de las matrices culturales que incluyen trayectorias de formación política, los entrevistados insertan una conflictividad en la recepción de estas películas que, según hemos analizado, estarían más bien desactivadas en los textos fílmicos en sí. En este sentido, si bien las relaciones laborales no aparecen como temática estructurante en *Pizza, birra, faso*, la apropiación de la historia de esta película puede realizarse en términos de “condiciones de explotación capitalista” en la medida en que algunas estructuras de los esquemas de percepción y apreciación de los espectadores son durables y aplicables de tal manera que se trasladan de un campo a otro (del político

al artístico) sin establecer ruptura alguna de la coherencia⁷. La continuidad que aquí podría observarse entre la vida cotidiana (y los elementos que se insertan en las matrices culturales de los entrevistados) y la representación artística, tiene lugar, para estos espectadores, en términos "teóricos" antes que de «experiencia directa» (a diferencia de lo que sucede con el rechazo de Federica a partir de su paso por el conurbano bonaerense).⁸

Tal como lo planteamos en capítulos anteriores, la violencia y la moralidad funcionan como ideas fuerza que definen diversas configuraciones o concepciones sobre lo popular. En el análisis fílmico observamos cómo algunas escenas particulares en estas películas (el robo a la bailanta o el motín en la cárcel) aparecen como momentos de fortaleza de los lazos sociales de solidaridad entre los personajes de las historias. Éstas son las escenas que, en el momento de la apropiación, se reconocen como relevantes a la hora de pensar las historias de estos filmes. A partir de esto, Natalia sostiene, hablando de *Leonera*:

va: —Y el único modo de hacer justicia era ese... y la única herramienta que tienen ellas era esa. Hasta qué punto... hasta qué punto te sentís protegido por la ley ahí adentro, o sea, hasta qué punto estás en la cárcel pero a la vez pasas a ser invisibilizado y te pueden hacer cualquier cosa... como sacarte un bebé...

De esta manera, el relato incorpora el motín como recurso legítimo para la conflictividad y para la lucha de los presos por "demandas justas". Esta visión (de Valentina, de 23 años, con menor trayectoria de formación cinéfila) contrasta con la de Federica, que desde un punto de vista radicalmente opuesto manifiesta la "repugnancia" que le generan las imágenes de

⁷ "La percepción más desarmada tiende siempre a superar el nivel de las sensaciones y de las afecciones, es decir la pura y simple *aisthesis*: la interpretación asimiladora que lleva a aplicar a un universo desconocido y extraño, los esquemas de interpretación disponibles, es decir aquellos que permiten aprehender el universo familiar como dotado de sentido, se impone como un medio de restaurar la unidad de una percepción integrada" (BOURDIEU, P., "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística", *Op. cit.*, pág. 70).

⁸ Al no contar con un muestreo que haya intentado tomar como representativo los consumidores de cine con militancia en partidos políticos, los análisis que aquí planteamos intentan señalar algunas líneas posibles de indagación, antes que sentenciar generalizaciones o conclusiones demasiado taxativas.

violencia por lo que implican. Hablando de *Leonera* y *El bonae-
rense*, la entrevistada sostiene

F: —Bueno, bueno, cuando yo digo feminista digo cuando alguien cree en el poder de la palabra, que rechaza todo tipo de violencia pero así, desde el alma, y no porque no sea violenta yo porque ya te escucho, “ay...”, sí, porque todo el mundo por supuesto puede tener y yo también, para el caso, verbalmente soy híper o puede llegar a ser híper agresiva y violenta. Pero a mí me parece que una cosa es poder hablar, yo vinculo todo mucho al lenguaje, al no existir la posibilidad de hablar, de decir, que es lo que están haciendo ellos, bueno, esta bueno del lado de ellos, ellos están diciendo, pero los personajes no pueden decir y cuando no pueden decir viene la, la violencia me parece.

Aquí podemos señalar cómo, desde su visión, la violencia se opone al lenguaje como forma de interacción. En este sentido se continúa con una tendencia a la sanción moral de determinados fenómenos, desde la perspectiva de la propia práctica y de la memoria subjetiva.

Por último, en el Grupo Focal tuvieron lugar distintas interpretaciones acerca del carácter colectivo del grupo de jóvenes de *Pizza, birra, faso*. Desde el punto de vista de uno de los participantes, el grupo demostraba una permanente descoordinación y una fuerte desunión o falta de “cohesión”. Ante esto, otros participantes señalaron una marcada evolución entre los personajes principales en términos de moralización, en el caso del Cordobés y de Megabón. Se identificó un primer momento en el que estos personajes renegaban de sus obligaciones morales y eran tratados como “pendejos” (salvo el personaje de Pablo, que jugaba cierto rol de paternidad hacia el interior del grupo). Luego, ambos demuestran espíritu de sacrificio por el grupo (“El más chico se juega en el momento clave”) y por valores mayores, como el de la familia (“Le oculta a su novia que está herido, para que ella pudiera irse y comenzar de nuevo”).

En este sentido, salvo casos puntuales y trayectorias que venimos tratando de resaltar, no hay una manera demasiado homogénea de calificación de los personajes de sectores populares

en los filmes. Algunas veces se hace hincapié en la falta (cuando se define a partir de la miseria o la marginalidad). Otras se echa mano a los recursos discursivos del capital cinematográfico para dar cuenta de la conformación de determinados sectores en la pantalla (el hampa, el reo, etc.). Existen varios momentos en los cuales se reconoce cierta positividad y autonomía en la representación de los sectores populares para producir su propio contenido simbólico, en torno al uso de la fuerza en el conflicto, o de lazos particulares de solidaridad y dependencia. Esto se rompe, como ya planteamos, en posturas que sancionan moralmente determinados momentos de la narración fílmica ancladas en un discurso histórico que toma como modelo configuraciones de otras épocas de la realidad nacional.

8.3.2. La estructura de la mirada sobre lo popular

A través de acercamientos múltiples, lo que aquí interesa es la apropiación de un público determinado (cuyos rasgos estructurales caracterizamos anteriormente) de la imagen de los sectores populares y sus producciones simbólicas. Pero tal como establecimos, este tipo de prácticas están siempre situadas en un sistema relacional que define posiciones sociales a partir de recursos desiguales y condicionamientos multidimensionales. Más allá de esto, también buscamos otorgarle entidad teórica a la noción de saber fílmico y de matrices culturales, puesto que, a partir de la categoría de habitus de clase pretendemos dar cuenta no sólo de un punto estructural en el espacio social, sino también de las estructuras subjetivas que se forman a partir de la incorporación de dichas posiciones y de la totalidad de la estructura social.

En este sentido venimos trabajando la idea de cómo la historia hecha cuerpo sirve como horizonte para los juicios establecidos sobre lo ocurrido en las historias de los filmes, sobre las acciones de los personajes, y sobre las transposiciones hechas en torno a la sociedad misma. Es una historia que, como vimos en el caso de Federica, no se trae a colación como elemento consciente, sino más bien como una estructura incorporada y naturalizada (como categoría "natural" de percepción).

Por otra parte, como podemos observar en las entrevistas, el mundo representado en estos filmes genera en muchos casos una importante sensación de lejanía. Tal como lo establece Bourdieu al hablar de la “necesidad hecha virtud” que implica el habitus como horizonte de lo posible y lo pensable, estos espectadores narran el mundo representado en los filmes de Caetano y Trapero como un mundo “ajeno al propio”, a la propia profesión, al medio social, al mundo conocido. Tal es así que, cuando no genera un “rechazo” (por reenviar a experiencias personales previas), produce entre los entrevistados una “inseguridad” propia del hallarse ante lo desconocido, lo no-familiar:

PA: —Sí, también me parecieron creíbles. Y tampoco tienen una familia. No tienen un lugar llamado hogar, por ejemplo. Y eso es muy fuerte, todo el tiempo los vemos vagando. Caminando por la ciudad... creo que tienen una casa. Pero no es una casa propiamente dicha. Por lo menos no la recuerdo así. Más allá de que ellos hayan vivido ahí. No era para mí un hogar eso... era como un asentadero. Un lugar donde dormir. Y eso es como muy desesperanzador. No tener algo en donde apoyarte... una casa, un hogar. Es como vivir el día a día, pero no en el buen sentido, sino, también... no es que ellos lo vean así, pero es como yo lo veo, desde mi posición. Yo pienso en eso y pienso en incertidumbre. Y la incertidumbre es como muy fuerte. Por eso te digo, está sesgado por mi mirada. Yo no puedo concebir no tener un hogar.

F: —Y enseñar el Teorema de Pitágoras con eso y yo logro transmitir lo que a mí me inspira eso, y de hecho tengo la suerte que los chicos realmente se entusiasmen, para mí es eso mi vida y no ni *El bonaerense*, ni la Cristina, ni los pobres bolivianos que para el caso lo único que puedo hacer cuando veo un boliviano es no pisotearlo como hace la gente, no se me ocurre algo más macro.

GA: —De otras películas o de mi vida en general, eh... no. En realidad por los temas que tocan digamos, por lo menos a mi vida es ajeno. El tema de las cárceles, la movida de la noche de *Carancho*. La verdad es que no es muy relacionado a mi vida. Si alguna peli, a ver... no en este momento no se me ocurre ninguna.

VA: —No... Pero generalmente me identifico con los perdedores pero como acá (risas) no... no... acá no... no sé, lo que pasa es que es una realidad tan ajena a la mía que no... con esta peli no me pasó de identificarme.

Ya habíamos mencionado las sanciones morales que aparecían ancladas en determinadas dimensiones generacionales, vinculadas al habitus como historia incorporada. De igual manera, aparecen también sanciones vinculadas a una categorización del "otro de clase" como una alteridad moralmente débil, con una racionalidad obturada y un carácter pasivo ante el medio y la realidad. Algo similar habíamos trabajado al analizar los textos filmicos. Si bien la narración sobre *Bolivia* se enmarca en un contexto de profundización de las desigualdades en la estructura social, la violencia manifiesta entre los personajes surge, en el relato de los entrevistados, vinculada a una "evasión de la realidad por parte del taxista, que era también un trabajador":

JA: —En ese momento de la Argentina, está planteada también obviamente la cuestión de la discriminación del extranjero, del "bolita" en este caso, porque de alguna manera tal vez lo que Caetano quiso poner de manifiesto con ese final que a mí no me gustó porque me parece como algo demasiado subrayado, es justamente el problema de la discriminación al punto de que este taxista que era un laburante que le gustaba evadirse de la realidad yendo a ese bar y emborrachándose, y se enojaba si el cantinero, el dueño de la cantina no le fiaba para poder beber ahí, alcoholizarse y canalizar sus penas y sus frustraciones por esa vía.

La contraposición y la comprensión antagónica de la violencia y el lenguaje implican una continuidad de grados valorativos que ubica al entrevistado por momentos en una postura "ilustrada" o "iluminada". De igual manera que establece una continuidad valorativa, homogeneiza verticalmente el espacio social en cuanto a competencias culturales legítimas. Como el discurso anterior, termina privando a los personajes de sectores populares de "actividad", y trabaja con el supuesto de una cierta "efectividad errónea y llevada por los instintos". En este sentido, además, el discurso se contrapone a lo que antes observábamos como ejemplos de reconocimiento de cierta autonomía en los sectores populares para producir sus propias significaciones, más allá de su condición desigual para la apropiación de los bienes simbólicos dominantes. Es por esto que el fenómeno de la violencia es juzgado desde la propia posición del espectador,

transponiendo su propio mundo en el mundo diegético (a pesar de reconocerlo como ajeno).

F: —Y yo eternamente desubicada así como que tengo criterio así de tratar a la gente como príncipe, porque creo que cada uno puede ser como un príncipe les decía no hay necesidad de hablar así, no hay necesidad de decir eso, me burlaban mal, me imitaban, no hay necesidad de; pero al margen de todo eso empezaban a hablar de otra manera y yo siempre realmente he sostenido que eso que tuvo mi mamá, ese gringo, no sé qué mierda era, que le daba clase a los seis años. Ahora está faltando un poco eso, alguien que le vuelva a decir “mirá no hace falta que vos, vos mismo te arrastres a ese, ese extremo”. Porque, también, con la marginalidad social termina siendo como una elección de vida de ellos, más allá de una imposición social me parece. [...] La violencia a mí, por eso te digo, estás hablando con alguien que le gusta ver comedias, no le gusta a ver películas yanquis donde están pegando tiros o una persecución de autos, nada. Es más los ingleses tienen como una frase que es como un insulto a su inteligencia. La violencia es como insultar, es como agravante así, qué le pasa a este, qué tiene conmigo... y bueno... yo supongo que la persona quiere algo de uno y como, te digo, está dentro de mis limitaciones yo no le puedo dar algo a José, no puedo... Y me parece súper vacío lo que he visto hacer infinitas veces del teatro, re interesante, y después vamos a casa en el Mercedes Benz, no lo veo, no lo veo. Yo lo veo muy legítimo a ese tipo y lo respeto por eso, pero me parece legítimo para él que pueda hacer algo con eso. Yo, yo mucho no puedo hacer, digamos

Por último, en otros términos, vemos cómo desde una apreciación más adaptada a las categorías estéticas y con una lógica propia del campo cinematográfico, otros entrevistados continúan definiendo las características del nuevo cine argentino, y al hacerlo, adjudican a los personajes móviles naturalistas, vinculados a los deseos y los instintos.

JOR: —Y te muestra que no hay ni buenos ni malos, y que la gente es divina y se puede echar moco... que la gente es valiosa y puede tener actitudes medias destructivas, te muestra que... que más... mucho antes que la razón está el impulso. Y que cuando el impulso justamente se ve impulsado por la necesidad, es incontrolable.

En este sentido, si bien este discurso no sanciona negativamente la instintividad de los personajes (que ya ha caracterizado como "chorros", "desocupados", "cerrajeros pobres"), sino que recupera esta construcción narrativa en términos positivos, reenvía las prácticas de sectores populares hacia la dimensión de la naturaleza y recupera su producción simbólica en términos de "autenticidad", aunque al precio de retraerla del terreno de la cultura.

8.4. Resumen sobre la apropiación de los filmes de Caetano y Trapero

La apropiación de la imagen de lo popular se comprende en un marco general de concepciones y definiciones sobre el arte en general y el nuevo cine argentino en particular. Este marco incluye apreciaciones sobre estas realizaciones cinematográficas con carácter artístico y su disputa con la industria cultural "comercial".

Sin embargo, dichas distinciones no se establecen de una vez y para siempre. Puede reconocerse en los discursos de los entrevistados cómo estos límites van desplazándose y cómo se dispensan de sostener una coherencia en términos absolutos al momento de elecciones sobre el consumo cinematográfico, que puede incluir tanto lo comercial, como lo independiente, alternativo, etc.

En estas entrevistas el ámbito familiar-cotidiano aparece como un espacio primordial a la hora de pensar el acceso a un cine de consumo restringido —probablemente más importante que otros ámbitos de socialización como la escuela o los grupos de amigos—. Por otra parte, las dimensiones generacional y espacial-geográfica complejizan el esquema que atiende específicamente a las trayectorias de los sujetos en el campo cultural y en el espacio social global, e influyen de manera determinante

en las percepciones y en las estructuras valorativas de los espectadores.

Podríamos pensar que, si bien las herramientas y las categorías de lectura y visionado puestas en juego coinciden en gran parte con los elementos de la nominación autorizada de la crítica cinematográfica (fundamentalmente, del discurso de *El Amante Cine*), la efectividad simbólica para fijar núcleos significativos en el habla sobre el cine no se restringe a la lectura directa de sus publicaciones, sino que se enmarca en el ámbito de espacios como los cineclubes, constituidos en importantes ámbitos de sociabilidad (sobre todo para las generaciones más jóvenes).

La clave realista de percepción atraviesa como eje prácticamente todas las entrevistas, tanto a partir de criterios “técnicos”, como también de “sensaciones”, de la representación de la “cotidianeidad”, de “lo mundano”, de una articulación con los saberes y los lugares comunes del “género”, etc. Respecto de esto último —y al igual que sucede con la tensión establecida entre lo artístico y lo comercial— se plantea una fuerte tensión entre una narrativa propiamente nacional, por un lado, y una forma narrativa universal basada en el género clásico cinematográfico. Ambas tensiones pueden cruzarse en el discurso de los entrevistados y formar una suerte de tensión bi-dimensional que se resuelve siempre de manera indeterminada y contingente, de acuerdo a los casos particulares y sin atender a clasificaciones estancas.

La posibilidad de las imágenes para remitir a imaginarios previos de la experiencia subjetiva de los espectadores (escasa, por cierto) puede provocar que su sensibilidad rechace como “doloroso” y “repugnante” el mundo representado en los filmes. No siempre el conocimiento experiencial lleva a la comprensión y a la identificación con lo representado, justamente porque el carácter vívido rompe con cierta discontinuidad entre el arte y la vida cotidiana, base para el consumo contemplativo.

Si bien la ambivalencia de muchas trayectorias de los personajes populares de las películas analizadas define su condición

de manera compleja, el reconocimiento de cuestiones como la "violencia" o el carácter "activo" de los personajes entre los entrevistados tiende a sanciones morales que ponen en juego representaciones de las inter-posiciones que se estructuran desde los valores y la visión tradicionalmente asociada a los sectores medios, posición a la que pertenecen estos espectadores.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES GENERALES

La pobreza sólo les gusta a los intelectuales. El pueblo lo que quiere es ver todo el lujo posible.

Joasinho Trinta (director de Escola do zamba en el carnaval de Rio de Janeiro).

Tengo casi tantos problemas con "popular" como con "cultura". Cuando se unen los dos términos, las dificultades pueden ser horribles.

Stuart Hall, Notas sobre la deconstrucción de "lo popular".

Una tierra que se trabaja no es casi nunca un paisaje; la idea misma de paisaje supone la existencia de un observador separado.

Raymond Williams, El campo y la ciudad.

9.1. Reflexiones sobre los interrogantes de investigación

La reflexividad metodológica implica no sólo una vigilancia constante sobre las herramientas teóricas con las que el investigador se acerca al campo, sino también un ejercicio crítico sobre su propia posición respecto al objeto de estudio. Probablemente allí donde para la investigación sociológica fue central una construcción simbólica sobre las clases sociales, para los actores lego lo relevante fueron construcciones sobre la "realidad social" o la "forma estética" en la que se plasma la práctica artística.

Esto no merma la necesidad de un análisis crítico de las razones por las que, en el nuevo cine argentino, los consumidores perciben, unos "pueblo", otros los "problemas de la realidad social" y otros "la conflictividad política del argentinazo". Por

qué unos se identifican con el estilo de un discurso “sin bajada de línea”, y a otros les produce rechazo la representación de “la violencia de la realidad que está a la vuelta de la esquina”. Cualquier investigación que vuelva sobre sus pasos para rehacerse encontraría que la pregunta introducida sobre cómo se consume y apropia la imagen de lo popular en este cine no siempre se manifestó explícitamente en el discurso y en la práctica de sus consumidores.

Sostener, a pesar de esta autocrítica, nuestra pregunta, se funda en la siguiente idea: el interrogante intentaba dar cuenta de la manera en que se accedía, se miraba y se comprendían determinadas construcciones simbólicas ancladas en una estructura social. Las clases sociales, tal como lo hemos planteado, no son independientes de la percepción que de ellas (de la propia y de las otras) se tiene. Su “ser” es tanto ser social como ser percibido. Pero nada indica que esta percepción vaya a ser refleja o mecánicamente especular. Las relaciones (de lucha, conflicto, desigualdad y diferencia) entre las clases sociales están mediadas a partir de la forma en la que los agentes anclados en distintas posiciones sociales se perciben y se representan entre sí. Estas representaciones aparecen en la vida cotidiana en diversos momentos y prácticas. Para nuestra investigación, el consumo de cine es una de estas prácticas. En esta dirección se vuelve tan válido como relevante preguntarse por la manera en que el público del nuevo cine argentino se apropia de la imagen de los sectores populares y su cultura.

9.2. Algunas respuestas a nuestros interrogantes

En este estudio entendimos a las prácticas de consumo como un momento del proceso de producción y reproducción sociosimbólica; un momento con lógicas y racionalidades relativamente autónomas. Los consumos culturales, así, aparecen como acciones situadas en un contexto o conjunto de prácticas significativas que les otorgan cierta inteligibilidad.

Desde el punto de vista de la recepción, el consumo cinematográfico se nos presenta como una práctica de decodificación de textos fílmicos culturalmente codificados en el polo de la producción: una práctica configurada en la multidimensionalidad de presiones estructurantes, y una práctica que, a su vez, constituye, con su sedimento, dichas estructuras. En este sentido, entendemos las prácticas de consumo como prácticas *enclasadas* y *enclasantes*.

En esta clave de lectura, y recuperando los planteos de los estudios de comunicación latinoamericanos, decimos que los consumos culturales construyen, para los agentes sociales, un mundo inteligible. Por ello, la inteligibilidad del mundo social puede leerse (también) desde los sentidos construidos en las representaciones y el consumo fílmico.

A partir de estas nociones, la categoría de hábitos de clase dio lugar a vinculaciones analíticas entre un conjunto de prácticas de apropiación y de producción de sentido, y unas posiciones sociales desiguales (aquellas de los espectadores, y aquellas de los sujetos tomados como objeto de representación en los filmes: los sectores populares). Por otra parte, esta categoría nos permitió dar cuenta de los procesos de incorporación que constituyen estructuras de percepción, mediando dichas prácticas y representaciones. Complementariamente, utilizamos la noción de matrices culturales para dar cuenta del acto mismo de interpretación, poniendo el acento en las trayectorias históricas y en la memoria social y cultural de los sujetos.

Para analizar el conjunto de bienes culturales que tomamos para nuestro análisis (los filmes de Adrián Caetano y Pablo Trapero) reconstruimos algunas de las transformaciones de la cinematografía argentina en las últimas décadas. La construcción (a modo de hipótesis) de un campo cinematográfico argentino implicó el reconocimiento de un complejo relacional de actores. En este campo, el Estado no sólo apareció como agente involucrado, sino también como arena de disputa material y simbólica vital para las relaciones de poder en el mundo cinematográfico.

La crisis de los años noventa (que incluyó tanto una crisis del cine nacional como la crisis estructural de la sociedad argentina) reconstituyó el espacio social al que nos referimos, desplazando el sistema relacional de la cinematografía argentina al campo (más amplio) del audiovisual. Estos procesos estuvieron mediados por la emergencia de las nuevas tecnologías, la digitalización y la relativa revitalización del campo. Este es el suelo fértil en el que emerge el denominado nuevo cine argentino como un conjunto de obras y directores entre los que se encuentran Caetano y Trapero. Este es el contexto de la multiplicación de discursos de crítica especializada, de la disposición de los festivales como lugar de exhibición (también) para este tipo de cine, y de un crecimiento y diversificación de los espacios de formación cinematográfica. La bibliografía caracteriza a este movimiento, de modo global, como un cine que instaaura nuevas narrativas adaptadas a un nuevo contexto social de pobreza y desigualdad, y como una producción fílmica signada por un régimen “independiente y fragmentado”, con cierta voluntad de politización inscrita en su misma forma estética y no solamente en el contenido de sus filmes.

Pero fundamentalmente, las películas del nuevo cine argentino se piensan como un momento de ruptura con el cine nacional anterior y con la institución cinematográfica en el sentido “comercial”. Esta fue la narrativa con la que la crítica especializada instituyó simbólicamente el surgimiento de este fenómeno cinematográfico: como novedad épica surgida de la carencia. Pero también, este es el criterio con el cual los espectadores muchas veces construyen interpretaciones de los filmes de Caetano y Trapero, anclados en antagonismos respecto del cine comercial, del cine nacional de los ochenta y principios de los noventa y de los mandatos de la industria cultural.

De acuerdo a lo dicho, y volviendo a la idea de un campo cinematográfico nacional, la crítica especializada (o mejor, una de sus fracciones) aparece como un agente central y protagónico sin el cual sería imposible pensar este fenómeno. La puesta en juego del poder simbólico que este agente detenta para

la nominación del fenómeno cinematográfico que estudiamos habilita una alianza estratégica basada en una homología de posición entre los "nuevos directores" y la "nueva crítica cinematográfica". Si bien esta alianza apareció como condición necesaria de posibilidad para el nuevo cine argentino, esto no quiere decir que la relación no se haya vuelto conflictiva con el paso de los años y la disposición de las alianzas pase a ser otra con el tiempo.

Por lo que hemos observado en nuestra investigación, la crítica no siempre actúa directamente sobre los espectadores en cuanto a sus criterios de selección y sus categorías de apreciación. Sin embargo, aún cuando muchos de estos consumidores cinematográficos no leyeran crítica especializada, las significaciones, las interpretaciones y los sentidos que utilizaban se adaptaban bastante a la clausura simbólica operada por el discurso de revistas como *El Amante Cine*. En este sentido, entendemos que la manera en la que actúa el poder simbólico de la crítica puede estar muchas veces mediatizada por espacios de socialización y sociabilidad (como los cineclubes) y no se agota exclusivamente en la influencia directa a partir de la lectura de sus publicaciones.

Por otra parte, en la reconfiguración del campo audiovisual, el nuevo cine argentino surge con la consolidación de un campo de producción restringida en permanente intercambio e interacción conflictiva con el gran campo de producción. Esto implica el reconocimiento de la heterogeneidad al interior de las nominaciones (como la de "nuevo cine argentino"), y también la complejidad que envuelven realizaciones como las de Caetano y Trapero. Por momentos pueden visualizarse en sus películas formas y narrativas que dislocan los criterios de percepción legítimos impuestos por el ámbito televisivo contemporáneo. Pero por otra parte, existen indicadores (como el interés de las nuevas productoras televisivas, Polka o Ideas del Sur) de resquicios de penetración de la lógica de "lo comercial" en estas producciones "artísticas" (tomando ambas categorías en su sentido "nativo").

Esta tensión-oposición entre lo comercial y lo artístico tiene un lugar central en las estructuras de percepción de los espectadores. Como hemos planteado, las interpretaciones que se construyen en torno a los filmes trabajados reenvían permanentemente a un nivel de abstracción mayor, es decir, a nociones sobre el arte, su función y su sentido. En ese marco, las apreciaciones sobre el nuevo cine argentino como un tipo de discurso que “abre sentidos”, que “desnaturaliza”, con narrativas “alternativas a la de las películas hollywoodenses”, utiliza una estructura que lo define por oposición a la “industria cultural”, a las producciones “comerciales”, etc. Pero al igual que en el campo de producción, en donde los entrecruzamientos entre la industria y la “producción independiente” son constantes, los límites establecidos desde las prácticas de apropiación de los espectadores en torno a “lo artístico” y “lo comercial” son límites que se desplazan y que no sostienen una coherencia en términos absolutos en el momento de elegir “qué” tipo de cine ver y “cómo” hacerlo.

De esta forma, mientras que los consumidores pueden distinguir antagónicamente entre Trapero y Caetano, por un lado, y Campanella, por otro (como representante de la ortodoxia de la industria), pueden también vincular los directores del nuevo cine argentino con otro tipo de realizadores -como Damián Szifron- que se encontrarían dentro del ámbito de lo comercial en el cine y la tv. En este sentido entendemos que la tensión se resuelve, en el momento del consumo, siempre de manera contingente y con arreglo a situaciones singulares. Por esto mismo decimos, además, que debemos rever teóricamente la idea de unicidad monolítica del habitus como estructura de percepción: en distintas situaciones la investigación ha mostrado que para el consumo y apropiación de imágenes cinematográficas se ponen en juego lógicas y racionalidades plurales de acción y percepción.

A partir de esta idea de racionalidad múltiple hemos percibido cómo los actos de visionado se constituyen en relación a las dimensiones generacional y geográfica, pero también al vínculo

profesional con el consumo cinematográfico. El relevamiento nos ha mostrado cómo el acceso a los espacios de exhibición comercial es mayor entre los estudiantes o profesionales del cine, mientras que el consumo es más pronunciadamente cineclubista entre los de otras carreras de artes, humanidades o ciencias sociales.

En este sentido, la ocupación y la orientación de la formación aparecen como factores fundamentales para caracterizar el público de los filmes de Caetano y Trapero en particular, y el público cineclubista en general (recordando la tensión que ya señalamos respecto de estos recortes de distinto espectro). Aunque no de manera concluyente (dadas las características de nuestro muestreo y de nuestro recorte), podemos pensar que el público que aquí relevamos está principalmente vinculado a una juventud universitaria (en general, con un alto grado de acumulación de capital cultural), con ingresos propios de sectores medios, vinculados laboralmente al mundo del arte y la cultura en sentido estricto (estudiantes universitarios, artistas, empleados de espacios culturales, docentes universitarios, etc.), con cierta tendencia hacia las carreras de artes, humanidades y ciencias sociales. Entendemos, entonces, que nuestro supuesto de trabajo según el cual nos encontraríamos con un público de sectores medios (más específicamente, con fracciones intelectuales de clase media) no era errado.

Este público posee de manera generalizada un alto equipamiento tecnológico para el visionado audiovisual en el espacio privado (incluyendo TV, DVD y PC con conexión a banda ancha), por lo que su marcada preferencia por ver el cine en sala y su asistencia sensiblemente mayor al asistente promedio en el país (comparando nuestros datos con investigaciones como la del Sistema Nacional de Consumos Culturales) hacen pensar en un tipo de prácticas fuertemente orientadas hacia la distinción, es decir, hacia la diferencia identitaria y hacia la dotación de entidad simbólica a las desigualdades en el espacio social.

Esta idea reaparece, en cierta forma, en las entrevistas, en la orientación de los espectadores a consumos cinematográficos

“raros”, que “no le gustan a cualquiera”. Por otra parte, tanto en el abordaje cualitativo como cuantitativo, encontramos que la práctica de consumo cinematográfico en sala aparece fuertemente asociada con cierto reconocimiento del “ritual” de “salir al cine”, con la identificación del cine club como espacio de sociabilidad, además del justificativo de la “mejor calidad de visionado fílmico”. A partir de estas significaciones es que comprendemos que existe un fuerte vínculo entre estas prácticas de distinción (que no casualmente se materializan en el consumo de filmes que escenifican la vida cotidiana de los sectores populares) y la formación de identidades sociales de clase: la ritualidad social de la asistencia al cine implica, en cierto sentido, un ir a encontrarse con pares, es decir, con iguales.

El cine nacional, por su parte, parece despertar una fuerte sensibilidad en la mayoría de estos espectadores. No sólo lo valoran por la “calidad técnica” con la que cuenta en los últimos años, sino fundamentalmente por ser portador de una “versión auténtica de lo nacional”. Este dato es sumamente relevante: mientras que en las encuestas nos encontramos con que las películas más vistas eran *El secreto de sus ojos* y *Carancho*, en las entrevistas se colocaban las producciones de Campanella en las antípodas de la forma propiamente nacional de la narrativa de Trapero o de la construcción de personajes y situaciones de Caetano, incluso cuando estos últimos hicieran uso de elementos de género. Esta es otra de las tensiones (la de género / narrativa nacional) que se irá resolviendo de maneras diversas y particulares en los discursos de los entrevistados. En última instancia, habría que señalar que el reconocimiento y atracción del público por “lo nacional”, muchas veces vinculado directamente con “lo real”, brinda información relevante acerca de las sensibilidades propias de las matrices culturales de este público y su posición en el espacio social.

Para nuestro trabajo construimos un corpus fílmico de los que consideramos algunas de las películas más representativas del nuevo cine argentino (y de sus directores) en lo referido a la tematización de la vida cotidiana y las producciones simbólicas

de los sectores populares: aquello que desde la crítica y desde los espectadores se ha definido como los problemas de la delincuencia, la marginalidad, el desempleo, el mundo carcelario, la violencia, etc. Tal como hemos planteado en nuestros diversos abordajes del objeto, uno de los ejes de esta puesta en escena de lo popular en la filmografía de estos directores fue el registro realista. No sólo por el recorte temático operado, que categoriza a Caetano y Trapero como parte de un modo de representación denominado "realismo social", sino fundamentalmente por una serie de opciones narrativas y formales, por un complejo entramado de elementos (lugares, personajes, musicalización, etc.) que asienta los filmes sobre efectos que anclan vigorosamente la representación fílmica en "lo real".

En este sentido, el hecho de que los asistentes relevados hayan recuperado la idea de "hablar sobre la realidad social" como uno de los puntos más fuertes para definir "aquello que estos dos directores tienen en común" no es menor. En las entrevistas, tal como pudimos observar, la percepción realista se anuda con la identificación de cuestiones técnicas, pero también con las sensaciones que genera la escenificación, la humanización de los personajes, la representación del mundo "cotidiano" (en contraposición a un cine argentino anterior que no lograba insertarse en ese flujo de lo mundano), y en una localización fuertemente nacional. En sus discursos, lo cotidiano aparece inmediatamente vinculado a la "vida de barrio", a las "cosas del pueblo", de la "gente humilde". Es sumamente significativo para nuestro trabajo que, para muchos de estos consumidores, la realidad en el cine sea equivalente a la realidad nacional y, más aún, que la realidad nacional (y la forma narrativa que a esta le corresponde) sea equivalente a la realidad cotidiana de los sectores populares.

Por otra parte, también es relevante plantear que, pensando en los términos y las estructuras de los espectadores, por nacional no debemos entender "propio". Lo nacional puede reconocerse como aquello que está "a la vuelta de la esquina", y

sin embargo, puede sentirse como un mundo totalmente ajeno, totalmente extraño, e incluso, a veces, repulsivo y rechazable.

Tal como lo hemos planteado al analizar esta escenificación, los personajes de sectores populares fueron puestos en la pantalla definidos por su condición de carencia y dominación: la privación en el uso del lenguaje (una falta que degrada y mortifica sin regenerar), la ausencia de racionalidad propia en la acción (un lugar predominantemente pasivo), la falta de códigos morales claros. Esto, más allá de la conocida crítica de los especialistas hacia cierta “celebración o idealización del margen” por parte de los realizadores.

La apelación a la carencia posee cierta efectividad sobre aquellos espectadores cuyas matrices están constituidas y atravesadas por narraciones épicas de la nacionalidad, por elementos moralizantes, por la valoración del “buen uso del lenguaje”, y por cierto pesimismo cultural sobre el presente juzgado desde los parámetros de un pasado nacional engrandecido. Esto se encadena con sanciones morales en sus discursos, vinculadas a criterios, estructuras valorativas y racionalidades propias de los sectores medios: la negativización absoluta del uso de la violencia, la sanción sobre el consumo de alcohol como “evasión de la realidad”, el reclamo de una falta de “cohesión de grupo”, etc.

De igual manera que la memoria histórica de los sujetos configura su interpretación fílmica, las trayectorias políticas de los espectadores moldean su percepción sobre lo representado en estas películas: algunos de los entrevistados pusieron en juego periodizaciones e interpretaciones que subsumían la realidad fílmica y los personajes a periodizaciones y esquemas correspondientes a su propia experiencia política.¹

Lo popular no puede definirse desde una perspectiva crítica como un bloque monolítico o unívoco ni como entidad absolutamente autónoma. La cuestión de la desigualdad y la in-

¹ En este sentido, sí consideramos que la categoría de habitus sirve para pensar en términos de cierta homogeneidad unas prácticas estructuradas en base a esquemas durables y trasladables, tal como los entiende Bourdieu.

corporación subjetiva de dicha condición desigual no pueden quedar afuera de la definición de aquello que se entiende por popular. Pero debemos recordar también que la subalternidad de las producciones simbólicas de los sectores populares está atravesada por la heterogeneidad y la no-sistematicidad, por la dominación y por su olvido. En este sentido, hablar de una hipótesis de ambivalencia para pensar la cultura popular nos llevó a recuperar planteos como el de Jesús Martín-Barbero, quien construye el objeto de la cultura popular a la vez como "memoria" y como "popular-masivo". Este primer sentido habilita a concebir lo popular como sistemas de representaciones y prácticas que se construyen también en interacciones situadas, y que habilitan reelaboraciones simbólicas de sus condiciones sociales mediadas por las matrices culturales o epicentros reguladores de sus subjetividades.

Si la fuerza es un elemento que adquiere significación inserta en la matriz cultural de los sectores populares -desde el punto de vista de los espectadores de estas películas- la "violencia" fue, por momentos, rechazada, y por momentos comprendida como recurso y herramienta política de lucha. De igual manera, si la expectativa de cierta reciprocidad en los sectores populares funcionaba como parte de los saberes previos de los consumidores, la variedad de respuestas que los filmes plantean (por ejemplo, el vacío de racionalidad moral en el asalto al inválido, por un lado, y la carrera moralizante en el personaje del Cordobés, por el otro, en *Pizza, birra, faso*) encuentran también reconocimientos diferenciales entre los espectadores, mediados por las experiencias militantes, de trabajo o de consumos cinematográficos generales de cada uno.

Respecto a la forma en la que estos espectadores se posicionan frente a las historias de los filmes, encontramos que aquellas trayectorias que presentaban experiencias vivenciales que se vinculan a las imágenes de las películas (por ejemplo, la de trabajar en el conurbano bonaerense) producían un rechazo por los estilos de representación y las temáticas trabajadas en los filmes. Encontramos, en algunos casos, cierto reclamo de

discontinuidad en la expectación entre el “consumo cinematográfico” (arte) y la “vida cotidiana”. Contrario a lo que esperábamos, la posibilidad de interpretar algunas historias o imágenes a partir de una memoria basada en experiencias subjetivas “propias” produjo muchas veces “rechazo o repugnancia” antes que un proceso de identificación.

De esta manera, entendemos que las prácticas de apropiación pueden leerse mediados por habitus de fracciones intelectuales de clase media: estos consumos cinematográficos presentan ciertas expectativas sobre cómo deben comportarse los personajes populares en la imagen fílmica (memoria histórica basada en una narración o épica nacional, en una concepción macropolítica militante, en saberes fílmicos adquiridos en la trayectoria de cada espectador, etc.), sobre cómo deben ser representados a nivel artístico (concepciones generales sobre el sentido del arte), al mismo tiempo que perciben como “distante” esta interrelación entre su propia posición y la de estos sectores populares representados. Los espectadores de los filmes de Caetano y Trapero, de esta forma, elaboran simbólicamente sus propias condiciones de vida en interacción [conflictiva] tanto con los sectores hegemónicos como con los populares. Cuando por alguna razón esta distancia se rompe (por ejemplo, por experiencias subjetivas directas con sectores en situación de marginalidad), esto produce un conflicto en la sensibilidad y en el visionado de los filmes.²

Por último, no encontramos tan claramente (como gran parte de la bibliografía plantea) una visión “edulcorada” o “idealizada” de la marginalidad. No podríamos sancionar en nuestro trabajo un carácter “populista” en el visionado de estos filmes. Pero cada vez que una actitud más bien contemplativa y celebratoria tuvo lugar en los discursos de los entrevistados, se tendió a reforzar la idea de nuestro epígrafe. La pobreza como

² En nuestra interpretación, no se rompería esta discontinuidad en las apropiaciones basadas en experiencias militantes que trasladan la lógica propiamente política al visionado de los filmes, ya que más que contenido “vivencial”, esta lógica está cargada de contenido “teórico”, con lo cual posee, en nuestro esquema, un estatuto similar a lo que pensamos como “saber fílmico”.

paisaje, la violencia como objeto dispuesto para la mirada, la marginalidad como festejo, suponen casi siempre la existencia de un observador separado, de un espectador contemplativo. El consumo de este cine muchas veces reproduce –de manera relacional, compleja y contradictoria- la mirada de observadores del pueblo: observadores separados por la distancia social de sus relaciones, por la distancia simbólica de las representaciones, y por los imaginarios que sobre dichas distancias se construyen.

CAPÍTULO 10

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

ABU-LUGHOD, L., "La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión", *Etnografías Contemporáneas*, Año 1, N°1, Buenos Aires, 2005.

ADORNO, T. W. y HORKHEIMER M., *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, Madrid, Akal, 2007.

AGUILAR, G., *Otros mundos. Un ensayo sobre el nuevo cine argentino*, Buenos Aires, Santiago Arcos Editor, 2006.

ALBARCES, P., "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular.", ponencia presentada en las *VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, 17 al 19 de octubre, Córdoba, 2002.

_____, *Crónicas del aguante. Fútbol, violencia y política*, Buenos Aires, Capital Intelectual, 2004.

ALBARCES, P. y AÑÓN, V., "¿Popular(es) o subalterno(s)? De la retórica a la pregunta por el poder", ALBARCES, P. y RODRIGUEZ, M. G., *Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós, 2008.

ALBARCES, P., AÑÓN, V. y CONDE, M., "Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina", ALBARCES, P. y RODRIGUEZ, M. G., *Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós, 2008.

ALGRANTI, J., "Productores producidos. Reflexiones en torno a los circuitos de producción en el nuevo cine argentino", AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009.

AMATRIAIN, "Introducción", en AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009.

ANGENOT, M. *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*, Córdoba, Editorial UNC, 2010.

APPADURAI, A., “Introducción: Las mercancías y la política del valor”, APPADURAI, A. (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México DF, Grijalbo, 1991.

APREA, G., *Cine y políticas en Argentina. Continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia*, Buenos Aires, UNGS-Biblioteca Nacional, 2008.

AUYERO, J., “El lugar de la cultura en la sociología norteamericana”, AUYERO, J. (comp.), *Caja de herramientas. El lugar de la cultura en la sociología norteamericana*, Quilmes, UNQ, 1999.

BADIOU, A., “El cine como experimentación filosófica”, en YOEL, G., *Pensar el cine 1. Imagen, ética y filosofía*, Buenos Aires, Manantial, 2004.

BAJTIN, M., *La cultura popular en la edad media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Madrid, Alianza Editorial, 1989.

BENJAMIN, W., “La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica”, en *Discursos Interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*, Madrid, Taurus, 1989.

BERGER P. y LUCKMANN, T., *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

BERGSON, H. *Materia y memoria. Ensayo sobre la relación del cuerpo con el espíritu*, Buenos Aires, Cactus, 2006.

_____, *La evolución creadora*, Barcelona, Planeta Agostini, 1985.

BOURDIEU, P., “Espacio social y génesis de las «clases»”, *Sociología y Cultura*, México DF, Grijalbo, 2002.

_____, “Algunas propiedades de los campos”, *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires, Quadrata, 2003.

_____, "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística", *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires, Quadrata, 2003.

_____, "Los tres estados del capital cultural", *Campo de poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de las clases*, Córdoba, Ferreyra Editor, 2006.

_____, *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 2006.

_____, *Cosas dichas*, Barcelona, Gedisa, 2007.

_____, *El sentido práctico*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.

_____, "Consumo cultural", *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.

_____, "El mercado de los bienes simbólicos", *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.

_____, "Sociología de la percepción artística", *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.

BOURDIEU, P. y PASSERON, J. C., *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, México DF, Fontamara, 1998.

BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., "El propósito de la sociología reflexiva", *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005.

CALLEJO, J., "Elementos para una sociología del consumo", *Papers*, Nro. 49, Madrid, 1995.

CAMPERO, A., *Nuevo Cine Argentino. De Rapado a Historias Extraordinarias*, Buenos Aires, UNGS-Biblioteca Nacional, 2009.

CASETTI, F., *Teorías del cine*, Madrid, Cátedra, 2005.

CASSETTI, F. y DI CHIO, F., *Cómo analizar un film*, Barcelona, Paidós, 2007.

DE CERTEAU, M., *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*, México DF, Universidad Iberoamericana, 1996.

DEBORD, G., *La sociedad del espectáculo*, Buenos Aires, La Marca, 2008.

DELEUZE, G., *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*, Barcelona, Paidós, 1984.

DELEUZE, G., *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*, Barcelona, Paidós, 1996.

DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B., *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México DF, Grijalbo-CNCA, 1990.

GARCÍA CANCLINI, N., *Las culturas populares en el capitalismo*, México DF, Nueva Imagen, 1982.

_____, *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México DF, Grijalbo, 1990.

_____, “Del cine al espacio audiovisual”, GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994.

_____, “Notas para posibles conclusiones”, GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994.

_____, “El consumo cultural: una propuesta teórica”, SUNKEL, G. (coord.): *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999.

_____, "La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", BOURDIEU, P., *Sociología y Cultura*, México DF, Grijalbo, 2002.

_____, *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Grijalbo, 2004.

GETINO, O., *Las industrias culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Colihue, 1994.

_____, *Cine iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo*, Buenos Aires, INCAA-CICCUS, 2007.

GIBAJA, R., *El Público de arte*, Buenos Aires, Eudeba, 1964.

GRAMSCI, A., *Literatura y vida nacional*, Buenos Aires, Las Cuarenta, 2009.

GRIGNON, C. y PASSERON J. C., *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y Populismo en sociología y literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1991.

GRIMSON, A. y VARELA, M., "Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina", MATO, D. (coord.), *Estudios y Otras prácticas intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, Caracas, CLACSO, 2001.

GUTIÉRREZ, A. *Pierre Bourdieu. Las prácticas sociales*, Posadas, Dirección General de Publicaciones UNC- Editorial Universitaria UNM, 1997.

_____, "Clases, espacio social y estrategias: una introducción al análisis de la reproducción social en Bourdieu", BOURDIEU, P., *Campo de poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de las clases*, Córdoba, Ferreyra Editor, 2006.

_____, "A modo de introducción: los conceptos centrales en la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", BOURDIEU,

P., *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.

GUTIÉRREZ, L. y ROMERO, L. A., *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2007.

HALL, S., "Encoding and Decoding in Television Discourse", *Policopia*, N° 7, Birmingham (Versión original). Traducción (mimeo) del capítulo 10, de Carlos Rusconi y Ariadana Cantú, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Río Cuarto, 1973.

_____, "Notas sobre la deconstrucción de «lo popular»", SAMUEL, R. (ed.), *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Crítica, 1984.

JAMESON, F. *Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós, 1991.

_____, *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Buenos Aires, Manantial, 2002.

KRACAUER, S. *Teoría del cine. La redención de la realidad física*, Barcelona, Paidós, 1989.

KRIEGER, C. "Estrategia de inclusión social en el cine argentino", *Cuadernos de Cine Argentino 1: Modalidades y representaciones de sectores sociales en la pantalla*, Buenos Aires, INCAA, 2005.

_____, *Cine y peronismo. El estado en escena*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009.

LANDI, O., VACCHIERI, A. y QUEVEDO, L. A., *Públicos y Consumos Culturales de Buenos Aires*, Documentos CEDES N° 32, Buenos Aires, CEDES, 1990.

LULL, J., *Medios, comunicación y cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

MANTECÓN, A. R., "Los públicos de cine", GARCÍA CANCLINI, N. (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México DF, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994.

MARCUSE, H., *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1985.

MARTÍN-BARBERO, J., *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, México, Gustavo Gili, 1987.

_____, "Recepción de medios y consumo cultural: travesías", SUNKEL, G. (Coord.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999.

_____, "Cultura popular", ALTAMIRANO, C. (Dir.), *Términos críticos en sociología de la cultura*, Barcelona, Paidós, 2002.

_____, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2004.

MARTÍNEZ, A. T., *Pierre Bourdieu. Razones y lecciones de una práctica sociológica*, Buenos Aires, Manantial, 2007.

MARX, K., *Contribución a la crítica de la economía política*, Ediciones Estudio, Buenos Aires, 1975.

MATA, M. C., *Públicos y Consumos Culturales en Córdoba*, Córdoba, CEA, 1997.

METZ, C., *El significante imaginario*, Barcelona, Paidós, 2001.

_____, *Ensayos sobre la significación en el cine*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Moderno, 1972.

MÍGUEZ, D., "Estilos musicales y estamentos sociales. Cumbia, villa y transgresión en la periferia de Buenos Aires", SEMÁN, P. y

MÍGUEZ, D. (ed.), *Entre santos, cumbias y piquetes: las culturas populares en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 2006.

MOGUILLANSKY, M. y RE, V., “Pactos, promesas, desencantos. El rol de la crítica en la génesis del nuevo cine argentino”, AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009.

MORLEY, D., *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu, 1992.

PALMA, J., “Clases y culturas populares en el nuevo cine argentino: miserabilismo, neopopulismo y fascinación”, ALBARCES, P. y RODRIGUEZ, M. G., *Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós, 2008.

PAZ GAGO, J. M., “Teorías semióticas y semiótica filmica”, *Cuadernos*, N° 17, Jujuy, 2001.

PEÑA, F., *90.- 60 Generaciones*, Buenos Aires, Ediciones de La Filmoteca, 2003.

PRIETO, A., *Sociología del público argentino*, Buenos Aires, Leviatán, 1956.

RANCIÈRE, J., “La palabra sensible. Sobre *Operai, contadini*”, YOEL, G., *Pensar el cine 1. Imagen, ética y filosofía*, Buenos Aires, Manantial, 2004.

SANCHEZ RUIZ, E., “Cine, televisión y video: Hábitos de consumo filmico en Guadalajara”, *Comunicación y Sociedad*, N° 22-23, Guadalajara, 1995.

SCRIBANO, A., *El proceso de investigación social cualitativa*, Buenos Aires, Prometeo, 2008.

SEMÁN, P., *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Buenos Aires, Gorla, 2006.

SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D., “Introducción: diversidad y recurrencia en las culturas populares actuales”, SEMÁN, P. y MÍGUEZ, D.

(ed.), *Entre santos, cumbias y piquetes: las culturas populares en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 2006.

SGAMMINI, M., *Televisión y vida cotidiana: la domesticación del cable en la Ciudad de Córdoba (1997 – 2001)*, Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Córdoba [mimeo], CEA-UNC, 2009.

SILVERSTONE, R., *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1994.

SORLIN, P., *Sociología del cine. La apertura hacia la historia del mañana*, México D.F, Fondo de Cultura Económica, 1985.

STEVENSON, N., *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

SUNKEL, G., "Una mirada otra. La cultura desde el consumo", *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, N° 4, Buenos Aires, 2006.

SVAMPA, M., *La Sociedad Excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*, Buenos Aires, Taurus, 2005.

TERRERO, P., "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada", *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, N° 4, Buenos Aires, 2006.

TORTEROLA, E., "El nuevo cine argentino en la encrucijada actual. Desequilibrios y desafíos en la industria cinematográfica nacional", AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009.

THOMPSON, E., *Costumbres en común*, Barcelona, Editorial Crítica-Grijalbo Mondadori, 1991.

TRAVERSA, O., *Cine: el significativo negado*, Buenos Aires, Hachette, 1984.

VERARDI, M. (2009), “El nuevo cine argentino: claves de lectura de una época”, AMATRIAIN, I. (coord.), *Una década de nuevo cine argentino (1995-2005)*. *Industria, crítica, formación, estéticas*, Buenos Aires, CICCUS, 2009.

WACQUANT, L., “Hacia una praxeología social: la estructura y la lógica de la sociología de Bourdieu”, BOURDIEU, P. y WACQUANT, L., *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005.

WEBER, M., *Economía y Sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, México DF, Fondo de Cultura Económica, 1992.

WILLIAMS, R., *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península, 1997.

WORTMAN, A., “Identidades y consumos culturales”, WORTMAN, A. (coord.), *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*, Buenos Aires, La Crujía, 2003.

_____, “Escenas de los consumos culturales en la Argentina”, AAVV, *Buscando Señal*, Córdoba, Centro Cultural España-Córdoba, 2009.

Fuentes

Consumos Culturales, Sistema Nacional de Consumos Culturales, Secretaría de Medios de Comunicación, Jefatura de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires, 2004. Dirección URL: [http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=grupocultural&cid\[\]=1](http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=grupocultural&cid[]=1).

[Consulta: 4 de abril de 2011]

“Encuesta BAFICI -7ma Edición-. Primeros resultados”, *Boletín Electrónico del oic*, Suplemento Especial N°4, Secretaría de Cultura Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales, Buenos Aires, 2005. Dirección URL: <http://www.buenosaires.gov>.

ar/areas/produccion/industrias/observatorio/boletin/gaceti-llaespecial4_bafici.htm.

[Consulta: 10 de noviembre de 2010]

"La cultura en cifras" en *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Economía y cultura*, Nro 1, Noviembre, Secretaría de Cultura-Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales-Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2004.

"La cultura en cifras", en *Observatorio. Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Cultura, Medios e Industrias Culturales*, Nro 3, Octubre, Secretaría de Cultura, Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2005.

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, Presidencia de la Nación. Dirección URL: <http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php>.

[Consulta: 15 de octubre de 2010]

Observatorio de Industrias Creativas, Ciudad de Buenos Aires. Dirección URL: <http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/system/contenido.php>.

[Consulta: 10 de noviembre de 2010]

Sistema de Información Cultural de la Argentina, Secretaria de Cultura, Presidencia de la Nación. Dirección URL: <http://sinca.cultura.gov.ar/>.

[Consulta: 10 de noviembre de 2010]

ANEXO 1

FICHA TÉCNICA DEL CORPUS FÍLMICO¹

¹ Las fichas diseñadas aquí se han realizado tomando como base sinopsis y datos de *cinacional.com* y *lahigera.net*. Los textos fueron modificados bajo la consideración de enfatizar historias que ponían en escena lo popular. El caso de otros filmes fichados aquí, se priorizó brindar datos básicos que permitieran ubicar a la película cronológica y técnicamente, sin ahondar en detalles.

1.1. Ficha técnica resumida de filmes de Caetano-Trapero seleccionados para el análisis semiótico

Título: *Pizza, birra, faso*

Año: 1997

Director: Bruno Stagnaro e Israel Adrián Caetano

Protagonistas: Hector Andrada (Cordobés), Jorge Sesan (Pablo), Pamela Jordan (Sandra), Alejandro Pous (Megabon), Walter Diaz (Fula).

Sinopsis: El Cordobés vive con sus tres amigos y su mujer embarazada, Sandra, en la misma casa. Esta banda de adolescentes marginales pulula por Buenos Aires viviendo del robo pero siempre dependen de alguien que los emplea y les quita la mayor parte del botín. La historia del filme cuenta los sucesivos intentos de los protagonistas por invertir esta situación y tomar las riendas de sus propios atracos.

Título: *Bolivia*

Año: 2001

Director: Israel Adrián Caetano

Protagonistas: Freddy Flores (Freddy), Rosa Sánchez (Rosa), Oscar Berteá (Oso), Enrique Liporace (Enrique), Héctor Andrada (Hector).

Sinopsis: Un relato de gente modestísima que habla de la crisis local. Freddy Flores aterriza en Buenos Aires dejando atrás, en Bolivia, lo que más ama: su familia. Llega como ilegal pero tiene el propósito de encontrar una vida más digna para él y para los suyos. Después de dar tumbos, consigue un puesto de parrillero en el bar de Enrique. En su pequeño rincón, Freddy atiende a la clientela habitual: el Oso, un taxista al que ahogan los problemas; su amigo Marcelo, también taxista; y Héctor, un

vendedor ambulante cordobés. Allí irá conociendo a la mesera, Rosa Sánchez, una mujer solitaria, venida de Paraguay, con la que estrechará un vínculo especial. Pasan los días en este pequeño bar y crece la tensión contra Freddy. Oscar “El Oso”, preocupado porque las deudas le pueden costar el taxi, va descargando su miedo sobre Freddy hasta un punto insoportable.

Título: *Un oso rojo*

Año: 2002

Director: Israel Adrián Caetano

Protagonistas: Julio Chávez (El Oso), Soledad Villamil (Natalia), Luis Machin (Sergio), Agostina Lage (Alicia).

Sinopsis: El Oso acaba de salir de la cárcel, y se encuentra con un mundo exterior diferente del que conoció. Al salir bajo palabra, el Oso piensa que es un buen momento para un nuevo comienzo. El Turco todavía le debe su tajada del robo que lo puso tras las rejas. Gracias a un ex-compañero de celda, consigue un empleo limpio en la agencia de remises de Guemes. El panorama de Oso no es alentador: Natalia, su mujer, trabaja de empleada doméstica y armó una nueva pareja con un desempleado con problemas de juego y con deudas generadas por las apuestas. Natalia vive ahora con Sergio, y Alicia apenas lo recuerda, pero el Oso está dispuesto a recuperarlas, o al menos a reparar los daños. De a poco se acerca a Alicia, la lleva al colegio, o a comer, mientras que Natalia, a pesar de estar en deuda con Sergio, no ha conseguido olvidarlo.

El Oso hace lo que puede para superar su torpeza y sus arranques incontenibles de violencia: un osito a pilas y un libro de cuentos para Alicia. Lo único que quiere es ayudarlas, pero nada es fácil en la ciudad que ve desde el remis. Tampoco en casa de Natalia: las cuentas no cierran a fin de mes, Sergio no encuentra trabajo y se endeuda en las carreras, tratando de salvarse. El futuro de Alicia está en juego

y El Oso cree que ha llegado el momento de hacerse cargo. El Turco lo tienta con un nuevo golpe seguro, Guemes trata de disuadirlo, y otra vez, la única salida para Oso está fuera de la ley. En resumen "Toda la plata es afanada" y "Hay que cuidar a la gente". Esto resume lo que ha aprendido Oso en los últimos años, tanto dentro como fuera de la cárcel.

Título: *Mundo grúa*

Año: 1999

Director: Pablo Trapero

Protagonistas: Luis Margani (Rulo), Adriana Aizember, Daniel Valenzuela, Roly Serrano.

Sinopsis: Rulo, un operador de grúas de cincuenta años, carga con dignidad el peso de una vida con demasiados sinsabores y algunos fugaces momentos de gloria. Hoy, divorciado y con un patético pero querible hijo adolescente a su cargo, trata de sostener su miserable departamento, enseñar a su hijo algo del valor del trabajo y luchar contra la amenaza del desempleo. En esa lucha el personaje conoce a una mujer con la que construye una relación de pareja, aunque luego debe emigrar al sur en busca de un trabajo.

Título: *El bonaerense*

Año: 2002

Director: Pablo Trapero

Protagonistas: Jorge Román (Zapa), Mimi Ardú (Mabel), Darío Levi (Gallo), Victor Hugo Carrizo (Molinari)

Sinopsis: EL Zapa es cerrajero en un pueblo pequeño de la Provincia de Buenos Aires. El pueblo es tranquilo, trabajo de cerrajería hay muy poco y las horas de trabajo pasan lentamente. El

Polaco, dueño del local, lo envía a abrir una caja fuerte en una oficina. Al día siguiente cae preso como responsable del robo al lugar. Su tío Ismael, policía Bonaerense retirado, lo saca de la comisaría y lo envía al Gran Buenos Aires con una carta de recomendación. Zapa se convierte en un joven aspirante a agente de la Policía Bonaerense. Zapa llega a su nueva ciudad. Toma el curso de preparación, trabaja en la comisaría, etc. Su vida se convierte en una extraña ficción con la que deberá convivir en el futuro.

Título: *Leonera*

Año: 2008

Director: Pablo Trapero

Protagonistas: Martina Guzman (Julia), Eli Medeiros (Sofía), Rodrigo Santoro (Ramiro), Laura García (Marta).

Sinopsis: Julia es acusada de la muerte de Nahuel e ingresada en la unidad penitenciaria donde se alojan las reclusas madres y embarazadas. Mientras espera a que nazca su hijo, ve pasar los días, abstraída y ajena. Dos mujeres se incorporan a su vida: Marta, una compañera de reclusión que ya ha criado dos hijos dentro de la cárcel y que se convierte en guía y consejera; la otra es Sofía, su propia madre, un personaje ambiguo con el que Julia se reencuentra después de muchos años. Sofía trata de reparar los errores del pasado, ayuda a su hija, le contrata un buen abogado, le lleva ropa para el bebé, y poco a poco restablece la relación con Julia. El hijo nace, se llama Tomás. La crianza en la cárcel es difícil. Sin embargo, Julia comienza a sentirse madre casi sin quererlo. Comprende que lo único que le importa es la nueva criatura que ahora la acompaña, que no hay para ella más vida que la de ese niño.

1.2. Ficha técnica resumida de filmes de Caetano-Trapero mencionados en las encuestas (sin análisis semiótico)

Título: *Familia Rodante*

Año: 2004

Director: Pablo Trapero

Sinopsis: Una familia (cuatro generaciones) liderada por la abuela, viaja en casa rodante al norte argentino para asistir al casamiento de unos parientes.

Título: *Nacido y criado*

Año: 2006

Director: Pablo Trapero

Sinopsis: Para Santiago, ser un exitoso diseñador de interiores no supera su rol de esposo de Milli y cariñoso padre de Josefina. El equilibrio de su cómoda vida urbana es desgarrado cuando una tragedia destroza su preciosa familia. Reapareciendo en un desolado aeropuerto, en los paisajes helados de la Patagonia e irreconocible, intenta adormecer su dolor con tareas tediosas. Atormentado por los fantasmas de un pasado inalterable, Santiago debe reconciliarse con el presente para mantenerse un paso adelante de la locura.

Título: *Crónica de una fuga*

Año: 2006

Director: Israel Adrián Caetano

Sinopsis: Thriller político acerca del caso real de un grupo de jóvenes que se escaparon del centro clandestino de detención de la dictadura conocido como Mansión Seré.

Título: *Francia*

Año: 2009

Director: Israel Adrián Caetano

Sinopsis: A Mariana no le gusta su nombre y se hace llamar Gloria. Sus padres se separaron antes de que ella cumpliera un año y hoy, como muchas parejas separadas, vuelven a vivir bajo el mismo techo sólo por no tener un trabajo digno. Son personas que nunca van a viajar muy lejos de sus hogares, que es donde se refugian, mal o bien, de todo lo feo que está afuera.

ANEXO 2 TABLAS

Tabla 1. Cantidad de asistentes al cine por año en las provincias según cantidad de habitantes. Argentina. Año 2005			
Provincia	Población 2005 (proyección)	Total Espectadores 2005	% Asistencia de espectadores por provincia en el año
Partidos del GBA	9085714	10.047.552	1,11
Resto Bs. As.	5.568.665	4.130.662	0,74
Chubut	445.458	366.609	0,82
Ciudad de Buenos Aires	3.018.102	11.888.649	3,94
Córdoba	3.254.279	3.381.178	1,04
Entre Ríos	1.217.212	88.756	0,07
Formosa	517.506	6.014	0,01
Jujuy	652.577	53.407	0,08
Neuquén	521.439	539.828	1,04
Río Negro	587.430	94.932	0,16
Santa Fe	3.177.557	2.837.381	0,89
Tierra del Fuego	115.286	124.521	1,08
Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC y el SICA			
Nota:			
1. Han sido excluidos los espectadores ambulantes, dado que a la información no es posible desagregarla			
2. La proyección poblacional es realizada por el INDEC.			

Tabla N° 2. Salas cinematográficas registradas en Córdoba Capital

Nombre: AZUL CINE CIUDAD DE LAS ARTES

Dirección: AV. RICCHIERI Y CONCEPCION ARENAL

Empresa Exhibidora: AGENCIA CÓRDOBA CULTURA S.E.

Pantallas: 1

Fuente: INCAA

Nombre: BABYLON CINEMAS

Dirección: TABLADA 70

Empresa Exhibidora: CORDEIRO JORGE ANTONIO

Pantallas: 1

Nombre: BLUE COMET III

Dirección: ALVEAR 161 /163

Empresa Exhibidora: BLUE COMET 3-ESPINDOLA, GERARDO

Pantallas: 1

Nombre: CINE CLUB MUNICIPAL HUGO DEL CARRIL

Dirección: BV. SAN JUAN 49

Empresa Exhibidora: MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA

Pantallas: 1

Butacas: 200

<p>Nombre: CINEMA NUEVO CENTRO</p> <p>Dirección: DUARTE QUIROS 1400</p> <p>Empresa Exhibidora: HOYT'S GENERAL CINEMA DE ARGENTINA S.A.</p> <p>Pantallas: 8</p> <p>Butacas: 1358</p>
<p>Nombre: CINERAMA</p> <p>Dirección: AV. COLON 345</p> <p>Empresa Exhibidora: CIA. CINEMATOGRAFICA CENTRO S.A.</p> <p>Pantallas: 4</p>
<p>Nombre: DINOSAURIO MALL</p> <p>Dirección: RODRIGUEZ DEL BUSTO 4086</p> <p>Empresa Exhibidora: DINOSAURIO S.A.</p> <p>Pantallas: 7</p>
<p>Nombre: VIP ´S CINEMA</p> <p>Dirección: SANTA ROSA 212</p> <p>Empresa Exhibidora: AGUILAR CARMEN JOSEFINA</p> <p>Pantallas: 1</p>
<p>Nombre: TEATRO CÓRDOBA CINE PARA VER</p> <p>Dirección: 27 DE ABRIL 275</p> <p>Empresa Exhibidora: RODRIGUEZ ALLENDE, MARIA I.</p> <p>Pantallas: 1</p> <p>Butacas: 210</p>

Nombre: TAO SEX

Dirección: RIVADAVIA 219

Empresa Exhibidora: CANAVESIO, JUAN PABLO

Pantallas: 1

Nombre: SUNSTAR CINEMAS

Dirección: Boderau y Ricardo Rojas

Empresa Exhibidora: SUNSTAR S.A.

Nombre: ESPACIO INCAA KM 700, CIUDAD DE LAS ARTES

Dirección: AV. RICCHIERI ESQ. CONCEPCION ARENAL B° ROGELIO MARTINEZ

Empresa Exhibidora: AGENCIA CÓRDOBA CULTURA S.E.

Pantallas: 1

Fuente: INCAA-GOB. PCIA. CÓRDOBA

Butacas: 600

Nombre: NUEVO ADAN 1

Dirección: AV. OLMOS 338

Empresa Exhibidora: MAYO EMILIO ANGEL RAMÓN

Pantallas: 1

Fuente: INCAA

Nombre: GRAN REX

Dirección: AV. GRAL PAZ 174 PISO 1

Empresa Exhibidora: DE PORRAS, MARÍA DEL ROSARIO A.

Pantallas: 6

<p>Nombre: GRAN REX 8 Y 1/2</p> <p>Dirección: RIVERA INDARTE 139</p> <p>Empresa Exhibidora: DE PORRAS MARÍA DEL ROSARIO A.</p> <p>Pantallas: 2</p>
<p>Nombre: ORFEO SUPERDOMO CÓRDOBA</p> <p>Dirección: AV. LA CORDILLERA 3450</p> <p>Empresa Exhibidora: DINOSAURIO S.A.</p> <p>Pantallas: 1</p>
<p>Nombre: PATIO OLMOS</p> <p>Dirección: AV. VELEZ SARFIELD 361</p> <p>Empresa Exhibidora: CINEMAS HOYTS DE LA ARGENTINA S.A.</p> <p>Pantallas: 7</p> <p>Butacas: 987</p>
<p>Nombre: SALA EPEC</p> <p>Dirección: LA TABLADA 350 PB</p> <p>Empresa Exhibidora: EMPRESA PROVINCIAL DE ENERGÍA DE CÓRDOBA</p> <p>Pantallas: 1</p>
<p>Nombre: SALÓN DE ACTOS</p> <p>Dirección: HAYA DE LA TORRE S/N</p> <p>Empresa Exhibidora: UNIV.NAC.DE.CBA - SEC.EXT.UNIV</p> <p>Pantallas: 1</p> <p>Fuente: INCAA</p> <p>Butacas: 1200</p>

Nombre: SHOWCASE

Dirección: J. A. GOYECHEA 2851

Empresa Exhibidora: N.A.I INTERNAC.II INC SUC ARG

Pantallas: 12

Nombre: DINOSAURIO MALL RUTA 20

Dirección: Av. Julio Roca y Rio Negro

Empresa Exhibidora: DINOSAURIO S.A.

Pantallas: 7

Nombre: CINEFILO BAR

Dirección: San Juan 1020

Empresa Exhibidora: Rosendo Ruiz e Inés Moyano

Salas: 1

Fuente: elaboración propia en base a datos de campo y a la información disponible en el SINCA

<p>Nombre: SHOWCASE</p> <p>Dirección: J. A. GOYECHEA 2851</p> <p>Empresa Exhibidora: N.A.I INTERNAC.II INC SUC ARG</p> <p>Pantallas: 12</p>
<p>Nombre: DINOSAURIO MALL RUTA 20</p> <p>Dirección: Av. Julio Roca y Rio Negro</p> <p>Empresa Exhibidora: DINOSAURIO S.A.</p> <p>Pantallas: 7</p>
<p>Nombre: CINEFILO BAR</p> <p>Dirección: San Juan 1020</p> <p>Empresa Exhibidora: Rosendo Ruiz e Inés Moyano</p> <p>Salas: 1</p>
<p>Fuente: elaboración propia en base a datos de campo y a la información disponible en el SINCA</p>

Tabla N° 3. Distribución de la muestra por edad, sexo y lugar de realización													
EDAD	Estudiantes de Carrera de Cine y TV		Salas Comerciales		Espacio INCAA		Cine Club Municipal Hugo del Carril		Cine Teatro Córdoba		TOTAL		
	Varón	Mujer	Varón	Mujer	Varón	Mujer	Varón	Mujer	Varón	Mujer	Varón	Mujer	
17 a 22	7	8	0	3	1	2	10	10	0	1	18	24	42
23 a 28	5	6	1	4	3	7	8	16	3	2	20	35	55
29 a 34	0	1	0	1	2	0	1	3	1	1	4	6	10
35 a 40	0	0	1	1	2	1	2	1	1	1	6	4	10
41 o más	0	0	1	0	4	4	4	5	2	4	11	13	24
SUBTOTAL	12	15	3	9	12	14	25	35	7	9	59	82	
Total	27		12		26		60		16		141		
n=145, n válidos=141, datos perdidos=4													

Tabla N° 4. Video. Alquiler total de unidades y según formatos anuales. Argentina. 2002-2005

Formato	2002	2003	2004	2005
VHS	353.881	469.406	482.803	382.832
DVD	149.216	186.083	484.050	785.135
TOTAL	503.097	655.489	966.853	1.167.853

Fuente: Elaboración propia en base a datos del IVC-OIC / GCBA.

Tabla 5. Resumen de trayectorias de entrevistados

Entrevistado	Descripción
María	25 años. Estudiante de Cine en la UNC. Militante del Partido Obrero y participante de Ojo Obrero (un colectivo de realización orgánico al partido). Oriunda de Salta. El primer contacto con la entrevistada tuvo lugar en un encuentro de la Coordinadora Antirrepresiva en la Biblioteca Popular Bella Vista. Articula trayectorias cinéfila y militante. La entrevista se realizó en el bar de la Escuela de Ciencias de la Información.
Javier	48 años. Programador de un Cine Club en Cinéfilo Bar. Militante de Partido Obrero. Gestor Cultural. Participante del Coro de la Escuela San José (institución educativa privada). El contacto con el entrevistado fue sugerido por María. Articula trayectoria a la vez cinéfila, melómana y militante. La entrevista se realizó en un bar del centro escogido por el entrevistado.

Gastón	26 años. Estudiante de Fotografía en Escuela Superior de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo. Su hermano es Licenciado en Cine. Posee un grupo de amigos con los que ve cine. A partir de un conocido en común (parte del grupo con el cual ve películas) llegó al entrevistado. La entrevista se realizó en su casa.
Jorge	20 años. Estudiante de Letras Modernas y de Teatro en la UNC. Hijo de una empleada del Cine Club Municipal Hugo del Carril. Es parte del elenco de algunas obras que se exhiben en el mismo espacio cultural. La entrevista se realizó en el bar del Cine Club.
Luna	25 años. Ex estudiante de Sociología y Geografía. Realizó más de 4 cursos en el Cine Club Municipal Hugo del Carril. Forma parte del Colectivo Artístico Insurgentes. Nacida en Buenos Aires, de niña se traslada a Córdoba con su familia. Se contacta durante el relevamiento realizado con el instrumento de las encuestas. La entrevista se realizó en la casa del investigador.
Federica	51 años. Ingeniera Civil. Docente de nivel medio. De padres ingenieros con una fuerte cultura anti-peronista. Su esposo es psicoanalista. Su ex-esposo era crítico de cine en el diario <i>La Nación</i> . Vivió y trabajó un tiempo en el conurbano bonaerense. El contacto con la entrevistada se realiza por un conocido en común. La entrevista se realizó en un bar del centro propuesto por el tesista.

Pablo	24 años. Estudiante de cine. Ex empleado del Cine Club Municipal Hugo del Carril. Actualmente trabaja realizando la edición de un programa televisivo y atendiendo el Video Club Córdoba, uno de los más importantes de la ciudad. Sus padres son docentes universitarios. Su padre en particular está vinculado al campo de la cinematografía. El entrevistado era conocido del investigador y la entrevista se realizó en un bar del centro propuesto por éste último.
Valentina	23 años. Estudiante de Letras Modernas. Asistente habitual del Cine Club Municipal y del Cine Teatro Córdoba. Su madre es docente de nivel medio. Su padre es oriundo de Frías, un pequeño pueblo en la provincia de Santiago del Estero. La entrevistada surge del relevamiento realizado con el instrumento de encuestas. La entrevista se realiza en un bar del centro propuesto por la entrevistada.
José	18 años. Estudiante de nivel medio. Cursa en el Instituto Modelo, que cuenta con la orientación en Comunicación. Asistente habitual del Cine Club Municipal y del Cinéfilo Bar. Su padre es docente universitario de la carrera de Comunicación y comparte con él su cinefilia. El entrevistado surge del relevamiento realizado con el instrumento de encuestas. La entrevista se realiza en el bar del Cine Club.

GRUPO FOCAL	Se organizó como una jornada ampliada del curso “Cine y Sociología”, en la sala chica del Cine Club Municipal. Al mismo asisiteron los docentes (licenciados en Letras Modernas), dos estudiantes de Cine (todos ellos cordobeses), y un colocador de pisos de madera, profesor de lengua francesa, oriundo de Buenos Aires, que asistió al curso. La dinámica consistió en proyectar la película <i>Pizza, birra, faso</i> , para luego discutir tomándola como base. El investigador fue asistido por Álvaro Michelli (estudiante de la carrera de Sociología) en el registro durante la jornada.

Encontranos en



www.eduvim.com



eduvim



www.eduvim.com/blog



@eduvim



editorialLeduvim

Buscanos en

Librería Universitaria Centro

Chile 253 - Villa María (Cba.) CP 5900

☎ +54 (353) 4539145

Librería Universitaria Medioteca

Av. Sabattini 40 - Villa María (Cba.) CP 5900

☎ +54 (353) 4539118

Librería Universitaria Campus

Arturo Jauretche 1555 - Villa María (Cba.) CP 5900

librecampus@gmail.com

Librería Universitaria Córdoba

Félix Frías 60 - Córdoba Capital - CP 5004

libreriauniversitaria.cba@gmail.com

☎ +54 (351) 4265713

Librería Universitaria San Francisco

Trigueros 151 - San Francisco (Cba.) CP 2400

libreriauniversitariacusf@gmail.com

Librería Universitaria Villa del Rosario

Rioja 730 - Local 3 - Terminal de Omnibus - Villa del Rosario (Cba.) CP 5963

luvilladelrosario@gmail.com

Distribuidora Córdoba

ventaseduvimcba@gmail.com

☎ +54 (351) 4265713

Distribuidora Tramas

Piedras 575 - Planta Baja (CABA)

Contacto: Silvia Barrios - silfeba@gmail.com

☎ +54 9 (11) 53277306 / +54 (11) 43454774

Primeros Pasos es una colección de libros dedicada íntegramente a la publicación de Trabajos Finales de Grado o producciones académico-científicas de los jóvenes investigadores de la Universidad Nacional de Villa María (Córdoba-Argentina). A través de ella, nos proponemos difundir la producción de las nuevas generaciones de investigadores y graduados de nuestra Universidad Nacional, convencidos que estas publicaciones son los **Primeros Pasos** de sus ya exitosas trayectorias. Una apuesta a ese futuro mejor con el que todo universitario debe soñar. Esa es nuestra apuesta como Editorial y nuestra certeza como Universidad.

Gonzalo Assusa es Licenciado en Sociología por la UNVM y Doctor en Ciencias Antropológicas por la UNC. Actualmente se desempeña como becario posdoctoral en el Instituto de Humanidades de CONICET-UNC. Su tesis doctoral trató sobre la problemática de la “cultura del trabajo” entre jóvenes de clases populares. Actualmente investiga sobre desigualdad de clases y diferenciación simbólica en la sociedad cordobesa contemporánea. Ha publicado artículos individuales y colectivos en revistas académicas de Argentina, Chile, Brasil, Colombia y España, y capítulos de libro editados por Miño y Dávila, CLACSO y Eduvim. Colabora con las revistas “Salida al mar”, “Islandia” y “La tinta”.

**COLECCIÓN
PRIMEROS
PASOS**



**Universidad
Nacional
Villa María**

ISBN 978-987-1330-89-8



9 789871 133089