



Tipo de documento: Tesis de Doctorado

Título del documento: Las clases medias argentinas y democratización cultural : análisis de su devenir a partir de la conformación del público de cine, televisión y centros culturales autogestionados

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Ana Wortman

Mónica Beatriz Lacarrieu, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2011

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Ana Wortman

TITULO

Las clases medias argentinas y democratización cultural.

Análisis de su devenir a partir de la conformación del público de cine, televisión y centros culturales autogestionados

*Para optar por el título de
Doctora en Ciencias Sociales*

*Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires*

Directora: Dra. Mónica Lacarrieu

Buenos Aires

2008

Resumen

El propósito de esta tesis es demostrar las transformaciones que ha experimentado el vínculo de las clases medias con los bienes artístico-culturales en el contexto de la crisis social que atraviesa la sociedad argentina desde hace más de tres décadas, agudizada radicalmente en la última. Esta compleja cuestión será abordada a partir del análisis de cómo se han ido conformando los públicos de la cultura de distinta naturaleza como resultado de diferentes formas dominantes de la producción cultural, constituidos en tres momentos históricos emblemáticos de su historia social y cultural durante las últimas décadas del siglo XX y comienzos del siglo XXI.

Se tendrán en cuenta para el análisis de la historia de la conformación de públicos de las clases medias, tres ámbitos diferentes, atravesados por distintas estructuras de sentimiento —siguiendo a Williams—: los públicos de cine, los públicos de la TV por cable y la aparición de nuevos públicos de espacios culturales alternativos como así también la proliferación de productores culturales. La pregunta que surge entonces es de qué modo se ha modificado cierta identificación de clase con los bienes simbólicos en el contexto de transformación radical de la estructura de clases en la sociedad argentina, y de importantes cambios en la escena cultural. Hacer referencia a estructuras del sentimiento implica articular lo objetivo con lo subjetivo en la materialidad de lo cotidiano; según Williams (1977:155): “significados y valores tal como son vividos y sentidos activamente... pensamiento tal como es sentido y sentimiento tal como es pensado, una conciencia práctica de tipo presente, dentro de una continuidad viviente y relacionada”.

La perspectiva de las estructuras de sentimientos nos permite hablar en términos de sensibilidades. En el contexto de estos temas y problemas, se abordarán, en primer lugar, los siguientes interrogantes: ¿qué vinculación ha existido entre la conformación de públicos de cine y el devenir de las clases medias en la Argentina? ¿Qué peculiaridad han adquirido en su estrecha relación con el hábito de ir al cine y del acceso a distintas esferas de la cultura? ¿Qué lugar ocupaba el cine en la salida de las clases medias, cómo se ha transformado, qué formas adquiere ahora? Dada la profundidad de los cambios culturales de la sociedad argentina de los últimos treinta años: ¿qué tipo de cine se consumía y qué tipo se consume ahora? ¿Qué relación se puede establecer entre el estilo de vida de las clases medias (surgidas en el marco

de la fuerte presencia del Estado hasta la década del setenta) y consumos culturales, y cómo aquel se modifica a partir del debilitamiento del Estado y la creciente presencia del mercado en la vida social?

En segundo lugar se abordará la cuestión de la relevancia que ha tenido el consumo masivo de TV por cable en los años noventa. Discutiré el supuesto acerca de que el éxito de este consumo suele estar asociado a la disminución del consumo cultural en el espacio público. Otra explicación de su alcance podría estar vinculada a la temprana receptividad de la sociedad argentina a las innovaciones tecnológicas (Sarlo, 1992) y al gusto por la diversificación y el contacto con el resto del mundo característico de la sociedad argentina. Tanto el consumo de cine como de TV por cable están atravesados por el éxito local de las tecnologías y también condicionados por la dinámica económica concentracionaria.

En contraposición con estas esferas del consumo, en tercer lugar, aparecen otras que dan cuenta de formas nuevas pero que a la vez parecen revivir acciones culturales previas a la década del cuarenta. En el marco de la feroz destrucción del lazo social, como consecuencia de la violencia política y el neoliberalismo, emergen formas de asociación cultural que parecen retomar prácticas de la cultura obrera, en un contexto de debilitamiento de esta clase, las cuales se caracterizan por su dinamismo, creatividad, etcétera. Una selección de centros culturales barriales, acciones culturales de organizaciones de ayuda social, cooperativas de teatro y mutuales constituyen el foco de esta tesis en ese ámbito.

Me pregunto si estas manifestaciones recientes dan cuenta de cierta cultura residual, siguiendo los conceptos planteados por Williams (1980) para el análisis de la cultura, o suponen una cultura emergente, de preemergencia activa, y por lo tanto podrían abordarse como formas de resistencia con tono crítico a la hegemonía cultural neoliberal. Si bien los cambios culturales que ha experimentado el mundo occidental inciden en general en la proyección de los horizontes vitales, la radicalidad, extensión, duración y profundidad de la crisis social argentina debe haber modificado *habitus*, prácticas, estructuras de clases, estilos de trabajo en una forma singular que habrá que dilucidar.

Cultural consumption, middle classes and social crisis: cinema, privately owned TV stations and cultural centers

Summary

In this thesis I show the significance of the reduction of movie theater attendance during the last thirty years in relation to national as well as global processes. This study is done under the context of cultural consumption by part of Argentine middle classes during the XXth century.

I focus this analysis on the examination of two simultaneous processes: 1) on one hand, a process of cultural modernization that has been taking place in diverse spheres of society subsequent to the implementation and diffusion of new technologies throughout culture. There has also been observable changes in the ways (films) movie theater attendance (film production) is being presented, such as the opening of multiplex cinemas in shopping malls located in the city of Buenos Aires; I will refer to the significance of cinema in Argentine society and its relation to other forms of cultural consumption in a context of middle-class consolidation and citizen formation.

2) On the other hand, there has been a marked increase in social inequality, fragmentation of middle classes and the expansion of poverty. I will explore, therefore, how democratic cultural consumption is being presented across the spectrum of the fine arts, as in the case of cinema attendance (Benjamín , Williams), which is now situated in urban settings as an upper-middle class consumption, typically taking place in shopping malls. I consider changes taking place in the ways cinema attendance is presented under the context of social and cultural transformation in Buenos Aires.

Historically, Argentine society has been a direct recipient of Western cultural trends – since very early in the continental (Latin American) context: this also meant strong citizen rights demands. In the 90s, political and economic hardship negatively affected the installation of basic latter-day capitalist values, obliterating all at once the interventionist role of the State as social regulator.

The second part of this thesis refers to the middle classes and the increasing importance of cultural consumptions at home. From the seventies on, private TV stations are

one of the most important producers of cultural contents, its changing role made possible by neoliberal economical policies favored by governments. In that context I consider the impact of new technologies on the production of images and its relationship with the emergence of a new type of cultural viewer. This new type of cultural consumption shows itself as a parallel phenomenon with the transformation of Argentine society, regarding the polarization of society and the appearance of an impoverished middle class.

Finally, we refer to recurrent social and institutional crisis marking Argentina's recent history. In this context we take into account the appearance of communal cultural centers, organized independently from private, State and governmental policies and interests. These centers are promoted by qualified professional and non professional managers belonging to the middle classes, in many cases as a way for coping with unemployment. These centers show us a changing social meaning of culture.

Índice

Introducción.....	10
a) Fundamentación.....	12
b) Metodología.....	21
Capítulo 1. Las clases medias como actores determinantes de una forma singular del campo cultural argentino	
1.1 Las clases medias en la Argentina.....	25
1.2 Campo cultural y clases medias.....	29
1.3 Clases medias y cultura en la Argentina.....	33
Capítulo 2. La constitución de un campo de estudios sobre los consumos culturales en América Latina y la Argentina. Inscripción de la problemática abordada en esta perspectiva.....	39
2.1 En torno a la complejidad del concepto de consumo cultural.....	44
2.1.1 ¿Qué es lo que sabemos sobre los consumos culturales en la Argentina?.....	47
2.1.2 Hay datos aislados, pero no investigaciones continuas.....	50
Capítulo 3. Clases medias y cine en la Argentina. Aportes para pensar el tema en las primeras décadas del siglo XX.....	52
3.1 Modernidad cultural y la emergencia del cine, una aproximación teórica.....	53
3.2 Cine en la Argentina, masividad y homogeneidad del público.....	58
Capítulo 4. Las modernizaciones social y cultural conviven en las clases medias durante los años sesenta. Las clases medias se van al paraíso: consumos culturales, cine y libros.....	64
Capítulo 5. El comienzo de la disminución de las salas de exhibición: transformación de las formas de ver cine. Contexto socio imaginario en el que aparece la televisión por cable.....	72
Capítulo 6. Impacto de la transición democrática en la esfera cultural.....	79
6.1. El cine en el contexto de la crisis de los consumos culturales.....	82

Capítulo 7. El cambio cultural de los noventa. El imperio de los medios de comunicación en el hogar.....	86
7.1. En torno a la subjetividad: del hombre ilustrado al hombre electrónico.....	95
7.2. La cuestión de la globalización cultural.....	108
7.2.1. Redefinición del concepto de campo cultural a la luz de procesos de globalización cultural.....	111
7.3 Mercado y medios. Alcances en la Argentina.....	115
7.4 TV y crisis social: mirando la televisión mientras el país se derrumba.....	120
7.4.1. Televisión, nuevas sensibilidades.....	124
7.5 La televisión y otros consumos culturales. La consagración de las nuevas tecnologías	127
Capítulo 8. Imaginarios de las clases medias empobrecidas, el impacto de la movilidad social descendente.....	132
8.1 Las clases medias, revisitadas en el capitalismo posfordista.....	132
8.2 Referencias a la crisis social y la disminución de las clases medias	135
8.3 Imaginarios sociales de la Argentina posmenemista: las clases medias castigadas.....	147
8.3.1 El descenso: la representación de un nuevo lugar social en un orden polarizado.....	147
8.3.2 La Argentina ya no es un país rico.....	152
Capítulo 9. Clases medias y proyectos culturales. Procesos emergentes de una situación novedosa en el marco de la globalización cultural.....	156
9.1 Cine y libros postcrisis, ¿consumos de clases medias? El cine en casa. El impacto de Internet.....	156
9.2 Los nuevos intermediarios culturales.....	161
9.3 La cultura, otra vez esa palabra incómoda.....	163
9.3.1 En búsqueda de un nuevo lugar social.....	166
9.3.2 Cultura como recurso, ¿siempre significa lo mismo?.....	167
9.4 Proyectos culturales autogestionados, ¿una nueva identidad de las clases medias?.....	171
9.4.1 Cultura y crisis.....	172
9.4.1.1 Espacios, propósitos, apropiaciones.....	176
9.4.2 Las búsquedas alternativo experimentales, cultura culta, cultura popular, ¿o qué?.....	178
9.5 La cultura ¿reemplaza a la política? Se potencian nuevas concepciones de sociedad	

civil.....	179
9.6 Sociedad civil, movimientos sociales y cultura.....	185
Capítulo 10. Reflexión final: entre lo culto y lo popular, una cultura media.....	188
Bibliografía.....	198

Agradecimientos

Para que esta tesis llegue a su fin debo agradecer a mis amigos y amigas que me quieren y creen en mis proyectos. Mónica Petracci, Juan Viera, Ricky Hausdorff y Rodolfo Marollo. A mi querida amiga y colaboradora Cecilia Arizaga con quien tengo una fuerte sintonía intelectual además de compartir una amistad. También mis becarios y tesistas Rodrigo Hobert, Mariana Cerviño, Inés Rodríguez Moyano, Guillermo Quiña, Sebastián Benítez y Viviana Molinari, quienes me acompañan en el trabajo y en la vida cotidiana con sus comentarios inteligentes y creativos, siendo para mí una fuente de vitalidad. A Mónica Lacarrieu por su apoyo e inteligentes observaciones.

Como se trata de una tesis que es la síntesis de parte de mi historia como socióloga, seguramente hay una diversidad de personas que influyeron en la conformación de mi pensamiento, reflexiones y búsquedas que lamentablemente no podría enumerar aquí dada la cantidad de años que transcurrieron desde que comencé este camino. De todos modos, pertenezco a una generación que en su formación estuvo marcada por la dictadura militar y por cierta soledad en el recorrido intelectual posterior. Las generaciones que nos siguieron están haciendo carreras más institucionalizadas y regladas que las nuestras.

A mi colega uruguaya Rosario Radakovich, con quien intercambié reflexiones sobre las similitudes y diferencias de las clases medias rioplatenses. A Martín Tessi, quien ha participado en investigaciones del equipo que dirijo en el Instituto Gino Germani y además me ha ayudado con la redacción en inglés del resumen de esta tesis.

A mis hijos Valentina y Marco, que siempre aparecen en los libros porque deben soportar momentos de encierro y alejamientos varios. A Norma Toker que me estimuló hasta el último minuto.

A mis padres, Jacobo y Mery Tuzman. A mis primos Daniel Tuzman y Mónica Singereisky por su constante apoyo en momentos difíciles como la muerte de mis padres.

Al emblemático tío abuelo Abraham Bortnik, que creó el primer cine en la colonia de Villa Domínguez, Entre Ríos. Él, junto con otros judíos rusos, creía en el potencial liberador de la cultura. El franco abandono por parte de la comunidad judía argentina de esta épica constituye un buen ejemplo de cómo se desaprovechó un valiosísimo caudal cultural y social, como consecuencia de ineficaces y destructivos gobiernos a lo largo de la historia argentina reciente. Parte de ese desastre se puede ver en la película *Cara de Queso*.

Pienso que los relatos que me contaron en la infancia de la vida en las colonias deben haber constituido una fundamental fuente de inspiración cuando aún no imaginaba que iba a escribir esta tesis y menos que me iba a dedicar a la sociología.

Introducción

El propósito de esta tesis consiste en demostrar las modificaciones que ha experimentado el vínculo de las clases medias con los bienes artístico-culturales en el contexto de las transformaciones sociales que atraviesa la sociedad argentina desde hace más de tres décadas. Transformaciones acentuadas por la crisis social de esta última década en particular. Esta compleja cuestión, la relación de la sociedad argentina con la esfera de la cultura, será abordada a partir del análisis de cómo se han ido conformando públicos de distinta naturaleza, como resultado de diferentes formas dominantes de la producción cultural, constituidos en tres momentos emblemáticos de la historia social y cultural durante finales del siglo XX y principios del siglo XXI.

Tomaré para el análisis de la historia de la conformación de públicos de las clases medias tres ámbitos distintos, atravesados por distintas estructuras de sentimiento —siguiendo a Williams—: los públicos de cine, los públicos de la TV por cable, y la conformación de nuevos públicos de espacios culturales alternativos como así también la proliferación de productores culturales. La pregunta es entonces de qué modo se ha ido modificando cierta identificación de clase con los bienes simbólicos en el contexto de transformación radical de la estructura de clases en la sociedad argentina, así como también de transformación de la escena cultural. Hacer referencia a estructuras del sentimiento implica articular lo objetivo con lo subjetivo en la materialidad de lo cotidiano; según Williams (1977: 155): “significados y valores tal como son vividos y sentidos activamente... pensamiento tal como es sentido y sentimiento tal como es pensado, una conciencia práctica de tipo presente, dentro de una continuidad viviente y relacionada”.

La categoría de las estructuras de sentimiento se apoya en la idea de que la conformación de públicos de la cultura, ya sea de cine, televisión o centros culturales, según me propongo desarrollar en esta tesis, es consecuencia de procesos estructurales materiales, culturales a la vez que afectivos, es decir, de sensibilidades. Pienso que son ciertos climas de época los que inciden en los comportamientos sociales, como las prácticas de ver cine en salas de exhibición o en el hogar, a partir de las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías hogareñas. En el contexto de estos temas y problemas, surgen los siguientes interrogantes: ¿qué vinculación ha existido entre la conformación de públicos de cine y el devenir de las clases medias en la Argentina? ¿Qué peculiaridad han adquirido en su estrecha relación con el hábito de ir al cine y del acceso a distintas esferas de la cultura? ¿Qué lugar ocupaba el cine

en la salida de las clases medias, cómo se ha transformado, qué formas adquiere ahora la práctica de ver cine?

Dada la profundidad de los cambios culturales de la sociedad argentina de los últimos treinta años, en un entorno epocal también distinto: ¿qué tipo de cine se consumía y qué tipo se consume ahora? ¿Qué relación se puede establecer entre el estilo de vida de las clases medias (surgidas en el marco de la fuerte presencia del Estado hasta la década del setenta) y los consumos culturales, y en qué dirección se modifica esa relación a partir del debilitamiento del Estado y la creciente presencia del mercado en la vida social?

En segundo lugar se abordará la cuestión de la relevancia que ha tenido el consumo masivo de TV por cable en los años noventa. Discutiré el supuesto acerca de que el éxito de este consumo estaría asociado a la disminución del consumo cultural en el espacio público. Otra explicación de su exitoso alcance podría estar vinculada a la temprana receptividad de la sociedad argentina a las innovaciones tecnológicas (Sarlo, 1992) y al gusto por la diversificación y el contacto con el resto del mundo.

Ahora bien, tanto el consumo de cine como de TV por cable están atravesados por el éxito local de las tecnologías y también condicionados por la dinámica económica concentracionaria. En contraposición con estas esferas del consumo, en tercer lugar, aparecen otras que dan cuenta de formas nuevas pero que a la vez parecen revivir acciones culturales previas a la década del cuarenta. En el marco de la feroz destrucción del lazo social, como consecuencia de la violencia política y el neoliberalismo, emergen formas de asociación cultural que parecen retomar prácticas de la cultura obrera, en un contexto de debilitamiento de esta clase, las cuales se caracterizan por su dinamismo, creatividad, etcétera. Una selección de centros culturales barriales, acciones culturales de organizaciones de ayuda social, cooperativas de teatro y mutuales constituyen el foco de esta tesis en ese ámbito, para reflexionar en torno a la emergencia de nuevas identidades de las clases medias postcrisis de 2001.

Me pregunto si estas manifestaciones recientes dan cuenta de cierta cultura residual, siguiendo los conceptos planteados por Williams (1980) para el análisis de la cultura, o suponen una cultura emergente, de preemergencia activa, y por lo tanto podrían abordarse como formas defensivas de tono crítico a la hegemonía cultural neoliberal. Por “residual”

Williams (1980: 144) entiende

(...) algo diferente a lo arcaico, aunque en la práctica son muy difíciles de distinguir. Toda cultura incluye elementos aprovechables de su pasado, pero su lugar dentro del proceso contemporáneo es muy variable. Lo residual ha sido formado en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural como un elemento efectivo del presente. Por lo tanto, ciertas experiencias, significados y valores que no pueden ser expresados en términos de la cultura dominante son, no obstante, vividos y practicados sobre la base de un remanente, de alguna formación o institución social y cultural anterior. Por emergente quiero significar los nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente (...). Desde el momento que nos hallamos considerando un proceso cultural, las definiciones de lo emergente, tanto como lo de lo residual, sólo pueden producirse en relación con un sentido cabal de lo dominante (ob.cit, 145 y 146).

Si bien los cambios culturales que ha experimentado el mundo occidental inciden en general en la proyección de los horizontes vitales, la radicalidad, extensión, duración y profundidad de la crisis social argentina debe haber modificado *habitus*, prácticas, estructura de clases, estilos de trabajo en una forma singular que habrá que dilucidar.

a) Fundamentación

La propuesta de esta tesis es observar con detenimiento la peculiar relación de la sociedad argentina con la esfera de la cultura en general y con la esfera de la cultura como rasgo distintivo de esta sociedad¹. En efecto, en el sentido común se suele destacar —desde tiempos imprecisos— el nivel educativo y cultural de los argentinos. Si bien la base real sobre la que se funda esta creencia fuertemente arraigada es muy difícil de medir y evaluar en la actualidad², en la ciudad de Buenos Aires y en los centros urbanos más importantes del país quedan marcas de un importante patrimonio cultural y arquitectónico, las cuales aluden a la importancia que históricamente asumió la esfera cultural y también a la imbricación de lo cultural con un destino de grandeza. Como ha señalado el historiador argentino Tulio Halperin Donghi en una entrevista en un diario local matutino (Roffo, 2004), si “aún Argentina sigue descendiendo, eso demuestra lo rica que ha sido”.

¹ Según Renato Ortiz es llamativa la diferencia entre la vastedad del público de diarios, revistas y libros de Buenos Aires y algunas de las principales ciudades brasileras entre los años veinte y treinta del siglo XX. Además había una diferencia social amplísima entre el origen social de los escritores que empezaron a ocupar el campo literario rioplatense, descendientes de inmigrantes, y los escritores de la elite paulista (ver Ortiz, 1994). Sarlo (1989) también destaca este fenómeno con respecto al magro público que se generó en San Pablo o Río de Janeiro en ese mismo período.

² Sin embargo, es importante señalar que muchas creencias e imaginarios sobre la peculiaridad argentina fueron cuestionados a partir de recientes investigaciones empíricas tanto sobre el papel homogeneizante de la educación pública como la extendida homogeneización de las clases medias. También la inexistencia de la pobreza, la desigualdad social, etcétera.

Diversas investigaciones en el campo de la historia cultural, sobre las que haré referencia a lo largo de esta tesis, dan cuenta de estos fenómenos, destacando en particular un singular interés de la naciente sociedad argentina (en particular la urbana) de fines de siglo XIX y principios del XX, por la cultura³.

Adelanto algunos rasgos que conforman este interés. Por un lado, existen análisis que destacan el papel del Estado, a través de la importancia otorgada a la educación pública, en la alfabetización masiva de nuevos argentinos, hijos de inmigrantes, la cual permite entender cómo tempranamente se constituyeron públicos para la lectura. Esta cualidad es revelada en el trabajo de Beatriz Sarlo (1985) a partir de las grandes tiradas de la llamada *Novela Semanal*, las cuales ilustran el temprano desarrollo de una industria editorial y el creciente interés por la prensa. Como señala también Sarlo (1985: 43), siguiendo la línea de pensamiento de Williams y Hoggart, a partir de una cita de Nora Mazziotti, un dato significativo es la existencia de una gran cantidad de teatros en la ciudad de Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX. También con el siglo nace el cine argentino, el cual rápidamente constituyó un público masivo y una importante industria cinematográfica conocida a nivel mundial. Paralelamente a la iniciativa privada en el campo cultural e intelectual (Landi, 1983), es importante destacar el peso que los socialistas le dieron a la acción cultural en términos pedagógicos (Barrancos, 1996) y los comunistas como parte de la acción política de sus partidos (Camarero, 2002). Asimismo, un plano destacado del desarrollo cultural argentino ha sido el campo de la plástica (King, 1980; Giunta, 2001; Malosetti Costa, 2001).

Entre los años treinta y setenta, años en los que se suele señalar el desarrollo expansivo de las clases medias argentinas y a la vigencia de un país que hizo posible procesos de movilidad social ascendente, también se puede corroborar la constitución, particularmente en el ámbito urbano, de importantes públicos de cine en salas de exhibición. Aquí hago referencia a procesos generales, sin aludir a las reiteradas crisis políticas y militares ni a los vaivenes de la economía, los cuales no adquirieron la gravedad y las consecuencias sociales que asumieron desde los años setenta en adelante. En contraposición a este modelo cultural, a

³ Entre los numerosos ejemplos existentes de la diversidad de colectividades que poblaron la Argentina, es de destacar que muchas de las sinagogas de las colonias agrícolas de la colectividad judía en Entre Ríos, situadas en la zona de Basavilbaso y Villaguay, funcionaban además como centros culturales. En los museos se pueden encontrar proyectores de cine y una profusa biblioteca con libros en ruso, polaco, francés e idish. Ver, entre muchas fuentes: <http://www.colonizacionjudia.com.ar/basavilbaso.htm>

este imaginario de grandeza, a las consecuencias democratizadoras no queridas del proyecto liberal —época además fundante de los mitos argentinos hoy en franca extinción⁴— emergen imaginarios de la crisis. En efecto, forma parte del sentido común actual la referencia al deterioro cultural y educativo, cierto declive de la salida cultural, y su reemplazo por la salida orientada al consumo, como el gusto por circular en los *shoppings*, etcétera. Esta percepción de decadencia cultural surge en un contexto de transformación de las ciudades, consecuencia de los procesos de globalización a nivel nacional y local: en definitiva la transformación de las prácticas e intereses de las clases medias en el marco del crecimiento de la desigualdad social.

Siguiendo los análisis sobre el predominio de la cultura masiva y electrónica en el espectro cultural general, la disminución del vínculo con los bienes artísticos culturales en un sentido tradicional incide en la capacidad de simbolización de lo social e individual, en las formas de representación, de percepción y de prácticas sociales. En esta perspectiva, autores como Scott Lash (1997) afirman que asistimos a una época de crisis de la representación discursiva como consecuencia del primado de los medios electrónicos en la vida cotidiana, los cuales imponen un modo de representación figural. Este rasgo epocal es relevante en el contexto argentino, ya que es sabida la presencia dominante de la televisión y la tecnología en la vida cotidiana de las personas a partir de los años noventa. De esta manera el cine, en tanto público en salas de exhibición, y la televisión por cable, como eje de acceso al mundo desde el hogar, aparecen en forma contrapuesta, como dos momentos del devenir histórico de las clases medias argentinas y de dos modelos de sociedad.

Un tercer momento está asociado a la emergencia de fisuras en las ideas neoliberales y privatistas, el cual coincide con la crisis del menemismo, así como también con la agudización de la crisis social, cuyo epicentro fueron los acontecimientos de diciembre de 2001. En forma paralela y después de la segunda mitad de los años noventa comienzan a ocupar la esfera pública nuevos y diversos emprendimientos culturales en un contexto de crisis social a la vez que de un encarecimiento del consumo cultural y de extendidas dificultades económicas. En el marco de una crisis social sin precedentes, de una profundidad y rapidez pocas veces vista en otros países, se pudo constatar la emergencia de una diversidad de grupos de teatro, nuevos directores de cine, colectivos de artistas, centros culturales,

⁴ Entre ellos podemos enumerar: *Argentina crisol de razas, en la Argentina nadie se muere de hambre, la Argentina tierra de promisión*, etc.

fábricas recuperadas; espacios que otorgaron un lugar significativo a la difusión de movimientos culturales y artísticos de nuevo tipo, dando cuenta de una “reserva cultural” de tono antagonista fundada en pretéritos sentidos anarquistas y/o socialistas. Así, en el marco del cuestionamiento a los procesos globalizadores neoliberales, y como reacción frente a las consecuencias de su admiración y puesta en práctica a ultranza, la escena cultural fue ampliándose y diversificándose dando cuenta de una sociedad que —en el plano de la cultura artística— es muy compleja y diversa. El interrogante en relación con este universo de análisis es qué tipo de identidad de las clases medias se fue constituyendo, qué impacto ha tenido en el campo cultural-artístico la emergencia de espacios culturales alternativos que revelan la conformación de nuevos imaginarios sociales, la presencia de nuevos públicos y búsquedas subjetivas.

Cabe señalar que no ha sido el pensamiento progresista el convocante de la crítica a la sociedad de consumo imperante en los años noventa, ni tampoco voces provenientes del discurso político, como pudo haber sucedido treinta años atrás. Menos aun los intelectuales ocupan algún lugar relevante en el espacio público, más allá de la universidad y de ciertos lugares autoreferenciales. La sociedad argentina ha demostrado una actitud ambivalente con respecto a lo intelectual, y por diversos factores su palabra en la actualidad no provoca adhesiones. Es más bien el ámbito cultural, la organización cultural de base, los espacios artísticos, los artistas ocupando la posición de intelectuales, como las intervenciones públicas de directores de teatro, de cine, etcétera, o ciertos cantantes de rock quienes se encuentran interpelados en la búsqueda de nuevos lenguajes para dar cuenta de la realidad.

A pesar de la destrucción del lazo social que ha promovido la dictadura militar primero y el modelo neoliberal después, el acceso y consumo cultural aún poseen un importante grado de legitimidad que incita a la generación de proyectos culturales. Es así como en el marco de cierto arrasamiento de las instituciones, de los estilos de vida instituidos de las clases medias, emergen tímidamente demandas de dignidad no sólo de carácter material sino también simbólico. En esta tensión entre la globalización neoliberal y los nuevos espacios culturales, sostengo que deben haberse producido transformaciones en las prácticas de las clases medias polarizadas hacia la esfera cultural.

A partir de la constatación de la reemergencia de una sociedad civil —profundamente golpeada y debilitada en sus lazos sociales por la sucesión de una serie de procesos políticos,

culturales y económicos— esta revela un interés peculiar por la generación de proyectos culturales. Si bien estas iniciativas dan cuenta de un devenir, se presentan con un tono de nuevo tipo que es preciso develar. A partir de este interrogante delinee mis investigaciones en torno al devenir de la cultura desde la transición democrática en adelante (Wortman, 1997 y Wortman, 2003).

Por otra parte, la peculiaridad de este proyecto de tesis se funda en el hecho de que se propone analizar en forma interrelacionada producción y consumo, con énfasis en este último a lo largo de los tres escenarios culturales propuestos. Sostengo que estudiar a los públicos constituye una vía de análisis de las prácticas sociales en momentos emergentes muy productiva. Este acento no supone dejar de lado aspectos estructurales, es decir, conocer las formas de producción de la cultura, sino tenerlas en cuenta para pensar lo social. Creo que los consumos culturales elegidos constituyen paradigmas de distintos momentos históricos culturales de las clases medias argentinas asociados a la dinámica cultural occidental. Por ejemplo, el apogeo del consumo de cine en la Argentina coincide con la importancia que tiene el cine en la industria internacional y también con el marco de una floreciente industria nacional. En ese sentido es posible reconstruir el imaginario sobre la cultura y sobre las clases medias en ascenso entre los años cuarenta y sesenta, así como en el marco de éxito de la TV por cable en los años noventa. Pretendo dilucidar las significaciones de la cultura durante el neoliberalismo y la creciente fragmentación social que afecta fundamentalmente al imaginario de homogeneidad de las clases medias. En un contexto de empobrecimiento y fragmentación social y frente a la emergencia de nuevas manifestaciones culturales post 2001, espero comprender nuevas significaciones y sentidos de la cultura en relación con el conflicto social reciente, a la vez que dar cuenta de la transformación de sus significados en el marco del capitalismo posfordista y de los procesos de globalización cultural.

Al abordar cada una de las facetas históricas de las clases medias es posible sondear los imaginarios sobre la cultura vigentes en el apogeo de cada uno de los consumos culturales elegidos. Si bien los dos primeros se destacan por su masividad, no sólo es lo cuantitativo lo que define su elección, sino su carácter emergente, como se ha mencionado más arriba.

Me parece importante hacer esta salvedad, ya que el tercer momento elegido carece totalmente de masividad. Es más efectivamente un fenómeno emergente, desvinculado de la técnica con la que sí se relacionan los anteriores. Su elección se fundamenta en que representa la búsqueda de imaginarios alternativos en un momento no precisamente de cambio social o cultural como los anteriores, sino de profunda crisis. Aquí sería prácticamente imposible

determinar un fenómeno cultural masivo, como más adelante se podrá decir del impacto de Internet⁵.

Por otra parte, nos interesa retomar aspectos de la línea de investigación promovida por la historia cultural argentina que destaca el papel que tuvo en la dinámica de la sociedad civil la existencia temprana de asociaciones civiles vinculadas a grupos de inmigrantes, partidos políticos, etcétera. Estas aproximaciones pueden encontrarse en investigaciones realizadas tanto desde la crítica cultural, como las de Beatriz Sarlo (1985, 1989a), como de la historia cultural, realizadas entre otros por Luis Alberto Romero (1986), Leandro Gutiérrez y Luis Alberto Romero (1989), Barrancos (1996) y Camarero (2002). Pienso que en esta revisión de la historia cultural es posible encontrar pistas renovadas de las nuevas formas de asociación y proyección cultural actual post neoliberal.

Por último quiero señalar que esta tesis pretende ser un aporte para el estudio de las clases medias desde una perspectiva cultural. Sostengo que son insuficientes y prejuiciosas las interpretaciones económicas para comprender su comportamiento político ideológico, ya que estas enfatizan la existencia de un comportamiento homogéneo partiendo del supuesto de que las clases populares sí lo tienen. Al ser consideradas desde una perspectiva materialista, y en el decir de Mary Douglas (1979), las clases populares actúan solo por una cuestión primaria: la falta de recursos económicos.

Es evidente que la información sola no sirve para comprender la dinámica del campo cultural, la relación de los sujetos con la industria cultural o con la esfera del arte. Quedan pendientes de respuesta una importante cantidad de preguntas acerca de qué significa, por ejemplo, la globalización cultural en la vida cotidiana de las personas, el aumento del público en exposiciones, ferias y museos. Si bien existen datos acerca de todas estas cuestiones, así como de la creciente importancia de la tecnología en los consumos culturales, a partir del incremento de las ventas observadas en los últimos años, se sabe poco acerca de qué tipo de apropiación hacen los jóvenes de la música que bajan por Internet en relación con la compra de CDs, cómo se relaciona la *web* con sus lazos sociales, su vida cotidiana o qué diferencia hay entre el consumo de cine en las salas y el consumo de cine mediante el alquiler de un

⁵ Internet, como el resto de las nuevas tecnologías de la información, atraviesa la sociedad entera y aún no está claro que su impacto pueda ser particularmente significativo para las clases medias, en las que se centra este análisis.

DVD o el consumo de cine mediante TV por cable.

Actualmente los sujetos están expuestos permanentemente a los bienes producidos por la industria cultural, dadas las dimensiones económicas que esta ha adquirido en los últimos tiempos. Ya no se trata de una cuestión de adquisición del bien sino del uso que se da al mismo. ¿Cuál es la relación que los sujetos establecen con la esfera cultural a partir de la presencia de Internet, qué implicancias tiene la *web* en el consumo musical, el consumo de cine? ¿Esto es la informatización del entretenimiento? Creo que en este punto se revela una carencia ya que constituye un dato significativo del comportamiento de la sociedad argentina, aun en un contexto de crisis social y bajos salarios, el crecimiento del consumo de Internet, el aumento de ventas de tecnología, computadoras, actualización de insumos y complementos, proliferación de cybercafés, etcétera.

Por otra parte, al estar privatizada y fragmentada la información, promovida casi exclusivamente por intereses de mercado de las industrias culturales, poco sabemos de la producción cultural no industrial. El teatro, la danza, las artes plásticas, si bien están atravesados por el *marketing* cultural, no generan la atracción mediática que el resto de los consumos culturales. En la prensa gráfica algunos balances anuales o de temporada, datos aislados sobre ventas en galerías y casas de remate, no alcanzan a configurar panoramas y distan de ser sistemáticos. Por otra parte, muchas propuestas artísticas se desarrollan en espacios no convencionales, promovidas por nuevas formas de asociacionismo social, fuera de registro, como se desarrollará en la última parte de la tesis.

En estas tres manifestaciones culturales interesa abordar cómo se constituyen los consumos culturales, teniendo en cuenta la productividad de esta categoría de análisis para pensar el vínculo de los sujetos con los bienes artísticos y simbólicos en un contexto de transformación del escenario de la cultura por la globalización pero también por la emergencia de un sujeto más reflexivo, que expresa otra relación con el tiempo y el trabajo. Cabe preguntarse qué significa la cultura para una sociedad profundamente golpeada en sus mitos, en su vida cotidiana, en su capacidad de reproducción social y de generar proyectos a largo plazo, como de insertarse laboralmente.

Los interrogantes que fundan esta investigación se derivan, en primer lugar, tanto de la experiencia de la investigadora como del seguimiento de las formulaciones conceptuales de la

mirada marxista a la Sociología de la cultura, enunciadas por Raymond Williams en *Marxismo y literatura* (1980) y en *Sociología de la cultura y la comunicación* (1981). Los aportes de Williams en los trabajos mencionados acompañan mi preocupación por el vínculo entre procesos sociales y emergencia de fenómenos culturales. Así, en momentos de cambio social, dicho autor va a proponer el concepto de formaciones culturales y movimientos artísticos. Con estos conceptos Williams pretende aludir a distintos niveles de sistematicidad e institucionalización de las experiencias culturales. Asimismo distingue entre la idea de fenómenos nuevos, residuales, alternativos y contrahegemónicos. Estas distinciones conceptuales orientan la observación empírica, ya que —aclara Williams— lo nuevo no necesariamente es alternativo ni mucho menos, contrahegemónico.

En segundo lugar se debe mencionar la esfera de la teoría social que reflexiona sobre el devenir de la cultura en la sociedad moderna. Los aportes de Scott Lash (1997^a y b), Jürgen Habermas (1994), Andreas Huyssen (2002), Scott Lash y John Urry (1998) constituyen el marco teórico desde el cual se aborda el problema de investigación. Son inspiradores también textos de Pierre Bourdieu, como *Sociología y cultura* (1990) y *La distinción* (1988). El vínculo de los sujetos con los bienes artísticos y culturales en general constituye un motivo de preocupación en las investigaciones generadas en el campo de la sociología de la cultura, a partir de las reflexiones que se vienen haciendo sobre políticas culturales. Este vínculo se destaca en un horizonte cultural atravesado por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (Castells, 1997 y 2002).

Teniendo en cuenta los temas aquí planteados, la tesis se articulará de la siguiente manera: el capítulo 1 intenta demostrar la importancia de la historia de las clases medias en la Argentina como actores significativos en diversas dimensiones. Se incluyen aquí las investigaciones existentes sobre el tema y se señala qué variables se han tenido en cuenta en ellas y qué otras no. En esta tesis interesa analizar cómo las dimensiones de las clases medias, su historia y sus peculiares características inciden en la conformación de una particular esfera cultural y le dan un toque distintivo al campo artístico-intelectual, distinto del resto de América Latina. Interesa también qué presupuestos teóricos y empíricos las sostienen, cuáles han sido sus temáticas y en relación con qué procesos sociales. Así, uno de los objetivos del capítulo es dar cuenta de la historia de la composición de un campo intelectual artístico paralelo al espacio de la elite, dado el impacto que tuvo la singular composición demográfica de la Argentina en las primeras décadas del siglo XX.

El capítulo 2 pretende dar cuenta de la historia de las investigaciones sobre consumo cultural en América Latina y Argentina, qué presupuestos teóricos y empíricos las sostienen, cuáles han sido sus temáticas y en relación con qué procesos sociales.

En el capítulo 3 se analiza la singularidad del desarrollo cinematográfico argentino, su importancia y magnitud así como su relación con las clases medias.

El cuarto capítulo hace referencia a la modernización social y cultural de las clases medias dando cuenta de su bienestar económico y del desarrollo cultural a partir de datos secundarios sobre dos consumos contundentes en cuanto a crecimiento en esos años: la industria editorial argentina y la diversificación de los públicos de cine en los años sesenta hasta mediados de la década del setenta.

El capítulo 5 hace referencia al declive del proceso abordado en el capítulo 4 con el propósito de delimitar los procesos sociales que coinciden con la disminución del público de cine en salas de exhibición, señalando causas locales y procesos globales. Se pretende dar cuenta del contexto imaginario que incide en la colocación de la TV como un consumo cultural significativo, desplazando el consumo de cine en el espacio público.

Con el capítulo 6 se pretende contextualizar la resignificación del espacio cultural argentino en el proceso de la transición democrática, en el cual se produce un resurgir del cine argentino, en el contexto de la transformación de las prácticas culturales de las clases medias.

El capítulo 7 se desarrolla en torno a la vinculación entre el neoliberalismo como dinámica económica central de los años noventa (expresada en el vertiginoso crecimiento de la industria de las comunicaciones), y su impacto en el tiempo libre de las personas. El predominio del mercado como *ethos* de época incide en las representaciones dominantes en la relación de los sujetos con el espacio público y con el espacio privado. Aquí los medios de comunicación masiva (la televisión en primer lugar), inciden fuertemente en la reconfiguración de un tipo de individuo que manifiesta una nueva relación con la esfera cultural: del hombre ilustrado al hombre electrónico. Asimismo se dará cuenta de su relación con otros consumos culturales, la presencia creciente de las tecnologías de reproducción cultural al interior del espacio privado y la aparición de nuevas sensibilidades. Interesa situar

este proceso cultural y social en el marco de las profundas transformaciones económicas que se producen en la Argentina no sólo por la implementación de políticas neoliberales, sino también por las transformaciones de la economía mundial que impactan en las comunicaciones.

El capítulo 8 se orienta al análisis de la conformación de nuevos imaginarios de clases medias empobrecidas, como resultado del impacto de la movilidad social descendente. Se da cuenta del aporte de la teoría social más reciente en torno a la transformación de las clases medias a nivel mundial en el contexto de la globalización. Asimismo se hará referencia a la crisis social y a la disminución de las clases medias con el propósito de analizar su impacto en la posible transformación de los imaginarios sociales de la Argentina posmenemista, teniendo en cuenta datos primarios y secundarios.

El capítulo 9 analiza prácticas culturales emergentes de las clases medias empobrecidas en su relación con la esfera de la cultura, como son, entre otros, los proyectos culturales autogestionados en el marco de la globalización cultural. Considera el lugar que asumen consumos culturales significativos de estas clases, como lo fueron el cine y los libros postcrisis, consumos emblemáticos de clases medias. Explora asimismo la incidencia de los llamados procesos de globalización en la redefinición del concepto campo artístico e intelectual. Para comprender esta combinación de procesos, se hace referencia a la historia cultural, ya que existen significativos antecedentes de la acción cultural de la sociedad civil, movimientos sociales y cultura, ahora encarada por nuevos actores sociales. La cultura ¿reemplaza a la política como discurso de lo colectivo? En la sociedad contemporánea se pone en escena una diversidad de significaciones del concepto de cultura, ¿qué papel ocupan los nuevos intermediarios culturales?

Por último, en el capítulo 10, se despliega un conjunto de conclusiones sobre el devenir de las clases medias en relación con sus consumos culturales y con su incidencia en la redefinición de las jerarquías culturales, como por ejemplo qué es lo culto, qué es lo popular y si es posible hablar de una cultura media.

b) Metodología

La tesis que se presenta propone la demostración de un problema de investigación que reúne distintas investigaciones realizadas a lo largo de mi carrera intelectual. Así es como se

combinan diversas estrategias de investigación, fundadas en distintas técnicas de obtención y construcción de los datos. En relación con las técnicas cuantitativas, he recurrido tanto a fuentes primarias (encuestas) como secundarias (búsqueda de datos producidos por entidades u otros investigadores). También he utilizado técnicas cualitativas, como la entrevista en profundidad (fundamentalmente en la segunda y tercera parte de la tesis) y la observación participante. Asimismo he leído abundante material bibliográfico teórico y empírico con el propósito de dar cuenta de las diversas aristas del problema planteado en una perspectiva interdisciplinaria. Pretendo con las fuentes encontradas dar cuenta de la complejidad de la construcción de los datos que se proponen para responder a los interrogantes planteados.

En efecto, en primer lugar, se analiza a través del material bibliográfico e investigaciones sobre historia cultural argentina la singularidad del desarrollo cultural de la sociedad a lo largo del siglo XX a partir de la tendencia a conformar asociaciones civiles, comunidades barriales, partidos políticos. En relación con públicos de cine en las primeras décadas se ha buscado el apoyo de las escasas investigaciones realizadas y bibliografía sobre cultura popular. Para dar cuenta del consumo de cine en el marco de las transformaciones de la relación de los sujetos con la cultura en los últimos años, se han consultado investigaciones latinoamericanas sobre consumos culturales de destacados investigadores sobre el tema, las cuales resultan muy productivas para pensar la relación de los sujetos con la cultura, en términos de ciudadanía y participación social y política.

Con relación a décadas posteriores, han sido de suma utilidad los datos estadísticos aportados por el Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, como por ejemplo acerca de cantidad de espectadores de cine durante los años noventa, número de inscriptos en la TV por cable y su evolución a lo largo de esa década. También han proporcionado datos estadísticos el INDEC y el SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina) y la Secretaría de Cultura de Nación a través de sus sitios *web*. Dicha información se ha complementado utilizando datos estadísticos producidos por fuentes secundarias (proporcionados por la prensa gráfica y la *web*). Se ha desarrollado en este contexto un capítulo sobre la historia de las clases medias en la Argentina, basado en investigaciones realizadas en nuestro país sobre su composición, origen y comportamiento social y cultural.

En segundo lugar, con el propósito de reflexionar sobre los emblemáticos años

noventa, he recurrido a bibliografía sobre el tema, tanto local como latinoamericana e internacional, a investigaciones propias que se mencionan al final de la tesis y a datos secundarios de diversas fuentes (diarios, Internet, revistas, estadísticas varias), que dan cuenta del impacto de los medios de comunicación en la vida cotidiana de las personas, en particular la televisión y el paulatino equipamiento hogareño en términos de consumos culturales. Es sabido que este proceso fue posible también por la existencia de la Ley de Convertibilidad monetaria. En forma paralela al crecimiento exponencial del consumo de medios en el ámbito privado, se ha puesto el foco en el devenir de las clases medias en un contexto de empobrecimiento, crecimiento de la exclusión y polarización social. Para ello he recurrido a datos propios generados por una encuesta realizada en el año 2002 en torno a la percepción del lugar social de las castigadas clases medias, a partir de la práctica de ver televisión, en particular de programas periodísticos⁶. También en esta encuesta se hace un aporte para pensar las nuevas formas de percepción de estas clases en términos de movilidad y desmovilidad social.

En tercer lugar me propuse analizar la significación de un nuevo fenómeno, surgido en el marco de la crisis social, expresión de un momento novedoso de las clases medias empobrecidas y/o castigadas por la crisis, sobre la que emprendimos nuestra última investigación. En efecto, es posible percibir que en los últimos años se ha producido un resurgimiento del espectáculo en vivo, transformado a partir de un *habitus* atravesado por el espectáculo electrónico (González Requena, 1992). Este nuevo asociacionismo cultural constituyó el eje de la investigación *Transformaciones del campo cultural: iniciativas culturales de la sociedad civil en la formación de nuevos públicos*. En el marco de dicha investigación se han realizado observaciones de corte cualitativo, entrevistas, tomas fotográficas, filmaciones —dos documentales—, las cuales inspiran mis reflexiones. La explosión de lo cultural que se puso en escena después de la crisis del 2001 es situada en el marco de una creciente actividad y consumo cultural en general, como por ejemplo: aumento leve del consumo de cine, estímulo de las políticas culturales urbanas al desarrollo cultural (ferias, exposiciones, muestras, festivales de cine, teatro, danza), teatro, recitales de música, ferias del libro, exposiciones de plástica, etcétera; movimientos que también considero. También es notable el impacto que han tenido en la esfera de la cultura (entendida como

⁶ Esta encuesta formó parte de la investigación realizada como consecuencia de una beca senior de CLACSO, TV e imaginarios sociales en la crisis del 2001. Sus conclusiones fueron publicadas en el libro *Construcción imaginaria de la desigualdad social*. Buenos Aires, CLACSO, 2007.

consumo cultural en esta investigación) las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. En efecto, el incremento de la inscripción a la banda ancha en los hogares urbanos y rurales, la renovación del equipamiento tecnológico hogareño que permite la recepción de cine (el cual mejora la calidad del sonido musical), han modificado las pautas del consumo cultural y la apropiación de los bienes simbólicos en general. La facilidad del consumo cultural hogareño modifica el uso del tiempo libre y el vínculo de los sujetos con la cultura, en un contexto de transformaciones sociales en torno al trabajo, usos del tiempo, vida cotidiana, organización familiar y circulación de los afectos. Por su parte, las nuevas tecnologías posibilitan, a partir de la *web 2.0*, que los sujetos se conviertan en productores culturales.

Con respecto a esta última dimensión de análisis, se han utilizado entrevistas realizadas en proyectos UBACYT anteriores y actuales con relación a consumos culturales en un contexto de crisis. Dada la complejidad de la cuestión cultural y la interdisciplinariedad que la sostiene me parece fundamental establecer análisis que involucren la mayor cantidad de técnicas posibles, así como también adoptar una actitud creativa en la investigación, que luego dejará lugar a un segundo momento de mayor sistematicidad.

Capítulo 1. Las clases medias como actores determinantes de una forma singular del campo cultural argentino

1.1 Las clases medias en la Argentina

Si hasta fines del siglo XIX el campo cultural artístico argentino estaba vinculado con las clases altas y la conformación de un mercado de la literatura, pintura, música y teatro fundamentalmente, la transformación significativa de la sociedad argentina tendrá consecuencias en la conformación de un campo cultural con lazos con el dominante, legítimo y tradicional, pero crecientemente autónomo. Interesa comprender qué factores socio culturales intervinieron en la formación de un público no burgués, el cual fue constituyendo gradualmente el numeroso público de cine. Como señala Raymond Williams (1997), la práctica de ir al cine, a diferencia de las bellas artes, no requiere de destreza previa ya que los públicos de cine son recientemente alfabetizados. Así, la cultura del cine se hace yendo al cine. La pregunta es entonces en qué contexto se configura un público ya no de elite en Buenos Aires, sino compuesto por una originalmente clase trabajadora que comienza a ascender socialmente en el contexto de transformaciones económicas significativas⁷. Un factor determinante, aunque no excluyente, se vincula con la peculiar historia de las clases medias en la sociedad argentina, sus orígenes, el papel de la inmigración, la impronta de la educación pública, que han incidido en la conformación de un campo cultural peculiar con consecuencias en la formación masiva de un público para la oferta artística.

No son muchos los análisis existentes sobre las clases medias argentinas, a pesar de su significación, alcance y peculiaridad. En los capítulos introductorios del libro de Svampa (2005), en particular en su análisis sobre la fragmentación de estas clases y el surgimiento de un sector favorecido por la política económica vigente en los años noventa, se hace referencia a posturas clásicas, relativamente imprecisas, con el propósito de abordar su comportamiento pendular en relación con las posturas políticas. Se afirma que tienen un comportamiento imitativo debido a su indefinición estructural, lo cual las llevaría a la adopción de ciertas

⁷ Dado el carácter centralista de nuestro país muchas veces suelen hacerse afirmaciones de la Argentina que en realidad se sostienen por investigaciones realizadas en Buenos Aires. En relación con el objeto de estudio de esta tesis, el campo cultural y los públicos de cine, televisión y proyectos culturales, se puede apreciar que oscilamos entre datos nacionales en el primer y segundo caso y datos locales en el segundo. Esto tiene que ver con que la Argentina fue pensada y es mostrada desde Buenos Aires. Si bien en la actualidad el centro de la actividad sigue siendo Buenos Aires, también existe una gran actividad cultural en algunas ciudades del interior y seguramente su composición social y cultural es bastante similar. Las pautas de consumo, más allá de las variaciones regionales, son similares o al menos en el imaginario tienden a serlo. El fenómeno del cine no ha sido privativo de Buenos Aires, también abarca a los principales centros urbanos.

pautas de consumo ostensible. En esa perspectiva, la consolidación de estas pautas culturales no haría más que facilitar la instrumentalización política de las clases medias por parte de la burguesía.

Otra característica que se señala es su heterogeneidad social y ocupacional en la actualidad. Desde sus orígenes, una de las notas constitutivas en la sociedad argentina ha sido la movilidad social ascendente. Esto contribuyó a aumentar la importancia de la educación como canal privilegiado para el ascenso y la reproducción social. Asimismo, las clases medias aparecen definidas por su capacidad de consumo y como consecuencia por la aspiración a un determinado estilo de vida caracterizado por un modelo tipo en el cual se conjuga el acceso a ciertos bienes. Las diferencias entre las clases trabajadoras y las clases medias excederían el propio proceso de trabajo y se manifestarían en otros ámbitos y prácticas. Un rasgo a tener en cuenta es su creciente expansión así como el peso social y político que adquirieron a lo largo del siglo XX en las sociedades modernas contemporáneas. El sociólogo francés Alain Touraine (1987) se ocupó de establecer la correlación entre desarrollo y clases medias latinoamericanas durante el siglo XX, al subrayar que el dinamismo y el plan modernizador de estas habrían de convertirlas en agentes centrales en el proceso de desarrollo. Las clases medias se definen primeramente por su cultura; ellas son, ante todo, una clase educada, con niveles medios y medios altos de instrucción. La relación privilegiada con la educación aparece entonces como el instrumento por excelencia de la movilidad social ascendente y a la vez como el criterio distintivo respecto de otras clases sociales. Asimismo, el desarrollo de las clases medias en América Latina y en particular en países como la Argentina, está vinculado a la presencia del Estado en la producción de bienes y servicios, como se señaló en el punto anterior en relación con el papel de la educación pública. El Estado social latinoamericano contribuyó a la consolidación de vastas franjas de funcionarios y de profesionales ligados a la administración pública y a los servicios de educación y salud.

A diferencia de lo que ocurrió en otros países latinoamericanos, las clases medias argentinas estuvieron en el centro de la sociedad. En efecto, en términos de estructura

ocupacional, según el Censo de 1947, la totalidad de las clases medias urbanas constituía el 40,6 % de la fuerza de trabajo total; en 1960, el 42,7 %; en 1970, el 44,9 % y en 1980, el 47,4 %. Por otro lado, entre 1947 y 1960 las ocupaciones de las clases medias se expandieron más rápido que aquellas correspondientes a las clases trabajadoras.

Para entender la singularidad de las clases medias argentinas vuelvo al concepto de movilidad social ascendente, desarrollado por **Germani (1963)** primero y **Torrado después (1992)**. La movilidad puede ser territorial, intergeneracional; pero dado el mejoramiento paulatino de amplios sectores de la población, se puede hablar en la Argentina de movilidad social ascendente hasta 1975. Estos procesos no fueron siempre iguales, dependen de los sectores económicos que lideran la economía, de transformaciones en el plano de la estructura ocupacional y de los niveles educativos alcanzados. Así, durante las décadas del veinte y del treinta la conformación de las clases medias estuvo provocada por la llegada masiva de inmigrantes, la rápida urbanización y la proliferación de empleos vinculados al Estado. Este proceso se continúa y acentúa durante los años cuarenta, a lo cual se debe agregar el incipiente desarrollo industrial y comercial, y la demanda de docentes y de personal médico ante el crecimiento de los hospitales. Hacia fines de los cincuenta cierto bienestar económico social de estas clases posibilita el acceso masivo a niveles terciarios y universitarios.

En los sesenta y setenta se produce una paulatina fragmentación de las clases medias a raíz del acceso a mayores niveles de educación⁸ y a transformaciones en algunos ámbitos de la economía por la llegada de inversiones extranjeras como la industria automotriz, la ampliación del sistema educativo privado, el crecimiento de la publicidad, el ámbito periodístico y la demanda de profesionales de formación humanista, en particular psicólogos, psicoanalistas y psicopedagogos. Así que a las actividades ocupacionales vigentes hasta ese momento se agrega la de técnicos y profesionales, un sector con más alto nivel de calificación (Torrado, 1992), lo que tiene consecuencias en la emergencia de un consumo cultural más complejo.

⁸ Haré referencia a este tema cuando hable de los cambios culturales en los años sesenta.

Las investigaciones de Gino Germani (1944) aportan variados elementos para reflexionar en torno a mi hipótesis acerca de las transformaciones de las clases medias a lo largo del siglo XX y su relación con la cultura. En uno de sus trabajos destaca el alto nivel educativo de las clases medias, en particular el crecimiento de la población escolarizada en el nivel medio hacia los años sesenta. Se señala la extensión de las clases medias a partir del Censo ya mencionado de 1947. También se alude al crecimiento de nuevas clases medias asalariadas, a diferencia de las clases medias autónomas de décadas atrás, cuyo surgimiento ha sido provocado por el incremento de la burocracia estatal y privada, con la consiguiente extensión de las actividades destinadas a servicios. El extraordinario incremento de las clases medias se pone de manifiesto si se comparan las estimaciones de su volumen numérico para la ciudad de Buenos Aires realizadas en base a los censos de 1895, 1914 y 1936. Mientras en el primero de los años nombrados representaba el 35 % de la población activa, en 1936 esa proporción asciende al 45,9 %. Frente a un aumento de la población de la ciudad del 264 %, el incremento experimentado por las clases medias fue del 361 %. El aumento vegetativo entre 1914 y 1936 fue del 26 %, y el de las clases medias en el mismo periodo, del 65 %. No todos los grupos de las clases medias han aumentado con el mismo ritmo. El incremento más notable se manifestó sobre todo con respecto a los grupos dependientes (nuevas clases medias). El porcentaje de empleados y similares ascendió del 10 % en 1895 al 19 % en 1936.

Más adelante, Germani señala la especificidad de la educación como una de las características distintivas de las clases medias argentinas, basándose en el número cada vez mayor de estudiantes secundarios y universitarios. En este mismo artículo Germani afirma que para las clases medias es también importante incorporar la lectura de “buenos libros”, lo cual representa un elemento de prestigio socialmente prescripto. En una encuesta realizada en la ciudad de Buenos Aires pudo observarse entre los miembros de esta clase una tendencia a simular lecturas de alto prestigio cultural. Para Germani, los intelectuales pertenecen a las clases medias, dato por demás significativo en relación con el origen social de aquellos en otros países, más vinculados con la elite (Ortiz, 1994). El público culto se trata de un grupo

típico de clases medias, constituido en parte por los profesionales, técnicos y en menor medida los empleados públicos y privados. A ellos está dirigida gran parte de la producción editorial argentina de obras destinadas a la recreación. Hay un tercer grupo que es lector de diarios y revistas, de no menos de dos diarios y no menos de dos revistas semanales. Otra actividad cultural de importancia en los centros urbanos es la asistencia a actos culturales. Germani señala el importante desarrollo de asociaciones tanto en el centro como en los barrios, pero la extensión de esa acción cultural no puede apreciarse plenamente. Estas variables, es decir, movilidad social ascendente posible por una combinación de factores políticos, estructurales e históricos, comienzan a articularse de manera diferente a partir de los años sesenta en adelante. De ahí que la relación clases medias-cultura, se modificará y tomará otros rumbos.

1.2 Campo cultural y clases medias

Antes de avanzar en el cuerpo de la tesis es necesario precisar los conceptos centrales con los que se va a operar. En este sentido es pertinente definir las nociones de público y de campo cultural respectivamente. Si bien ambas provienen de marcos conceptuales distintos, es posible articularlas ya que su concepción da cuenta de procesos concatenados. La conformación de un público de la cultura es un proceso emblemático de la modernidad, cuando comienza a producirse la separación de la esfera cultural, de la moral, el derecho y la religión. Para Habermas, el juicio sobre arte, la aparición del experto, el que puede razonar en torno a la cuestión cultural, supone la búsqueda de fundamentos racionales sostenidos por normas universales. Cuando la música y el teatro comienzan a presentarse ante un público, en un marco societal, más allá del señor monarca, se revela la existencia de individuos no sujetos, libres, que deciden asistir a un espacio social sin ligaduras religiosas ni de dominio feudal. De allí que la palabra *público* sea una palabra moderna que aparece en los siglos XVI y XVII con la conformación de un espacio descargado de funciones económicas, religiosas y de dominio, donde los individuos privados constituían un lazo social a partir de una producción simbólica como la que caracteriza al arte. Este proceso de producción de individuos en la sociedad moderna capitalista produce públicos, así como paralelamente genera productores culturales, artistas. La asociación y la regulación de un espacio de artistas, músicos o intelectuales va dando lugar a lo que Bourdieu denomina campo intelectual y

artístico. Al interior de un campo se establecen relaciones de fuerza entre sus miembros, por la legitimidad y por la apropiación de un capital. En este punto planteo que esta lectura de la historia del campo cultural va a asumir distintas variantes según cuál sea la historia de las clases sociales en cada contexto nacional. Dado que la sociedad argentina fue conformando su estructura de clases moderna como sociedad aluvional y no estratificada, el campo cultural asumió también esa singularidad. Si en la gran mayoría de los países el campo intelectual está liderado por una elite, aquí también lo estuvo, pero hasta cierto momento y según las manifestaciones artísticas de las que estamos hablando.

Estas formulaciones conceptuales llevan a preguntarse por el campo cultural de Buenos Aires y más específicamente por la definición de una esfera de la cultura más allá de la elite, vinculada con la industria y la cultura popular. Su exponente más masivo fue el cine y su público. Ahora bien, ¿en qué escenario se produjo este fenómeno de una temprana cultura de masas, lo cual colocaba a la sociedad argentina como una sociedad de masas?

Con el propósito de comprender la relación estrecha entre Buenos Aires y la cultura, en primer lugar voy a dar cuenta de cómo se va transformando, debido a los procesos inmigratorios, la ciudad, la cual constituye un escenario de tensiones entre los subcampos de la cultura e incide en la diversidad de las propuestas culturales posteriores. Según señalan **Braun y Cacciatore (1996)**, a partir de la segunda mitad del siglo XIX Buenos Aires se constituyó en depositaria de los ingresos que venían de su puerto, lo que la llevó a una situación privilegiada frente al país. Además, la política de “gobernar es poblar”, que comenzó a sustentarse entonces, abrió el país a una corriente inmigratoria europea, cualificada y no cualificada, procedente de regiones pobres de Italia y más tarde de España. Las estadísticas indican que en 1869, de 180.000 habitantes, el 67 % eran extranjeros, y en 1895, de 600.000 habitantes, el 74 % no eran nacidos en el país (de ese porcentaje, un 50 % eran italianos). Este aporte inmigratorio aluvional fue uno de los factores de renovación del paisaje social y cultural porteño.

Según Cibotti, lo que caracteriza al proceso inmigratorio argentino es su magnitud y su velocidad comparado con los procesos inmigratorios de otros países de la región. Gino Germani afirma que la Argentina es el único país del mundo que tuvo una población activa mayoritariamente extranjera, en las regiones más dinámicas del país, durante un largo período de tiempo. En términos globales, la proporción de extranjeros sobre el total de habitantes fue

superior de dos a tres veces a la de los extranjeros en los Estados Unidos (Cibotti: 2004). A partir de 1880 la inmigración adquirió ritmo de vértigo. Al puerto de Buenos Aires, precario y mal equipado, llegaron de a miles los europeos que se aventuraron a cruzar el Atlántico. Al comenzar la década, el ingreso anual de inmigrantes fue de 85.000 personas, saldo que casi se triplicó al finalizar la misma. La crisis de 1890 frenó la tendencia y recién a partir de 1905 el saldo migratorio recuperó los guarismos de fines del '80. Hasta 1910 se radicaron alrededor de 1.000.000 de italianos, 700.000 españoles, 90.000 franceses, 70.000 rusos —en su mayoría de origen judío—, 65.000 turcos —en su mayoría sirios y libaneses—, 35.000 austro húngaros, es decir, centro europeos, 20.000 alemanes y un número muy inferior de portugueses, suizos, belgas y holandeses.⁹

Mientras llegaban los inmigrantes, la elite se proponía convertir a Buenos Aires en una urbe física y culturalmente europea. Había en ello interés en el progreso, pero también en mostrar que se pertenecía al privilegiado mundo de allende los mares. Un cierto espíritu exhibicionista se mostró desde la década del cincuenta del siglo XIX, rasgo que parece definir a Buenos Aires. Por entonces, los dos edificios más importantes que se construyeron en la ciudad fueron los depósitos de la Aduana y frente a la Plaza de Mayo, un fastuoso teatro de ópera, el Colón, con 2.500 localidades, que resultó a la larga una empresa desmedida para la realidad de la ciudad, según sugiere Vázquez Rial (1996). Más adelante, se señala que se dio una doble europeización: la de las clases altas, que trasladaron un modelo cultural francés, y la producida por el aporte inmigratorio, que influyó en las clases media y baja, perdiéndose en todos los casos la tradición hispano-criolla. La dimensión que tuvieron los edificios antes mencionados revela el lugar imaginario que asumió Buenos Aires frente al mundo. Los autores hablan de una puesta en escena económica y cultural al mismo tiempo. En la Exposición Internacional de París en 1889 se determinó que Buenos Aires fuera una París en América, pero además se supo generar en todos los habitantes, ricos y pobres, y aun en los inmigrantes recién llegados, una fe en el progreso que era parte del destino glorioso de la Nación. *Argentina, tierra de promisión* es uno de los mitos que han persistido casi hasta hoy en sus habitantes y que ha comenzado a caer desde hace dos décadas como señalaré en capítulos posteriores.

⁹ Pero el movimiento total de ingresos y egresos de inmigrantes fue mucho mayor en todo el periodo. Por ejemplo, entre 1881 y 1910 entraron al país 700.000 italianos y 200.000 españoles que no se quedaron. En ambos casos, además, se invirtió la tendencia inicial. En efecto, la afluencia de italianos que sumaba a comienzos del siglo XX el 45 % del total de inmigrantes, disminuyó a partir de 1910, mientras se multiplicaban los españoles, que en los diez años siguientes representaron la mitad de los recién llegados.

En ese escenario urbano se impulsó la denominada cultura culta. La arquitectura de los teatros de Buenos Aires (Colón, Cervantes, Teatro Argentino de La Plata) revela el lugar asignado por la elite porteña a esta. El campo cultural argentino estaba constituido inicialmente por artistas y escritores de la elite y muy influenciado por su relación con Europa. El francés era el idioma preferido por las oligarquías. En general, los escritores y los artistas plásticos del siglo XIX tienen un origen patricio. El temprano desarrollo de la industria cultural, promovido por inmigrantes, modifica también tempranamente la conformación del campo.

Como el crecimiento de dicho campo coincide con los debates intelectuales y políticos en torno a la definición de una identidad nacional, no sin conflictos en forma recurrente aparecen en los debates contenidos culturales que no provienen de la cultura europea. Es imposible definir una identidad nacional sin apelar a tradiciones, a la cultura rural o a la cultura urbana de origen inmigrante que genera la práctica del tango¹⁰. Si en sociedades estratificadas a la europea se expresa una correspondencia entre clase y apreciación cultural, en sociedades nuevas como las nuestras, el contenido del capital cultural va a adoptar otras características, en algunas cuestiones más similares a la sociedad norteamericana, pero con una peculiaridad propia. De todos modos la elite se proponía convertir a Buenos Aires en una capital cultural al nivel de las ciudades europeas.

En segundo lugar, en forma paralela y como consecuencia de la singular transformación de la sociedad argentina a partir de la llegada masiva de inmigrantes, se puede intentar rastrear la conformación de espacios culturales que no pertenecían a la elite, pero estaban bajo la sombra de este importante desarrollo cultural. En ese sentido, como esta tesis se orienta a analizar la relación de las clases medias con la cultura, me pregunto cuáles fueron los actores intervinientes en la conformación de los públicos de la cultura no provenientes de

¹⁰ Es importante decir aquí que este baile que se originó en el puerto de Buenos Aires y rápidamente se extendió a los barrios del sur como San Telmo, Monserrat y Pompeya, tuvo su crecimiento paralelo con el de la sociedad argentina, formada por inmigrantes europeos que aportaron muchos de sus elementos. Alrededor de 1860, entre los criollos y gauchos rioplatenses, marineros, indios, negros, y mulatos, se bailaba suelta músicas como valeses, de origen austríaco y alpino; pasodoble y tango andalúz; zarzuela; bailes de origen escocés; habaneras, de origen cubano; polka; mazurcas, cuadrilla y milonga; teniendo como base el fandango y el candombe de los negros. En esa época aún no existía el tango como danza propiamente dicha. El sonido del bandoneón (de origen alemán) se incorporó como algo imprescindible para acompañar pianos, guitarras criollas, contrabajos y violines. En los barrios surgió el "tango arrabalero", aquel que bailaban en el arrabal hombres y mujeres con los cuerpos fuertemente abrazados, y que escandalizó a la sociedad de la época.

la elite.

Como se trataba de una sociedad de carácter aluvional, resulta difícil marcar fronteras entre las clases medias y las clases populares, mezcla que también se evidenciaba en la estructuración de los barrios de Buenos Aires. Así es que organizaciones que defendían los derechos de los trabajadores, como aquellas que nucleaban a los inmigrantes, también trabajadores, desplegaban acciones culturales como parte de diversos programas de acción. Anarquistas y socialistas¹¹, siguiendo el precepto moderno de democratización de la educación y la cultura, ofrecían escuelas de alfabetización para adultos trabajadores, así como también actividades culturales para el tiempo libre. Quizá con un tono pedagógico a veces y moralizador otras, fueron numerosos los emprendimientos barriales para las clases trabajadoras. En todo caso se puede decir que estas instituciones contribuyeron a la formación de una cultura obrera, la cual adoptó distintas formas según los niveles de conflictividad social existentes en cada momento. El asociacionismo civil, político y cultural de los inmigrantes se articulaba con el papel del Estado argentino, cuyo proyecto fuerte era la educación pública¹².

1.3 Clases medias y cultura en la Argentina

En *La política del modernismo* (1997), Williams sostiene que la modernidad del siglo XX, en términos culturales, se encarna en ciudades cosmopolitas conformadas por sujetos de diversos orígenes inmigratorios. El cine, al menos, y la profusión de editoriales y libros de bolsillo, fueron promovidos por inmigrantes como pequeñas empresas culturales, situación que coincide con el caso argentino. El enfoque que propone Williams constituye una aproximación al problema planteado: analizar los procesos sociales, políticos y económicos que generaron las condiciones para que la cultura se constituyera en un valor para las nacientes clases medias e incidiera en la conformación de un campo cultural con artistas e intelectuales de otro origen social.

También Sarlo desarrolla esta idea de transformación del campo literario a partir del surgimiento de una nueva camada de escritores que no provienen de la elite, a los que se suman los creadores de cine.

¹¹ Marina Becerra ha trabajado sobre las ideas de Enrique del Valle Ibarlucea (2007).

¹² Junto con la creación del Ejército Argentino, el apoyo a la salud pública y la difusión del higienismo.

Me parece importante señalar, a propósito del trabajo de Portantiero (1983), que Buenos Aires inicialmente estuvo en su mayor parte poblada por una importante clase trabajadora de origen extranjero hacia fines del siglo XIX y principios del XX. Las condiciones sociales y económicas se modifican permitiendo a sus hijos y a sus nietos ascender socialmente, ya que rápidamente Buenos Aires fue desarrollando un importante sector comercial y creció holgadamente el sector público. Así se puede observar una confluencia entre el surgimiento de una nueva oferta cultural y un paulatino mejoramiento de las condiciones de vida de las clases trabajadoras. En el caso de Buenos Aires, coincide con el surgimiento de los barrios, la existencia de más tiempo libre y un espacio en la vida cotidiana de los trabajadores para el esparcimiento. En este contexto social se puede comprender la importante tirada de diarios, revistas, libros de divulgación y crecimiento de salas de cine en los distintos barrios de Buenos Aires, en comparación con otras ciudades latinoamericanas. El café concert era la salida típica de los hombres.

Existen otras interpretaciones que enfatizan la dimensión cultural como clave para comprender la peculiaridad de estas clases en la sociedad argentina. Se apela en ellas al papel fundamental que la educación pública ha tenido como vía de acceso a la cultura letrada (Sarlo, 1983 y 1997). El acceso a la cultura a través de la masiva escolarización de los inmigrantes e hijos de inmigrantes constituyó un signo de identidad de los sectores medios. Como señala Sarlo (1997), el Estado nacional a través del normalismo tuvo un papel preponderante en la instalación de este valor. Carli (2003:12) comparte esta idea, afirmando que “la sociedad argentina como construcción histórica, como tejido social y cultural, no puede comprenderse sin considerar el impacto de la escolaridad obligatoria, del peso sustantivo que el sistema educativo ha tenido durante todo el siglo XX”. Desde esta idea fuerza se sostiene el enorme y temprano desarrollo cultural, como por ejemplo de la industria editorial y las industrias culturales en general en las primeras décadas del siglo, las cuales fueron posibles a partir de la existencia de personas que se estaban entrenando en la lectura. Se establece así una vinculación entre la constitución histórica de una clase y la emergencia de determinadas prácticas y productos culturales.

En los trabajos de historia cultural realizados principalmente por Beatriz Sarlo (1985, 1991, 1994), junto a otros, entre los que se encuentran los de Luis Alberto Romero (1986), se concluye acerca del importante desarrollo de la industria editorial, así como la proliferación

de espacios culturales, bibliotecas, clubes de barrio, teatros y cines en las primeras décadas del siglo XX.

Paralelo a esta impronta estatal, es sabido que las colectividades impulsaron el teatro, la literatura y la música. Para Beatriz Sarlo (1996), el modo en que se configuró la ciudad de Buenos Aires define la relación de sus habitantes con la cultura. La trama urbana proporciona lugares para la transacción de valores diferentes y el conflicto de intereses (políticos, estéticos, mezcla cultural provocada por la inmigración). La ciudad moderna es siempre heterogénea porque se define como espacio público: la calle es el lugar donde diferentes grupos sociales realizan sus batallas de ocupación simbólica. La arquitectura, el urbanismo y la pintura miran, rechazan, corrigen e imaginan una ciudad nueva. Pero existe otra calle, un espacio simbólico que aparece hipersemiotizado en casi todos los escritores argentinos de los años veinte y treinta, según señala la autora.

Por otra parte, la heterogeneidad de este espacio público —que se acentúa en el caso argentino por los nuevos cruces culturales y sociales provocados por el cambio demográfico— pone en contacto diferentes niveles de producción literaria, estableciéndose un sistema extremadamente fluido de circulación y préstamo estético. Hay una presencia ya fuerte y definida de un público medio y popular estratificado tanto social como ideológica y políticamente, para el que se produce un elenco de colecciones y revistas que se extiende desde la literatura de “placer y consolación” hasta la explícita intención propagandística, pedagógica y social. Por otro lado, tanto para las colectividades como para los partidos políticos de las clases medias y populares, también era en el espacio cultural donde se construían, desde un punto de vista intelectual, proyectos de transformación. Es muy importante en ese sentido la labor cultural promovida por el Partido Socialista en las primeras décadas del siglo XX. Probablemente al ser esta fuerza política la gestora de varios proyectos culturales, provoca que la cultura ocupe un espacio confrontacional y opositor en la vida social. Una izquierda reformista y ecléctica funda las instituciones de difusión cultural (bibliotecas populares, centros de conferencias, editoriales, revistas) para aquellos sectores que quedan al margen de la cultura “alta”.

En relación con la pregunta por la identidad de las emergentes clases medias empobrecidas en los últimos treinta años, Feijoo (2001: 21) hace una afirmación que acompaña nuestras reflexiones:

Aunque las fuentes para probar esta afirmación provienen de la observación asistemática, la cuestión del ocio y entretenimiento desempeñó un papel importante en la formación de los sectores medios y la configuración de lo que se considera un modo de vida digno o adecuado.

No son muchas las referencias a este tema en nuestras ciencias sociales. Sin embargo, resultan sugerentes tanto el trabajo ya mencionado de Sarlo como *El imperio de los sentimientos* (1985), ambos centrados en el análisis del éxito masivo de una nueva lectura, los folletines, en las primeras décadas del siglo pasado, donde se hace referencia a la constitución de un nuevo público lector producido por las condiciones sociales que acompañan el proceso de urbanización y alfabetización, desarrollo comercial y administrativo, expansión del aparato escolar y del normalismo. Debido al fuerte impacto de esta literatura en el mercado editorial, se la considera como generadora de imaginarios y fantasías sociales. En ese sentido, afirma la autora:

La ficción y también la poesía no sólo se construyen con materiales ideológico experienciales que, de algún modo, forman parte de un patrimonio común transformado estéticamente, sino que los textos mismos funcionan como formadores activos de fantasías sociales (Sarlo, 1985: 23).

En el mismo libro se señala que este nuevo público lector también constituye el público del teatro. Precisamente, en la investigación de Mazziotti sobre las revistas teatrales argentinas, *Bambalinas y el auge de las revistas teatrales argentinas, 1910-1934: una modalidad teatral periodística*, citada por Sarlo (1985:43), se hace referencia al gran despliegue de salas teatrales en la Capital Federal. El teatro superaba en importancia a estas publicaciones de 1920. En el clima de ampliación de la oferta cultural, se inscribe la aparición de las revistas de narración.

Es preciso mencionar también el aporte del Partido Comunista en el plano cultural, especialmente en el ámbito urbano, perspectiva sugerente investigada por Hernán Camarero (2007). La oferta de la industria cultural iba adquiriendo un enorme espacio, si bien no alcanzaba una hegemonía total en el imaginario de las clases trabajadoras. Sus expresiones iban desde la radio, al cine sonoro, pasando por las revistas populares y la literatura de kiosco, multiplicadas por una nueva y pujante industria editorial (2007: 218). Estas iniciativas continuaban, de alguna manera, las generadas anteriormente por el anarquismo y el socialismo. Como ya fue mencionado, el PS realizó un importante despliegue cultural a partir

de centenares de bibliotecas obreras, centros de estudios, escuelas libres y ateneos de divulgación. Específicamente en la Sociedad Luz se impulsaron cursos de los más variados, coros, teatro, espectáculos musicales, miles de conferencias, proyecciones cinematográficas, editoriales, etcétera. Específicamente en el caso del Partido Comunista, se hablaba en términos de Biblioteca Obrera, postulando una total autonomía del estado burgués (ob.cit. 223). La mayoría de los títulos se inscribía en una literatura socialista y anticapitalista (Marx, Engels, Lenin, Luxemburgo, Lafargue, Zetkin, Radek, Bujarin, etcétera). En segundo lugar, se encuentra una selección de obras de la literatura universal de contenido social, humanista y romántico (Víctor Hugo, Zola, Gorki, Tolstoi, Dostoievski e Ibsen). También textos de escritores contemporáneos en los que se filtraba un espíritu antiburgués, antimilitarista o solidario con la Revolución Rusa (Romain Rolland y Henri Barbusse, el norteamericano Upton B. Sinclair, el francés Anatole France y otros). El mayor auge de esta divulgación se da en los años veinte, luego decae durante el stalinismo. Por otro lado hay que mencionar las actividades artísticas y festivas, en general pensados con fines recreativos y didácticos. Los ciclos de cine más requeridos eran los de Serguei Eisenstein. También el Partido Comunista fue importante para intelectuales, artistas y escritores. Sin embargo, la influencia de la izquierda comenzó a decaer hacia los años treinta con la cooptación de las clases trabajadoras y medias por parte del sindicalismo no partidario y el avance de la Iglesia Católica.

Romero (1986) alude asimismo al importante desarrollo de una serie de empresas editoras que ofrecieron un conjunto significativo de buenas obras de la literatura y el pensamiento universal a precios económicos. La cuidadosa selección y las extensas tiradas dan cuenta de una empresa cultural. También el cine, al que aludiré en el capítulo 3, se podría asociar a esta idea de empresa cultural, promovida por organizadores culturales. Asimismo, espacios de la cultura en los barrios constituían el nexo entre la vida cotidiana y la cultura intelectual, cuyos mediadores provenían del Partido Socialista. Así como se señala la ampliación de un público lector, consecuencia de la conformación de un campo literario e intelectual (escritores especializados, revistas y formas propias de consagración), también se puede hablar de la naciente conformación de un público de cine como parte de la constitución de un campo cinematográfico, cuyo bagaje cultural se nutre de distintas fuentes de la cultura popular.

Rescato esta afirmación: se habla de empresa cultural por su idea de mensaje, de prédica. No sólo se trata de poner ciertas obras al alcance del pueblo, sino de convencerlo de

su valor. Se manifiesta una idea de ser culto, estado que consiste en *estar al día* e informado, conocer aquello que tiene cierta consagración y reconocimiento. Este es un modelo particular de ser culto, construido para las clases medias, que sostengo se extiende hasta el primado de la cultura electrónica si se piensa en las mayorías.

Es difícil precisar cómo se instaló este valor en la sociedad argentina. Si bien la escuela pública posibilitó que amplias mayorías accedieran a la letra¹³, siguiendo la perspectiva de Richard Hoggart¹⁴, es menos evidente que la formación y la currícula de la escuela pública orientara a sus alumnos en el amor a la cultura (el teatro, el cine, la música, la plástica). En ese espacio cultural podemos observar lo que sugieren las investigaciones de la historia cultural antes citadas con relación al anarquismo, el socialismo y el comunismo en la vida cotidiana barrial y las asociaciones de inmigrantes. También según el trabajo de Gutiérrez y Romero (1989) con relación al papel de las bibliotecas barriales, estas estaban vinculadas a asociaciones de fomento que reunían a todo un conjunto de mediadores culturales de carácter autodidacta cuya función era la divulgación, el conocimiento de las artes, la literatura, la música y las ciencias como un modo de mejoramiento de la vida cotidiana.

Sarlo (1991) da cuenta de este espacio cultural nuevo a partir de datos como el descenso del analfabetismo y el crecimiento de la escolaridad secundaria, también notable en los niveles nacional, normal y comercial. En poco más de una década, entre 1920 y 1930, se constituyen precondiciones de los cambios que se producen en el perfil del público y la consolidación de un mercado editorial local. Se destacan editoriales para las capas medias como Claridad, “empresa ejemplar que en poco menos de diez años imprimió un millón de ejemplares, con tiradas que habitualmente estaban en los 10.000, pero que en los '30 llegaría hasta los 25.000” (Sarlo, 1991: 19). Asimismo, en 1928 el promedio de circulación diaria de *El Mundo* era 127.000 ejemplares. El diario *Crítica* llegó a los 300.000. En 1935 el tiraje diario de periódicos y revistas se aproximaba a los dos millones de ejemplares.

¹³ Es interesante en este sentido el libro de Beatriz Sarlo *La máquina cultural* (1997).

¹⁴ Hago referencia aquí a *La cultura obrera en la sociedad de masas* (1990) y a Williams, R. *La larga revolución*.

Capítulo 2

La constitución de un campo de estudios sobre los consumos culturales en América Latina y la Argentina. Inscripción de la problemática abordada en esta perspectiva

Aquí intentaré responder a la pregunta: ¿es válido hablar de consumo de cine, cuando nos referimos a públicos de cine?

Las investigaciones sobre consumo cultural en América Latina acompañaron la reflexión sobre políticas culturales que proliferaron en los años ochenta entre los investigadores de la cultura. Si bien en el período aludido en esta investigación no era habitual hacer referencia a la práctica de ir al cine como consumo cultural, es evidente que las investigaciones recientes están impregnadas de esta categoría. Quizá en esta tesis sería más conveniente hablar de públicos de cine. Sin embargo, la cuestión del consumo, más desarrollada recientemente, le agrega un plus a la práctica de ir al cine, porque en nuestro país paralelamente se fue desarrollando la sociedad de consumo de acuerdo a cánones de modernización cultural y social cercanos a los norteamericanos¹⁵.

Considero que la temática es sumamente productiva ya que articula una serie de cuestiones tanto desde el punto de vista teórico como metodológico y empírico. Pienso que da cuenta de la renovación y actualización que se da en las ciencias sociales en general, en el marco de la agenda política que se instala en nuestros países en la crisis de los regímenes militares y en la recomposición del campo cultural/intelectual.

Una pregunta que surge en este contexto consiste en observar qué efectos tenían sobre la sociedad las ofertas culturales, de modo de aprehender nuevos sentidos y significaciones de las sociedades, velados durante los años de la dictadura. Es sabido que después de las dictaduras, los grupos sociales, hasta el momento resguardados en el ámbito privado, comienzan a modificar su vida cotidiana. La creciente preocupación por los consumos culturales se enmarca en el giro que comienzan a dar las ciencias sociales en la última década, las cuales ya no vislumbran la producción en el plano económico como eje determinante de los comportamientos sociales y políticos sino que, por el contrario, el plano del consumo

¹⁵ Es muy sugerente la investigación que realizó Stuart Ewen (1988) sobre la conformación de la sociedad de consumo norteamericano entre fines del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. Varias cuestiones que allí se mencionan son estimulantes para pensar la conformación de la Argentina moderna y la movilidad de las clases medias a partir de su origen inmigrante.

vinculado a la esfera de la cotidianeidad y la sociabilidad primaria constituyen dimensiones relevantes a tener en cuenta para el análisis social (lo cual no significa desvincularse de lo económico).

Si bien es la política la que convoca a ocupar el espacio público, en el caso argentino, son también los proyectos culturales los que asumen esa dimensión participativa de la política, entre otros. Así que en ese sentido, la preocupación por los consumos culturales aparece asociada a un momento histórico singular en países que pasaron por dictaduras militares.

Por otro lado, a esta cuestión de carácter político, y a la de la productividad de la cuestión del consumo para pensar aspectos microcotidianos, debemos sumar la tímida recomposición del campo cultural, intelectual y artístico en términos de productores, difusores y público. Este campo cultural fue profundamente desgarrado, no sólo por las experiencias trágicas de las dictaduras, sino también por tensiones ideológicas anteriores encarnadas por sus miembros y por el sobredimensionamiento que la cuestión política (Sarlo, Landi, 1984) asume décadas atrás. Asimismo, dada la historia conflictiva de las ciencias sociales latinoamericanas y su particular relación con la praxis política y también con cierto marxismo, estas no estuvieron particularmente atentas a la cuestión cultural artística. No existían condiciones de posibilidad para pensar las prácticas culturales de los diferentes grupos sociales en los años sesenta y setenta; cualquier pretensión de autonomía en el juicio era descartada por elitista y falta de compromiso. Hasta ese momento el conocimiento de la dinámica social derivaba del análisis estructural de la economía (García Canclini, 1993). Lo cultural sólo era referido a las élites o destinado a cierta antropología de la vida de los grupos indígenas. Reflexionar sobre las prácticas culturales se constituye como tema característico del predominio de la democracia como fundamento del orden político y de los debates posteriores en torno a la igualdad y la desigualdad social y cultural que surgieron a partir del impacto del neoliberalismo en nuestras sociedades. En los años referidos no había lugar para este tipo de preguntas ya que hubieran sido consideradas banales.

En efecto, en décadas anteriores, el comportamiento social no era pensado como cultural sino en términos de ideología, dominación y contraideología en las investigaciones vinculadas fundamentalmente al impacto que comenzaban a tener en nuestras sociedades los medios de comunicación, etcétera. En los sesenta prevalecía un modelo de análisis cultural

fundado en la dominación cuyo concepto clave era el de manipulación, tomado de cierta lectura de época de la Escuela de Frankfurt:

Simultáneamente con la expansión industrial y urbana de América Latina, la ampliación del consumo a sectores medios y populares, el desarrollo de la televisión y otras comunicaciones masivas, se intenta explicar la dominación cultural. Bajo la influencia de la Escuela de Frankfurt y de teorías críticas sobre la etapa monopólica del imperialismo, mecánicamente transferidas al proceso cultural, este fue analizado según una concepción teológica del poder. Se deducían de las estrategias de los dominadores los efectos sobre los dominados, con sólo analizar los objetivos económicos e ideológicos de los medios masivos podía saberse qué necesidades generaban, cómo sometían a los consumidores. En los setenta, frente al modelo del “imperialismo cultural” vemos multiplicarse los trabajos que descubren por todas partes la resistencia popular (García Canclini, 1984).

Referirse a la cuestión cultural en América Latina supuso una revisión de la perspectiva teórico-metodológica acerca de las relaciones de poder y las relaciones sociales en general. Las lecturas de Foucault, del psicoanálisis, de las teorías de la recepción literaria y de Gramsci¹⁶, luego de las teorías de la reflexividad, otorgaron un lugar más activo a la subjetividad ya no explicada unidireccionalmente sino más entendida en términos de relaciones de fuerza. Se dejó de lado cierto mecanicismo en el momento de abordar las prácticas sociales. Las reiteradas revisiones del marxismo, ante los fracasos de prácticas políticas, condujeron el interés hacia nuevas articulaciones de los sujetos entre sí en términos horizontales y también en términos verticales, como son las relaciones de dominación. Con la transición a la democracia también el consumo cultural asume una nueva significación política. Se podría decir que este tema aparece como derivación del debate post transición. Las preguntas de ese momento podrían girar en torno a qué se debía hacer en términos de política desde los Estados, en particular en los países atravesados por procesos dictatoriales y por una particular persecución al campo de la producción cultural¹⁷.

En consecuencia, la revisión que en los ochenta se hace de estos modelos lleva a privilegiar el análisis del consumo. En efecto, el consumo abarca los procesos sociales de apropiación de los productos, y por tanto de lucha entre las clases por participar en la

¹⁶ Sobre las nuevas lecturas de Gramsci en el marco de la revisión de los estudios clásicos de comunicación, se sugiere leer García Canclini, Néstor (1984): “Gramsci con Bourdieu. Hegemonía y consumo y nuevas formas de organización popular”, *Nueva Sociedad*, núm. 71, marzo-abril, pp. 69-78.

¹⁷ Si bien el campo cultural, los productores, artistas y productos culturales constituyeron un espacio social sumamente perseguido en los años de la dictadura militar y un objetivo de Estado, el tema no fue objeto de estudios académicos en general, a diferencia de otros temas vinculados con el periodo. Sí, efectivamente, existieron numerosos ensayos, notas periodísticas, etcétera. Podemos mencionar, por ejemplo, algunos trabajos de Judith Gociol (2003, 2006).

distribución y hacer presentes sus demandas en la planeación social. En este sentido, el consumo es mucho más que el repertorio de actitudes y gustos catalogados por las encuestas funcionalistas de mercado y opinión o que el área donde se completa el proceso productivo. El consumo es el lugar en el que los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución de los bienes y la satisfacción de necesidades. Es también el concepto clave para explicar la vida cotidiana, desde el cual podemos entender los hábitos que organizan el comportamiento de diferentes sectores, sus mecanismos de adhesión a la cultura hegemónica o distinción grupal, de subordinación o resistencia.

Vincular hegemonía con consumo lleva a no sustancializar los términos. Sabemos desde Gramsci y luego por Williams, que la hegemonía para existir no puede ser mera imposición. Si bien la burguesía como propietaria de los medios de producción y circulación, tiene un papel decisivo en la organización material e ideológica de la vida social, de modo de ejercer eficazmente su hegemonía, desde el momento de la producción debe incluir en los productos y mensajes no sólo sus intereses sectoriales sino aquella parte de la cultura que vuelve a esos productos útiles y significativos para la mayoría: “prestaciones recíprocas”. Por eso, afirma **García Canclini (1984)**, están mal formuladas preguntas tales como si el tango o el rock son hegemónicos o subalternos: su origen cultural y su contenido no bastan para adscribirlos a un sentido u otro; lo decisivo será examinar su uso, la relación con los dispositivos de poder actuantes en cada coyuntura.

Si bien, como vengo argumentando, el concepto de consumo cultural surge en determinado momento histórico como parte de la reflexión coyuntural sobre la recepción en la transición democrática, se revela de utilidad para pensar momentos históricos anteriores. El caso de *El imperio de los sentimientos* es interesante en ese sentido porque resignifica un concepto de origen sociológico en el campo del análisis cultural discursivo. En este libro, Sarlo se propone analizar, inspirándose en Williams, la estructura de sentimiento de una sociedad en formación como la sociedad argentina entre la década del diez y del veinte, a partir del éxito de venta de los folletines, con tiradas de 100.000 hasta 200.000 ejemplares. Como no es posible entrevistar canónicamente a los lectores, la autora reconstruye su perfil a partir de los textos que leían con tanto interés. Sarlo se pregunta qué había en esos textos que convocaban masivamente a su lectura y de qué manera se articulaban con los vertiginosos cambios sociales de esa época. ¿Qué costo tenían, quién podía comprarlos, dónde? ¿De qué

tipo de ciudad estamos hablando? En la investigación se describe una serie de dimensiones que hacen a un comportamiento social de un grupo emergente, como son las heterogéneas clases medias argentinas y a su vínculo con los consumos culturales. Este ensayo deja planteada la cuestión del significado de los consumos culturales, en este caso del folletín, en relación con la preocupación por el impacto y la armonía preestablecida, en términos de Bourdieu, entre la producción de un género literario, más cercano a la cultura popular, y su consumo. Así, las condiciones de existencia de esta literatura se asocian a condiciones sociales: la constitución de un nuevo público lector sin demasiado capital cultural o casi nulo en términos de cultura universal, devenido en tal a partir de la intervención del Estado nacional a través de la educación pública produciendo actores sociales alfabetizados. Las preguntas en este caso eran: ¿qué leían las nuevas generaciones de argentinos? ¿De qué manera incidió esta nueva literatura en la formación de nuevos imaginarios sociales?

No sólo desde la crítica cultural literaria se detectan aportes a la conformación de este concepto, también las investigaciones en el llamado campo comunicacional, en términos de audiencias y prácticas, han generado un conjunto de líneas de investigación que contribuyen a la reflexión sobre el consumo cultural¹⁸. Justamente, a partir de los años ochenta se constata que si bien existían condiciones para la práctica cultural en el espacio público, las personas, en general, optaban preferentemente por el consumo de medios de comunicación al interior del hogar. O en todo caso se verifica que este consumo, si bien se combina con otras prácticas, es más relevante de lo que se imagina. Así surge un nuevo subcampo en el llamado campo de los estudios sobre consumos culturales, vinculado a la relación de los sujetos con la técnica y la tecnología. Se vislumbra la continuación de la reflexión de Benjamín sobre el arte en la época de la reproducción técnica. Otras mediaciones tanto en la producción como en el consumo resignifican el campo cultural, artístico e intelectual. Sobre el tema de la relación técnica y arte y su significación social y hasta civilizatoria volveré más adelante. Resulta de interés destacar que entre los ochenta y los noventa, además de los estudios en grandes urbes ya mencionados, como el de Landi principalmente, se hicieron algunos estudios sobre consumos culturales en ciudades intermedias como Córdoba, Santa Fe, Paraná, Mar del Plata y Mendoza. Estas ciudades fueron especialmente receptivas a la incorporación de nuevas

¹⁸ Se pueden seguir distintas perspectivas adoptadas en los estudios sobre medios de comunicación en el libro de Grimson, Alejandro y Mirta Varela (1999): *Audiencias y poder*. Buenos Aires: Eudeba.

tecnologías hogareñas, como la TV por cable y la *videocassettera*¹⁹, transformando las prácticas sociales al permitir un acceso a bienes y servicios culturales hasta entonces muy concentrados en la ciudad de Buenos Aires. Paralelamente se registra una disminución notable en los consumos culturales en ámbitos públicos, evidenciada en la merma de espectadores de cine, teatro, conciertos, etcétera. Cabe consignar que estas investigaciones retoman datos muy fragmentarios de fuentes diversas, como consultoras, revistas culturales, asociaciones de medios, etcétera, y que las mismas tuvieron escasa y tardía difusión (Torrero, 1999).

Si en los ochenta los estudios de consumo cultural estuvieron signados por interrogantes en torno a las bases culturales de las incipientes democracias y en los noventa por la transformación de las prácticas culturales ahora centradas en el hogar (la llamada cultura a domicilio), en la actualidad la nota la colocan las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

2.1 En torno a la complejidad del concepto de consumo cultural

Suele argumentarse que el concepto de consumo cultural está connotado excesivamente por rasgos economicistas. Para Habermas (1994) el consumo cultural corresponde a una fase específica de la relación que los sujetos establecen con los productos culturales en un momento histórico determinado, en particular en la modernidad tardía. A diferencia de la primera modernidad, donde los individuos se vinculaban con la literatura a partir de su conformación subjetiva en la esfera privada, ahora los individuos consumen cultura menos en un sentido reflexivo y racionante y más en términos de notoriedad y entretenimiento. Habermas en *Historia y crítica de la opinión pública* analiza la transformación del vínculo del público con la cultura, en particular con la literatura, en el marco de las transformaciones del capitalismo. Así, si en un primer momento del capitalismo liberal la relación con la literatura conformaba una publicidad literaria, impulsando a la constitución de espacios públicos de la crítica; en un segundo momento, con el crecimiento de la industria cultural, la literatura deja de ser el eje del vínculo con la cultura y se convierte en consumo cultural junto con otras prácticas de la sociedad de consumo. La información prima sobre la formación y el costo del libro por sobre el contenido.

¹⁹ Las *videocassetteras* comienzan a ingresar al país a fines de 1970. En 1984 había 120 videoclubes, hacia los noventa de 3.500 a 4.000. Torrero (1990), citado en Vidal, Alicia (1990). *Viendo video. Pautas de consumo de un nuevo medio. La opinión de los consumidores*. Buenos Aires: CEUR.

Las características que asumen las instancias institucionales que organizan la producción, circulación y distribución de la cultura inciden en las formas de consumo y en la constitución de los públicos. En esa línea, como sugiere Stuart Hall (1980), las formas de consumo están dirigidas por la producción cultural y desde esta perspectiva se considera que el consumo cultural no es un acto libre en su totalidad, se enmarca en determinadas condiciones estructurales, históricas, sociales, económicas y políticas, esto es, constituye una relación social. Si bien la diversidad y amplitud en la oferta va a estar promovida por las características de una sociedad democrática y por el nivel de creatividad cultural, el acceso a dicha oferta se produce según las formas de la desigualdad social existentes, las trayectorias sociales y representacionales de los grupos, los niveles de capital cultural, los valores predominantes, los climas emergentes, el desarrollo tecnológico y las formas de vida dominantes en un momento determinado. En ese sentido, la mirada de Bourdieu y de la sociología en general alumbra en torno a las limitaciones y al mayor o menor éxito de consumo de diversos tipos de producciones artístico-culturales y de las apropiaciones simbólicas, ya que advierte acerca de los condicionamientos estructurales de clase. El consumo supone una reflexión de nuevo tipo sobre el poder, la ideología, las construcciones de sentido común y el sentido de lo social en general. Específicamente, en América Latina se han realizado investigaciones empíricas sobre estos temas en distintas ciudades capitales de América Latina a partir de una iniciativa de CLACSO sobre Políticas Culturales hacia fines de los años ochenta, en el marco de la democratización de nuestros países luego de trágicas dictaduras. Así el interés en dicho tema debe ser analizado en el contexto de las transiciones a la democracia que se produjeron en diversos países latinoamericanos. A su vez, los organismos internacionales comenzaron a incidir en los lineamientos de los Estados y es de señalar que la cultura constituyó uno de los ejes más importantes de dichos organismos. En este campo se pueden mencionar los programas de investigaciones sobre consumo cultural de uno de los intelectuales latinoamericanos más importantes del campo de los estudios culturales, Néstor García Canclini. Los resultados de dichas investigaciones han sido difundidos en publicaciones tales como *El consumo cultural en México* (1993) y *Consumidores y ciudadanos* (1995). Podemos mencionar también *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, volúmenes 1 y 2 (1998), y más específicamente *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México* (1994). En este último trabajo y en otros posteriores aparece la reflexión sobre consumos culturales dirigida hacia dos fenómenos: el impacto de las industrias culturales en las esferas cultural y económica, y el surgimiento de un

nuevo tipo de espectador como consecuencia de la difusión masiva de nuevas tecnologías en el espacio cultural.

En esta línea se debe comprender el trabajo realizado por Guillermo Sunkel (1999), el cual reúne distintas investigaciones empíricas latinoamericanas orientadas a pensar esta cuestión, destacando la productividad del concepto para pensar el vínculo de los sujetos con la cultura. Cabe mencionar las investigaciones que se hacen con relación al tema sobre turismo cultural, rescate del patrimonio histórico, los públicos de festivales, etcétera. Sin embargo, se debe señalar que gran parte de estas investigaciones finalmente se orientan más específicamente a consumo de medios de comunicación.

El avance del pensamiento neoliberal sobre la gestión pública ha provocado el abandono del concepto de política cultural para hacer referencia a la intervención del Estado en el campo de la cultura. Más recientemente, George Yúdice ha publicado *El recurso de la cultura* (2003), dando cuenta de la concepción de la cultura como recurso para las ONGs, a la vez que para las industrias culturales y los movimientos sociales, y de cómo estos ámbitos deben articularse en un mundo globalizado.

Más recientemente el tema del consumo ha penetrado en la antropología. Así, se ha publicado *Antropología y consumo. Diálogos entre Brasil y Argentina, reading* organizado por Débora Krischke Leitao, Diana Nogueira de Oliveira Lima y Rosana Pinheiro Machado. Debo incluir aquí la conformación relativamente reciente del Grupo de Trabajo de CLACSO, *Consumos culturales, mercados, prácticas y políticas* del cual participé y en el que se han discutido muchas de las cuestiones aquí expuestas. Entre los temas que han atravesado los debates de las reuniones se pueden señalar: la crisis social, la disminución del consumo cultural público, la demanda o no de salida cultural, la relación entre nivel educativo y capital cultural, cómo las políticas culturales inciden o no en la formación de públicos, las transformaciones de la industria de la música y su incidencia en la forma de los consumos, la conformación de nuevos tipos de consumo, ya no asociados a colecciones y la idea de un consumidor omnívoro.

2.1.1 ¿Qué es lo que sabemos sobre los consumos culturales en la Argentina?

En el contexto latinoamericano, es de destacar que Argentina fue pionera en la realización de investigaciones sobre públicos de arte, en particular sobre públicos de museos,

según señala John King en *El Di Tella* (1980). Allí menciona el trabajo de Regina Gibaja (1964): “El público de arte, encuesta realizada al público del Museo Nacional de Bellas Artes”. basado en una encuesta a asistentes a exposiciones de pintura, teniendo en cuenta variables clásicas de la investigación social empírica dominante en esos años en la sociología argentina. También fue pionero el trabajo de Rita Eder “El público de arte en México, los espectadores de la exposición Hammer”, publicado en Buenos Aires en *Punto de Vista* en 1979 y más recientemente en la compilación de Guillermo Sunkel ya citada. Pese a la ya mencionada escasez, las investigaciones sobre públicos de cultura tienen larga data en la Argentina, lo cual revela un interés inicial por este tema en las ciencias sociales, luego abandonado.

Más recientemente nos encontramos con estudios de públicos de museos en la línea de las investigaciones sobre este tema que se realizan desde hace ya un tiempo mayor en México y Venezuela, llevados a cabo en el Museo José Hernández.

En la perspectiva de los estudios de recepción literaria debemos incluir el ya citado y sugerente estudio de Beatriz Sarlo (1983) sobre la *Novela Semanal* como folletín, de las primeras décadas del siglo XX en Buenos Aires. A partir del análisis de los textos narrativos, dichos estudios aportan elementos cualitativos sobre la constitución temprana de un público lector, desde los cuales Sarlo construye un lector tipo, dada la imposibilidad de realizar entrevistas a los lectores reales. En *Buenos Aires, una modernidad periférica* (1991), Sarlo tematiza el desarrollo cultural de Buenos Aires, tanto a partir de la proliferación de industrias culturales como de la gran capacidad de consumo cultural y la conformación de un espacio público de la cultura (tirada de diarios, editoriales de partidos políticos, ediciones de bolsillo de la literatura universal) en los años veinte y treinta. La existencia de un público letrado tempranamente, si comparamos con el caso de Brasil, hacía posible la existencia de este escenario cultural. Por su parte, en el marco de una beca de CLACSO, Nora Mazziotti y Patricia Terrero (1983) realizaron una investigación sobre la formación de la cultura popular entre las décadas del cuarenta y cincuenta en Argentina, a partir de la abundante producción de libros, películas y música popular vinculados con el proceso social que caracterizaba a la Argentina de esos años²⁰, producción que tuvo significativas consecuencias para la

²⁰ Entre la década del treinta y del cuarenta se produjeron importantes migraciones del campo a los centros urbanos debido a la crisis de las exportaciones y también porque la ciudad aparecía como más atractiva, tanto como ámbito laboral, como de desarrollo social y cultural. El proceso de sustitución de importaciones generó un

conformación moderna del país, es decir, una investigación sobre el impacto a nivel cultural de las migraciones internas que constituyeron la base social del peronismo. Siguiendo a Raymond Williams, las autoras develan una articulación entre desarrollo de la industria cultural nacional, dadas las condiciones de la economía, y conformación de un movimiento político masivo. En forma separada, las autoras mencionadas han trabajado sobre la significación de la telenovela y la relación cultura y técnica en Buenos Aires.

Casi tres décadas más tarde, Oscar Landi (1990) realizó una investigación sobre *Públicos y consumos culturales en la ciudad de Buenos Aires*, tomando ya un concepto de cultura más amplio que el de público de arte anteriormente mencionado.

Dicho estudio fue realizado en 1988 en el marco de la evaluación del impacto de las políticas culturales de las incipientes democracias latinoamericanas de mediados de los ochenta, promovidas por el Grupo de Trabajo de CLACSO sobre Políticas Culturales. El estudio de Landi se propuso trazar un perfil general de los consumos culturales de la Capital y del Gran Buenos Aires. A partir de una exhaustiva encuesta indagó acerca de los hábitos, comportamientos y gustos de porteños y bonaerenses permitiendo trazar una suerte de mapa de los públicos de la oferta comunicativa y cultural.

Es sabido que la cuestión cultural en la esfera pública no fue central durante los noventa en la Argentina en términos de políticas y de prácticas sociales²¹. La formulación de políticas culturales no formaba parte del discurso político de gobierno, a la vez que dejó de tener trascendencia en el mundo intelectual y en la esfera de la vida cotidiana, aunque de manera distinta a como ocurrió este desplazamiento durante la dictadura. Lo comunicacional, así como la renovación tecnológica, posible por la paridad cambiaria de la política de convertibilidad, atravesó las sensibilidades y conformó un nuevo país acompañado de un nuevo *ethos* epocal. Sin embargo, en la segunda mitad de los noventa, en el marco de la crisis política que se avecinaba, podemos constatar cierto renacimiento del vínculo entre la sociedad y la cultura en el espacio público. En dicho marco pensamos la investigación *Identidades sociales y consumos culturales en la sociedad argentina del ajuste*, con la cual produjimos el

creciente desarrollo industrial que demandó mano de obra. Este proceso tuvo su manifestación peculiar en el ámbito de la cultura ya que coincide con el crecimiento de la industria cinematográfica argentina (Mateu, 2007).

²¹ Sin embargo, paralelamente fue surgiendo en el ámbito académico un creciente interés por las investigaciones en ciencias sociales sobre la conformación del campo cultural y una importante oferta de espacios académicos vinculados a esta cuestión, los cuales no se plasmaban en la esfera pública. Nos referimos a Maestrías orientadas a la cuestión cultural, investigaciones sobre el tema y tesis de doctorado. Esta proliferación de la sistematización de la cultura en términos educativos debe ser pensada en relación con el desarrollo de la gestión cultural en términos internacionales.

libro *Pensar las clases medias, consumos culturales y estilos de vida urbanos* (2003), donde se condensa nuestra aproximación, de corte cualitativo, al vínculo que las clases medias asumen con la esfera cultural en un contexto de crisis social y de redefinición de las identidades sociales (Minujin y Kessler, 1994; Svampa, 2000 y 2001).

Durante los años ochenta y noventa los jóvenes constituyeron un grupo social muy analizado en la investigación en ciencias sociales en América Latina (Wortman, 1991, 1998). Los jóvenes aparecían como síntoma de cambios profundos en la sociedad argentina, daban cuenta de una Argentina diferente a la de décadas anteriores. Asimismo, esta presencia recurrente tenía que ver por un lado con la crisis de las investigaciones fundadas en paradigmas totalizantes centrados en análisis de clase²² y, por otro, con el impacto trágico que tuvieron las últimas dictaduras militares sobre esta población etaria, en términos de persecución y de opresión en la vida cotidiana. Así, en esos años proliferaron estudios sobre juventud y en ese marco es posible encontrar diversas investigaciones que asocian la emergencia de una identidad juvenil con la cuestión cultural centrada en la perspectiva del consumo del rock²³. En un contexto de emergencia de nuevas identidades y de crisis de las identidades políticas de décadas anteriores, existe una importante cantidad de investigaciones vinculadas a la emergencia y al reconocimiento de una identidad juvenil asociada al consumo cultural, en un sentido diferencial al resto de la sociedad.

En una investigación cualitativa realizada con una beca del CONICET, sobre la base de significados obtenidos a través de entrevistas en profundidad, se analizó la construcción de una identidad juvenil a partir de la identificación de estos jóvenes con consumos musicales difundidos por los medios de comunicación, y cómo a través de estos consumos los jóvenes generaban una identidad diferenciada, con marcas de clase en relación con generaciones anteriores en momentos de transformación de las identidades de las clases trabajadoras por impacto de los procesos de desindustrialización y desindicalización. Esta constatación hacía pertinente hablar de identidades juveniles en las clases populares, en un contexto en el cual el análisis sociológico dominante aún priorizaba la condición de clase y negaba la cuestión cultural para pensar la condición etaria y sus implicancias en las clases subordinadas (Wortman, 1991).

²² He escrito sobre este tema el artículo "Un análisis de las investigaciones sobre juventud en América Latina", en De Ípola, Emilio (comp.) (1998): *La crisis del lazo social. Durkheim, 100 años después*. Buenos Aires: Eudeba.

²³ La cuestión juvenil se constituyó en los gobiernos de la transición en una cuestión de Estado y también de organismos internacionales.

Me parece necesario precisar en este contexto qué entiendo por identidades sociales. Es evidente que esta constituye una categoría cuyo uso se extendió de manera creciente en la sociología a partir de la crisis de los paradigmas totalizantes como el funcionalismo y el marxismo. En general tiende a hacer referencia a la adhesión subjetiva de individuos con respecto a grupos u organizaciones y sus pertenencias a ciertas categorías sociales²⁴. También **Bauman (2001b)** señala la necesidad de los sujetos contemporáneos de referirse, casi obsesivamente, a la identidad, en un contexto de creciente percepción de incertidumbre, acerca tanto de los modos de acción como de los fines de dicha acción, y de la ausencia de valores colectivos. En un mundo atravesado por el debilitamiento de las estructuras y las instituciones la pregunta por la identidad retorna sin respuesta permanentemente. Es muy probable que la proliferación de investigaciones y ensayos sobre los jóvenes se funde en esta pregunta: quién soy yo, con quién me identifico en un contexto fuerte de cambio cultural. Se percibe una orden social crecientemente cambiante, y en este marco los jóvenes ponen en evidencia un orden social por venir, constituyen un emergente.

Por otra parte, se reconoce a los jóvenes como movimiento social a partir de su identificación con la cultura rockera devenida en contracultural en el marco de la dictadura militar. En esa perspectiva podemos citar los trabajos de Pablo Vila (1985) y más recientemente el que dicho autor escribió con Pablo Semán sobre rock *chabón* en relación con las transformaciones de la sociedad argentina de los noventa (1999). También sobre los jóvenes, el consumo de música y la cultura que se genera en relación con estos consumos podemos citar la compilación de Mario Margulis y Marcelo Urresti titulada *La cultura de la noche* (1994). En la actualidad el tema sigue estando presente en las ciencias sociales, pero vinculado a cuestiones más sociales como adicciones, entre otros.

2.1.2 Hay datos aislados, pero no investigaciones continuas

En general, lo que se puede observar es la existencia de estadísticas fragmentadas, estudios puntuales que responden casi exclusivamente a inquietudes de mercado. Recientemente se pudo percibir cierto incremento en la cantidad y circulación de datos, los cuales se anuncian espectacularmente en los medios masivos, pero es evidente que estos estudios responden a demandas de corte mercantil. La privatización de la información sobre consumos culturales acompaña la privatización de lo público y en consecuencia impacta en la

²⁴ También hace referencia a la pertenencia de individuos a sociedades complejas en las cuales participan en diversos ámbitos que deben ser articulados.

esfera cultural de los noventa. El predominio de lo económico se observa también en la proliferación de consultoras de medios de comunicación asociadas a cámaras empresariales y a intereses económicos privados. Desde esta perspectiva se puede entender la intencionalidad de la difusión reiterada e interesada sobre el descenso en el interés nacional por la lectura en un contexto de crecimiento de la industria editorial. También algunas universidades privadas promueven este tipo de investigaciones que generalmente constatan lo que es observable en la vida cotidiana, pero muchas veces no permiten entender los significados o las dimensiones inconscientes que producen ciertas prácticas, sino que se quedan en la medición de opiniones y conductas observables. Es el caso de un estudio realizado por el Centro Opinión Pública de la Universidad de Belgrano (2005) sobre consumos juveniles, prácticas nocturnas y preferencias de salidas, que no aporta nada nuevo y distinto de lo que “ya se sabe” acerca del comportamiento juvenil, como por ejemplo que los jóvenes prácticamente no salen al teatro ni leen el diario.

Asimismo, en relación con la oferta cultural en el espacio público, aparecen propuestas culturales como exposiciones y ferias, las cuales en el marco de la crisis del empleo tienen un propósito fundamentalmente económico. La prensa y la televisión producen información vinculada a estas experiencias que tiene resonancia pública ya que difunden los datos obtenidos a través de la venta de entradas, pero a partir de esto sólo se generan conclusiones poco consistentes (Wortman, 2003).

Capítulo 3.

Clases medias y cine en la Argentina. Aportes para pensar el tema en las primeras décadas del siglo XX

Luego de hacer referencia a la conformación de un campo cultural nuevo, como consecuencia de la singularidad de la sociedad argentina en las primeras décadas del siglo XX y de presentar al nuevo actor social significativo de este proceso, las clases medias, llega el momento de responder a la pregunta de por qué fue el cine el ámbito de conformación imaginaria más significativo de estas clases hasta los años setenta, en el plano del consumo cultural, teniendo en cuenta la dinámica de la industria del cine en la Argentina por un lado y las variaciones en la composición y volumen de estas clases por otro.

La relación cine e imaginarios nacionales fue pensada por García Canclini en América Latina fundamentalmente. Según este autor, las industrias culturales tienen un papel central en la conformación de imaginarios sociales en una sociedad en formación²⁵. Desde la perspectiva de Castoriadis, autor tomado como eje para pensar este concepto, imaginar constituye una cualidad única e inherente al ser humano. Pero me interesa señalar especialmente que tomo esta capacidad en un sentido social, tal como lo puntualiza también este autor. Para el filósofo griego, el hombre, la psiquis, no puede vivir sin la institución de lo social. El imaginario social es el conjunto, el magma de significaciones que hace que las cosas tengan sentido para el sujeto y lo ubiquen en un universo social²⁶.

Para comprender la significación del cine me propongo delimitar los procesos sociales que atravesaron los países latinoamericanos en este momento paradigmático. En términos generales, la cuestión del cine tiene varias aristas. Se funda en que significó una transformación del lugar del arte en la historia del arte, con relación al público. Benjamín (1987) desarrolla este concepto en su célebre ensayo sobre el impacto de la tecnología en la historia del arte, en el que a su vez relaciona este cambio directamente con la conformación de

²⁵ Según García Canclini (1996: 107), la radio y el cine contribuyeron en la primera mitad del siglo XX a organizar los relatos de la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales. Agregaron a las epopeyas de los héroes y los grandes acontecimientos colectivos, la crónica de las peripecias cotidianas: los hábitos y los gustos comunes, los modos de hablar y vestir, que diferenciaban a unos pueblos de otros.

²⁶ La riqueza del concepto de imaginario social se sostiene en su dimensión doble. Por un lado da cuenta de las imposiciones, valores y mandatos sociales, a la vez que por otro da cuenta de la creación social. Castoriadis toma distancia del psicoanálisis en el sentido de considerar lo imaginario como visión deformada de la realidad o, como en cierta sociología, como un aspecto de la reproducción social. Los imaginarios se imponen pero también se crean para producir lo social. Aquí también Castoriadis se encuentra cerca de la teoría sociológica clásica.

una sociedad de masas. Como consecuencia de esta transformación, el cine se constituyó en una paradigmática oferta cultural e incidió en los imaginarios de las nuevas clases medias que se estaban conformando y extendiendo tempranamente en la sociedad argentina. Así ocupó un lugar relevante en el creciente tiempo libre de sectores sociales que estaban mejorando sus condiciones de vida, tanto en términos urbanos como educativos y laborales.

Para pensar este proceso en su singularidad, lo centraré primero en las sociedades europeas. Luego daré cuenta del debate que surgió en el marco de las vanguardias, y en particular derivado del planteo de Benjamín, en torno a la democratización que significó en la historia del arte su articulación con la tecnología. Asimismo, haré referencia a la relación entre el surgimiento del cine y el crecimiento de las ciudades en el mundo contemporáneo, según señalan teóricos como Benjamín, Baudelaire y Williams, entre otros.

3.1. Modernidad cultural y la emergencia del cine, una aproximación teórica

Como señala Hobsbawn, el surgimiento del cine hay que pensarlo en el contexto de crisis de la sociedad burguesa, de la transformación de las artes, del creciente interés de las masas por el arte así como por la presencia de la tecnología en el arte. Asimismo, destaca la importancia de procesos sociales que hicieron posible este cambio cultural. Hay que resaltar por un lado el florecimiento de la creación artística, así como también el alcance de cierto bienestar de las clases medias urbanas con posibilidad de dedicar más atención a la cultura. En Alemania, por ejemplo, entre 1870 y 1896 el número de teatros se triplicó, pasando de doscientos a seiscientos. Esta modernidad cultural también atraviesa la ciudad de Buenos Aires, según sostiene Beatriz Sarlo en *El imperio de los sentimientos*, donde señala que hacia 1910 había seiscientas salas de teatro en la ciudad de Buenos Aires. Si bien la economía de consumo de masa sigue siendo limitada, surge una industria vinculada al entretenimiento que vive su primera revolución industrial (prensa, publicidad, cine, radio) (Hobsbawn, 1977: 206). La segunda mitad del siglo XIX y comienzos del siglo XX constituyó un momento de cambio vertiginoso que dio lugar a la generación de una nueva sensibilidad. Desde el punto de vista subjetivo el concepto de estructura de sentimiento de Williams (1980) resulta sumamente pertinente para pensar este nuevo clima de época.

En el contexto de la conformación de sociedades de masas, la literatura y las artes en general dejan de ser patrimonio exclusivo de la aristocracia y la burguesía y se difunden al

resto de la sociedad. Este acercamiento del conjunto de la sociedad a diversas manifestaciones del arte constituye un cambio radical en relación con el pasado. El incremento de las actividades culturales expresaba los logros y las aspiraciones de estratos más amplios de la población. Este fue un periodo muy importante en términos de democratización de la cultura, facilitado por la educación de masas. Es evidente que este rasgo que señala Hobsbawn con respecto a Europa también lo podemos constatar en Argentina, país que compartió procesos semejantes de la modernidad europea, tanto a partir del vínculo que las oligarquías tenían con Europa, en el proyecto estatal que se desplegó a través de la educación pública, de la acción estatal en materia de espacios culturales tales como teatros, como también por la llegada masiva de inmigrantes de origen europeo a nuestro país.

Los debates que se daban al interior de las vanguardias generaron un espacio simbólico para una transformación del lugar del arte en la sociedad. Tanto el modernismo primero, como las vanguardias después, expresaban una situación incómoda con el lugar del arte con relación a la conflictividad social creciente. La institución arte estaba en cuestión, ya que se asociaba a la burguesía y a la consolidación de un orden. Contrariamente al distanciamiento que proponía la burguesía del arte con respecto a la vida social, los movimientos artísticos y las vanguardias consideraban que el arte debía vincularse con la vida cotidiana, debía ser desacralizado y la vida convertirse en una obra de arte. Esta postura generó las condiciones para el surgimiento de nuevas prácticas, no siempre aceptadas por la institución arte y la moral burguesa, como fue el caso del cine.

Si el modernismo en el arte se constituyó como utopía transformadora en la primera mitad del siglo XX, el cine podría ser enmarcado allí. El cine no implica contemplación, no sólo se produce sino que su existencia se funda en la reproducción, no existe el original. Su emergencia viene a contradecir el modo como Occidente concibió el arte y su lugar social.

Por otra parte, pensar sobre los orígenes del cine y su relación con el resto de las artes se funda en la importancia que muchos pensadores de la cultura moderna le asignaron en la configuración de un nuevo tipo de esfera pública. Si Habermas desarrolla el concepto de esfera pública burguesa, fundada en la centralidad de la cultura letrada, Williams, Hoggart y Bajtín van a orientar su atención a la esfera pública de las culturas populares, las cuales constituyen una esfera que, a diferencia de la esfera pública centrada en el discurso literario, se organiza por medio de comunicaciones orales y visuales, término propuesto por García

Canclini (1994b: 22). Es en esta última perspectiva donde ubico a los nacientes públicos de cine cuyo origen social también era popular y resultado de la transformación de las sociedades tradicionales en sociedades de masas.

El cine debe ser comprendido en el significado que asumió la técnica en los albores del siglo XX. Desde el socialismo significaba el desarrollo de las fuerzas productivas y se depositaba en ella una gran expectativa de transformación social y de mejoramiento de las condiciones de vida de la humanidad.

Sin embargo, lo técnico, si bien estaba asociado con el progreso y el desarrollo social, no siempre suscitaba las mismas expectativas y adhesiones. En los debates estéticos en torno al lugar del arte en la sociedad, es Benjamín quien manifiesta una opinión positiva de las técnicas modernas de reproducción aplicadas al arte, aunque con el tiempo se pudo observar que sus tesis optimistas acerca de la interrelación entre técnicas de reproducción y movimiento político de masas no se sostienen. Según su análisis, la reproducción técnica posibilita que el arte sea consumido por las masas. La aparición del cine significó la transformación histórica de la experiencia estética. A diferencia de las artes cultas, su práctica no suponía una formación cultural letrada previa. Por el contrario, la cultura del cine se forma a partir de una cualidad inherente a esta práctica artística, la cual es destacada por Benjamín en su texto emblemático: su capacidad de exhibición en contraposición al valor cultural, el aura de las artes clásicas o bellas artes²⁷. Williams coincide con esta aseveración: la cultura fílmica se forma a partir de la asistencia al cine, no tendría otro fundamento. Como señala en “Cine y socialismo”, la práctica de ir al cine, a diferencia de las bellas artes, no requiere destreza previa ya que los públicos del cine son recientemente alfabetizados: así la cultura del cine se hace yendo al cine. Cambia el producto cultural en correspondencia a cambios sociales en las formas de constitución de públicos.

Es innegable que tanto en Benjamín como en Williams está presente el imaginario marxista en torno al progreso que significa en la historia de la humanidad el desarrollo de la

²⁷ Claudia Kozak señala, entre otros, el carácter doble de las afirmaciones de Benjamín. El transitado texto “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica” (*Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus, 1982) es buena prueba de ello. Al respecto, en el epílogo del texto y a pesar de haber constatado el carácter progresista de las nuevas técnicas de reproducción artística en tanto liquidadoras de la concepción aurática del arte burgués (concepción sostenida a su vez por una “serie de conceptos heredados como creación y genialidad, perennidad y misterio”, 1982:18), Benjamín liga la reproductibilidad técnica al fascismo debido a que, en ese contexto, esta facilitaría la transformación de las percepciones “conservando a la vez las condiciones de la propiedad” (1982:56) por lo que no haría más que “estetizar la política”.

tecnología y las potencialidades que esta asume en el ámbito de la experiencia estética. La tecnología tendría una impronta democratizadora, aunque si no se modifica paralelamente el régimen de propiedad propio de la sociedad capitalista, sus potencialidades darían pie al fascismo, como señala Benjamín. Es en esta perspectiva que se debe situar el optimismo de algunos pensadores con relación al cine, como una manifestación radicalmente distinta del arte: el llamado arte en la época de la reproducción técnica. Es importante recordar aquí que el arte históricamente estuvo sumido en la estructura religiosa primero y después constituyó un ornamento, privativo de la aristocracia primero y de la burguesía después. Era la burguesía, como clase, la que dictaba las pautas del arte, según señala Bell (1976). Frente a este hecho social se rebelaban las vanguardias modernistas, ya que si bien sus artistas provenían de la burguesía, generalmente constituían sujetos desclasados.

Sin embargo, al ponderar la capacidad de exhibición de este nuevo arte, estos autores no dejan de reconocer cómo este se ha transformado precisamente por estas mismas potencialidades de arte popular, de arte para las masas, al ser captado de manera hegemónica por el capital.

Por su parte Williams focaliza el análisis ficcional del modernismo a través del cine, al cual concibe como el medio dramático contemporáneo. El cine surge como el *telos* de los grandes dramaturgos naturalistas. También, al igual que Benjamín, le atribuye una significación política en “Cine y socialismo”, señalando que “los primeros públicos cinematográficos estaban compuestos por miembros de la clase obrera de las grandes ciudades del mundo industrializado” (Williams, 1997: 137). Las transformaciones sociales se manifestaban también en los públicos de estas nuevas experiencias artísticas. Como señala Del Brutto (1996), los primeros públicos cinematográficos en la Argentina estaban compuestos por miembros de la clase trabajadora ya que las elites identificadas con un paradigma literario rechazaban el cine. Años más tarde será la televisión el medio dramático por excelencia (Ortiz, 1994).

En “Second generation”, Williams afirma que cuando el cine se utiliza como metáfora se alude a su relación con la modernidad urbana. En *The country and the city* (Pinkney, 1997: 28) Williams teoriza luego sobre aquello a lo que había tomado el pulso en la ficción: “hay sin duda una relación directa entre la película, especialmente en su desarrollo en el corte y el montaje, y el movimiento característico de un observador en el ámbito cercano y multiforme

de las calles”. Lejos de desnaturalizar el *film*, el montaje es ahora su esencia misma, o más bien la esencia del *film* consiste en no tener esencia. Así, en los comienzos del siglo XX se cruzaban fructíferamente el cine y la experiencia de la modernidad urbana, en el contexto de los procesos sociales antes mencionados.

Esta idea de los cambios en las formas de percepción a partir de la experiencia moderna de vivir en las ciudades es también desarrollada por Benjamín. Este último la llama experiencia de choque. Williams la denomina experiencia de la conmoción (Pinkney, 1997: 33).

Tanto Hobsbawn (1990) como Gay (1992), entre otros, otorgan una crucial importancia a la urbanización de las sociedades europeas y occidentales en general de la segunda mitad del siglo XIX. No es sólo que las ciudades crecen como consecuencia de la revolución industrial sino que se constituyen como dominante cultural, generan un nuevo estilo de vida y una nueva mentalidad urbana, tema desarrollado ampliamente por Simmel (1903). Hobsbawn y Gay señalan, en términos cuantitativos, la dimensión histórica, el alcance de los desplazamientos humanos que se produjeron en ese momento por las demandas de mano de obra provocadas por la dinámica del capitalismo industrial. Se producen numerosas movilizaciones de personas del campo a la ciudad y masivas inmigraciones de Europa a Estados Unidos y Argentina. Contrariamente a los imaginarios de suburbanización que surgen en los años treinta, y se consagran en los años noventa, vivir en la ciudad se erige como modelo de vida, es marca de modernidad y civilización. Entonces si asistimos en ese periodo a tamaña transformación social y económica, esto deberá tener consecuencias en la producción de imaginarios y en los modos de percepción y representación de lo social. Se experimentan nuevas formas de vivir el tiempo y el espacio. El cine reproduce en la pantalla esta nueva experiencia social fundada en la aceleración y la circulación por la ciudad, entre otras cuestiones. El cine construye un modo de ver, a diferencia de la radio que construye un saber hacer. En un sentido se podría decir que el cine formó parte y acompañó esta nueva cultura de los sectores populares en transformación y ascenso social, formando un público de espacios culturales con características novedosas en relación con el público de elite, lector de literatura y de teatro lírico. Se puede constatar aquí el escenario de mezcla que Beatriz Sarlo describe con relación al modo en como fue recepcionada la producción cultural en estas tierras y un procesamiento peculiar.

Aquí considero pertinente incluir un concepto de Williams, no del todo sistematizado, que vincula la experiencia social con la afectividad y pretende dar cuenta de lo ideológico hecho cuerpo, al lo que denomina estructura de sentimiento. Señala Williams que con esta conceptualización se apunta a los significados y valores tal como son vividos y sentidos activamente, las relaciones existentes entre ellos y las creencias sistemáticas o formales variables en la práctica. También puede denominarse estructura de la experiencia: pensamiento tal como es sentido y sentimiento como es pensado, una conciencia práctica de tipo presente. En algunas situaciones la emergencia de una estructura de sentir se relaciona con el surgimiento de una nueva clase. ¿Se puede decir que el cine incide y/o acompaña la conformación imaginaria de la estructura de sentimiento de las nacientes clases medias, si se admite, por otro lado, que las clases medias son una clase, en el sentido ortodoxo?

En el texto “Las percepciones metropolitanas y la emergencia del modernismo”, Williams (1997) suministra un nuevo marco que ayuda a pensar la significación que tuvo el cine en la Argentina, tan tempranamente como en Europa, a partir de procesos sociales que tanto países europeos como la Argentina compartieron. Williams llama funciones metropolitano inmigratorias de Londres, Berlín, Viena, París o San Petersburgo de principios del siglo XX a las ciudades constituidas por inmigrantes, de carácter cosmopolita. También señala que suelen ser inmigrantes los promotores de nuevas empresas culturales.

3.2 Cine en la Argentina, masividad y homogeneidad del público

Como sugieren diversos analistas de la cultura argentina, Sarlo (1993), Landi (1984), Portantiero (1983) y Del Brutto (1996), entre otros, las industrias culturales se desarrollaron muy tempranamente en Buenos Aires. En un contexto de ausencia de políticas culturales, las primeras generaciones de inmigrantes inventores desarrollaron la industria del cine, industria que se desarrolló junto con la radiofonía. El cine argentino nació con el cine. La forma en que se desarrolló el cine en nuestro país coincide con la conquista del mundo por el cinematógrafo de Lumière, y tuvo que disputarle un lugar en el campo cultural a las artes consideradas legítimas, como el caso de la literatura, que en un principio no consideró al cine un arte, sino un género chico, asociándolo curiosamente a las nacientes clases medias. La práctica de ir al cine no formaba parte del gusto legítimo.

Según Bibiana del Brutto el cine se desarrolló rápidamente en el marco de un crecimiento cultural importante ya desde temprano. Si el cine mudo era el objeto de interés de los hombres solos, el cine sonoro proyectado en los barrios constituirá el entretenimiento de

las nuevas familias. Esta afirmación deriva de una cuestión demográfica, ya que la existencia del cine mudo coincide con el predominio de hombres sobre mujeres en la población de la ciudad de Buenos Aires. Eran aquellos quienes demandaban espacios de distracción. El cine sonoro coincide con un momento de crecimiento de las familias y también de proliferación de salas de cine en los barrios. El cine deja de ser un consumo de hombres solos y se constituye en un consumo familiar.

Por su parte, Mazziotti y Terrero (1983) hacen referencia al desarrollo del cine como industria cultural durante la década del treinta. Allí se analiza la peculiar constitución de la sociedad argentina, en particular el objeto que me interesa desentrañar, el imaginario social de las clases medias, dando cuenta de la experiencia anterior a los años treinta en la cual los hijos de inmigrantes se convirtieron en clase obrera o en pequeña burguesía urbana, es decir, experimentaron la posibilidad de ascenso social, de acceso regular a la instrucción pública y, en algunos casos, incluso de acceso a la universidad (Mazziotti y Terrero, 1983: 93). En la investigación se alude a una sociedad constituida en torno al valor de la movilidad social. Así, los años de sacrificio y ahorro rendían sus frutos y la hija maestra, el hijo empleado público, bancario o doctor, constituían modelos aspiracionales de amplios sectores de la clase trabajadora. Aunque estos modelos no fueran una realidad para todos y se vieran seriamente limitados en la etapa de crisis, estaban en el universo de sus posibilidades, como la posesión de una casa de material en algún barrio de la Capital Federal y el acceso a un consumo cultural diversificado que incluía el teatro, el cine, el periódico, revistas, libros y que evidenciaba la ampliación del consumo recreativo y la avidez por la instrucción (Mazziotti y Terrero, 1983: 93). También Sarlo (1988: 31) da cuenta de cómo se ha desarrollado el cine en las primeras décadas del siglo XX en el marco del crecimiento vertiginoso de Buenos Aires como ciudad puerto: “Hacia 1930 existen en todo el país más de mil salas y según la revista *Señales*, pocos años después de introducido el sonoro, se abren 600 salas preparadas para esta nueva técnica”.

Según Mazziotti y Terrero, en 1933, la Argentina, con once millones de habitantes, posee 2.162 cines, indicando que es el país hispanoparlante que cuenta con mayor cantidad de salas de exhibición en relación con el número de habitantes, mientras que en 1937 existían 27 empresas productoras.

Al principio el cine tuvo dificultad de ser reconocido por el campo cultural. No fue

desde los comienzos que el cine se vinculó con la literatura. Bibiana del Brutto señala que esta aproximación se produce a partir de la filiación de textos de Eduardo Mallea y de la admiración que le produce a Horacio Quiroga el cine y particularmente *Hollywood*. Si bien fue denominado género chico, y se comparó su expansión con el teatro y la zarzuela, paulatinamente comenzó a ser aceptado, debido a su importante desarrollo como industria cultural, en forma paralela a la dinámica de *Hollywood*. Quizá también, como sugiere el análisis de Sarlo, la fuerte recepción del discurso emancipador de la técnica haya incidido en el importante desarrollo del cine en la Argentina.

En efecto, la radio y el cine contribuyeron en la primera mitad del siglo XX a organizar los relatos de la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales. Dada su masividad también el folletín como el consumo de cine han influido en la conformación de imaginarios sociales en términos nacionales y fundamentalmente de estructuras de sentimiento. Agregaron a las epopeyas de los héroes y los grandes acontecimientos colectivos, la crónica de las peripecias cotidianas: los hábitos y los gustos comunes, los modos de hablar y vestir.

El primer cine argentino se situó entre *Hollywood* y la filiación de temas criollos. Con el desarrollo de la industria cinematográfica, el cine comienza a hacerse más nacional y a convertirse en una verdadera industria. Rápidamente comienzan a proliferar salas de cine en los grandes centros urbanos. La producción de cine argentino asimismo comienza a incrementarse a partir de 1930 constituyendo el entretenimiento casi central de las nuevas generaciones de argentinos.

Entre 1880 y 1920, los medios de comunicación crecen masivamente, también los géneros que responden a una sociedad en formación, como el tango, el sainete, el circo criollo y el folletín gauchesco. Es decir, los medios y sus contenidos particulares crecen y se afirman en la Argentina no sólo como reflejo de su desarrollo universal o como resultado de la rápida formación en el país de un mercado masivo, sino también como respuesta a las acuciantes necesidades culturales de información, recreación y educación. Ford y Rivera (1983) periodizan así: el cine mudo de 1900 a 1920, la radio de 1920 a 1940 y el cine sonoro de 1930 a 1945. Los medios argentinos se desarrollan con características propias y en un ascenso que tiene su punto culminante en la década 1940-1950, etapa de expansión de empresas y proyectos nacionales en radio, cine, música, revistas, etcétera. Mazziotti y Terrero (1983)

señalan las dimensiones del crecimiento: trece películas en 1935, quince en 1936, veintiocho en 1937, cuarenta en 1938, cincuenta en 1939, cuarenta y nueve en 1940, cuarenta y siete en 1941 y cincuenta y seis en 1942.

La etapa siguiente se distinguirá por un relativo empobrecimiento de la relación entre los creadores y los escritores así como también por un descenso de la calidad. El tramo 1930-1940, ya en pleno cine sonoro, se caracteriza por un mayor afinamiento de las recetas temáticas y formales y por el diseño de un sistema de producción, distribución y exhibición pensado desde perspectivas comerciales y populares, donde pesan lo cotidiano, la pintura costumbrista, el humor y la relación con la música popular.

También Artópoulos (2007) y Mateu (2008) destacan a la década del treinta como momento de consolidación del cine argentino. El cine sonoro potenció la industria. En 1931 Carlos Mentasti fundó una de las empresas clásicas de esta época, Argentina Sono Film, que junto con Lumiton fueron las primeras en desarrollar estudios de filmación integrados, imitando las formas empresariales y organizativas de la industria norteamericana. En esa época se crearon los laboratorios Alex, que años después se convertirían en los más poderosos de Latinoamérica, dedicándose al revelado y el multicopiado automático de películas. Artópoulos plantea que el auge de la producción cinematográfica nacional se extendió a la década del cuarenta. Luego de este pico de producción, la industria cinematográfica comienza a padecer una crisis que la lleva a ceder el liderazgo a México. Frente a la crisis, los productores reclamaron la intervención del Estado nacional, que se concreta en 1944 con la sanción de la primera reglamentación proteccionista que establece para todos los cines del país la obligación de exhibir una cantidad mínima de películas argentinas. Esta medida parece incidir en la recuperación de la producción nacional, que en 1950 vuelve a alcanzar la misma cantidad de estrenos registrada ocho años atrás.

El cine completaba en la ficción la compleja operación de producción de identidades nacionales²⁸ promovida por la escuela, pero también por el discurso médico a través del higienismo en las primeras décadas del siglo XX. Es evidente que la nacionalización de los hijos de inmigrantes no se producía sólo por la asistencia masiva a la institución escolar, con

²⁸ Sugiero leer el interesante artículo de Sarlo (1997) "Cintas argentinas, cabezas rapadas" donde se alude al modo autoritario de la escuela pública argentina en la negación de las identidades nacionales de origen de los hijos de inmigrantes.

la exitosa alfabetización y el aprendizaje de una determinada forma de la historia argentina, sino que la sociedad procesó en una producción cultural de nuevo tipo, en relación con las ya consagradas artes plásticas y con la literatura propias de las elites y la alta burguesía, la legitimación cultural de las clases medias, las cuales comenzaban a ser protagonistas de la conflictiva historia argentina del siglo XX. El disciplinamiento de los cuerpos, vía la educación y la salud pública tiene su correlato afectivo en los relatos sobre las relaciones amorosas evocadas en la producción cultural del cine, la literatura de folletín y el teatro. Así, las emociones humanas asumen una dimensión histórica nueva, a partir de la cultura media y en particular de la industria cultural. Las identidades, los sujetos, los argentinos y las clases medias se producen material y simbólicamente a través de estas nuevas manifestaciones de la industria cultural. En ese sentido, el aporte de Elías (1988) en torno a la historicidad de las emociones resulta de particular interés para entender el éxito masivo de estas nacientes expresiones culturales. Una sociedad nueva demandaba nuevos imaginarios y relatos no discursivos, figurales al decir de Lash (1997), para este nuevo actor social cuyo *habitus* no era producido por la familia o al menos no en un grado suficiente para la conformación de una sociedad de nuevo tipo. La industria cultural incidió fuertemente en la difusión de modelos de hombre y de mujer, generando un fuerte impacto en la organización de los afectos y fundamentalmente del deseo.

Es desde este importante proceso social, inédito en el resto de América Latina, que se puede entender la proliferación de nuevas editoriales, la importante tirada de diarios y revistas, los centros culturales barriales, la diversidad de vida cultural que existió tempranamente en Buenos Aires y en grandes centros urbanos del país.

Con posterioridad a 1955, Ford , Rivera y Romano (1983: 39, 40) afirman que se produce un auge o reformulación que se caracteriza por un retorno a los temas nacionales, en particular a aspectos críticos de la realidad argentina. Esta cuestión llega a un pico notable hacia 1973. A esta cima de prosperidad y despegue le sucede, merced a la censura y a obvias circunstancias financieras que derivan de la crisis económica argentina, una etapa de inactividad y desorientación coincidente con un momento de declinación de las clases medias según se puede leer en el libro de Artemio López y Martín Romeo (2005).

Puedo concluir hasta el momento de desarrollo de la tesis que el incremento sucesivo de salas de cine en la Argentina coincide con procesos de movilidad social ascendente de las clases medias y con el desarrollo de una importante industria cinematográfica hasta mediados

de los años cincuenta. La recuperación que se produce en los años setenta corresponde a un público de cine argentino. Si bien existieron desigualdades sociales y regionales, se conformó una sociedad relativamente integrada al menos en relación con el resto de América Latina hasta mediados de esa década. La instrucción pública, promovida como proyecto estatal, y el cine, como consumo cultural, conforman un entramado que legitima simbólicamente a las clases medias argentinas.

Capítulo 4

Las modernizaciones social y cultural conviven en las clases medias durante los años sesenta. Las clases medias se van al paraíso: consumos culturales, cine y libros

Los datos que se derivan de las investigaciones de Gino Germani (1942, 1944, 1955) sobre la evolución de las clases medias en la Argentina revelan la importancia social que estas habían asumido entre los años cuarenta y setenta. Si en 1947 constituye el 38,4 % de la población urbana, en 1970 había ascendido al 43,1 %. Un índice del crecimiento de las clases medias se observa en el porcentaje de propietarios de vivienda: del 17 % en 1947 asciende al 46 % en 1960 y luego comienza a descender en 1991. Como los años veinte, los sesenta expresan una estrecha relación entre creciente bienestar económico y desarrollo cultural. Los análisis existentes sobre los años sesenta y setenta coinciden en afirmar que las clases medias gozaron de un importante bienestar en términos de calidad de vida, educación, trabajo y consumo. **Torrado (1992: 58, 59)** define esta década por el modelo desarrollista. Se impulsa una industrialización sustitutiva de bienes intermedios y de consumo durable, en la que el incremento de la demanda está asegurado por la inversión, el gasto público y el consumo suntuario del reducido estrato social urbano de altos ingresos.

La Argentina acompañaba la ebullición cultural y política que acontecía en otras sociedades occidentales. Como señalan **Terán (1993)**, King (1980) y **Casullo (1998)**, estos años se caracterizan por la renovación y ampliación de la industria editorial, por el desarrollo de movimientos de artistas plásticos, la expansión de los medios gráficos y de comunicación masiva en general²⁹.

También en esos años se constituye un nuevo mercado, una nueva forma de periodismo que se expresa con el advenimiento de los semanarios en la Argentina. “Nuevo público lector, modernización del público, suelen ser las formas más comunes con las que se caracteriza al público de la década del 60 en nuestro país” (Alvarado, Rocco Cuzzi; 1984: 28). Las autoras desde su perspectiva aluden a la emergencia de nuevas condiciones sociales que favorecen los fenómenos que estoy explicando. En ese sentido se preguntan ¿a qué transformaciones fundamentales se está haciendo referencia? Por un lado, el fenómeno más amplio tiene que ver con una nueva situación sociopolítica creada por los procesos de industrialización, en los que el peronismo primero y el desarrollismo después han jugado un papel preponderante. Estos cambios a nivel económico han tenido importante incidencia en la

²⁹ Siempre en un irresuelto clima político, pero de variables económicas de bienestar.

transformación del mercado laboral, en la disponibilidad de bienes y expectativas de consumo. En segundo lugar, se puede apreciar la existencia de un público ampliado con un poder adquisitivo más holgado que fluctuaría entre dos polos: por un lado, los flamantes ejecutivos y por otro, importantes segmentos de la clase media intelectual, cuyo quehacer recibe un reconocimiento mayor que en otras épocas. Algo los emparentaba, la permeabilidad creciente a discursos que tuvieran la marca de la modernidad, fundamentalmente aquellos provenientes del exterior. Diversos autores (Terán, 1991; King, 1985; Gociol, 2002; Getino, 1995; Sigal, 1991) hablan de un *boom* de lectores, fenómeno subrayado por el número de casas editoriales activas en Buenos Aires en esa década³⁰. A las grandes editoriales (Sudamericana, Losada) se unieron pequeñas empresas (Centro Editor, Jorge Álvarez y De la Flor, entre otras). EUDEBA empezó a producir ejemplares baratos de textos clásicos en tiradas de decenas de miles de ejemplares. Mientras que a principios de la década del sesenta su obra a lo sumo podía vender una impresión de 2.000 a 3.000 ejemplares, a fines de esa década las cifras habían aumentado a 25.000 ejemplares por año. Cabe señalarse que las condiciones del mercado en los años sesenta eran muy diferentes a las actuales, había un público creciente y una política editorial más agresiva (King, 1985: 23).

El otro gran período de crecimiento fue entre 1962 y los umbrales de la década del setenta: “el *boom* del libro argentino” lo bautizaron, en consonancia con el *boom* latinoamericano, que también explotaba por aquellos años. Crecen las ventas y la distribución de libros se extiende a otros circuitos como los kioscos de diarios (Gociol, 2002: 57). Un fenómeno interesante fue el de la reedición de títulos que hasta entonces se acumulaban en los depósitos de los editores o en los anaqueles y las mesas de saldo de las librerías. *Bestiario* de Julio Cortázar fue publicado en 1951 y tardó más de diez años en agotar los tres mil ejemplares de su primera edición, mientras que entre 1964 y 1968 acumuló siete nuevas tiradas. Este *boom* editorial coincide con el clima cultural que había en Buenos Aires en esos años³¹.

Curiosamente en 1962 se crea el semanario *Primera Plana*, el cual constituye un espacio de difusión de saberes modernizadores. Tanto las notas como las publicidades dan cuenta de las transformaciones de la sociedad argentina y de la constitución de un nuevo

³⁰ Si bien algunos autores señalan los años cincuenta como el año del *boom* de las editoriales argentinas: “El año 1953 fue el pico más elevado en cuanto a cifras de ejemplares ofertados en el mercado, con un volumen total de casi 51 millones y un promedio de tiraje de 11.000 ejemplares” (Getino, 1995).

³¹ Han sido publicados diversos escritos sobre el clima cultural de Buenos Aires en los años sesenta. Se puede destacar en ese sentido el texto ya citado de John King (1980) y el de Sebreli (2003), entre otros.

público. Se define al lector de *Primera Plana* como un iniciado en las formas más recientes de la literatura, el cine y de las jergas del psicoanálisis y de la sociología.

En realidad la constitución de nuevos públicos de cine en los años sesenta coincide con el crecimiento de la población universitaria en los grandes centros urbanos, según he señalado más arriba, en forma concomitante con los procesos de modernización social y económica y el creciente bienestar de las clases medias.

Hacia 1950, según señala King (1985), se evidencia un crecimiento de los cineclubes y hacia los sesenta se constituye un importante público receptor de nuevas propuestas estéticas. Este público demuestra ser más sofisticado que el público de cine argentino y mexicano de las décadas del treinta y cuarenta. Cine sueco, francés, italiano, español y americano tienen importantes públicos, en el marco de la transformación del cine argentino, el cual también experimenta una renovación de lenguajes. Es importante señalar que si bien el público de cine argentino de esos años manifestaba un especial interés por el cine de origen europeo, la emergencia de una nueva estética en el cine argentino y latinoamericano en general, formó parte de sus intereses. En la Argentina fue significativa la llamada Generación del '60 en la renovación del cine. Este movimiento se emparenta con manifestaciones similares en otros países, fundamentalmente por el compromiso social de sus realizadores (*cinema novo* de Brasil, cine independiente de Estados Unidos y la *nouvelle vague* francesa, entre otros). Fue política cultural el incentivo al cine en los primeros setenta. Entre 1973 y 1974 asciende la asistencia al cine nacional, en particular a películas de denuncia (Ameztoy, 1997).

Constituye un acontecimiento significativo que en el marco del proyecto desarrollista argentino se haya creado el Instituto Nacional de Cinematografía para contribuir al desarrollo de la industria fílmica nacional en 1957. Es tal la importancia que asumía el cine en las clases medias urbanas que, en la década del sesenta, Bergman era proyectado en salas atestadas de Buenos Aires y, según destaca King (1980), reconoce que los argentinos constituyeron su público más fiel fuera de Suecia. El masoquismo y el autoanálisis de las películas de Bergman quizá tocaron la sensibilidad de la clase media porteña, “para la cual las visitas al analista se transformaron en parte de la vida cotidiana de esos años” (King, 1980:24). El psicoanálisis se transformó en una disciplina desarrollada en ese período.

También al calor de los acontecimientos de la transición alfonsinista, Landi (1984)

establece la relación antes mencionada entre desarrollo económico social y desarrollo cultural en los años sesenta, en la cual se produjeron importantes transformaciones en el seno de los sectores medios de la población. Su crecimiento y movilidad, representados entre otros indicadores por la expansión de la matrícula escolar, tuvieron su importancia en la reestructuración de las capas intelectuales, que se fueron incorporando a diversos segmentos de la industria cultural nacional y del aparato educativo, generando vanguardias estéticas y nuevos públicos. Estos procesos casi nunca dejaron de presentar una estrecha, tensa y hasta desgarrada relación del intelectual con el proceso político, según señalan Terán (1993), Casullo (1998) y Basualdo (2001), con relación al bienestar económico. Por su parte Sebrelí, en su emblemático libro *Buenos Aires, vida cotidiana y alienación*, también da cuenta del clima cultural imperante en el centro de Buenos Aires, encarnado por las clases medias. Así lo dice:

Una parte de ella se inclinaba al fascismo, otra a la izquierda. A esta pertenecían pequeños grupos de intelectuales, cuyo *background* se situaba en la calle Viamonte, sus librerías y bares (...) cuyo fetichismo culturalista los llevaba a constituir el público ferviente de mesas redondas, de las revistas literarias, algunos eran actores o directores, del teatro independiente o de los ciclos de Ingmar Bergman y la *nouvelle vague* del cine Lorraine. Es precisamente este cine que se creó en 1940 como cine club y luego se convierte en sala de cine de autor (Sebrelí, 2003: 104).

Coincidentemente con el masivo público de cine, el pico de ventas de la industria editorial fue en 1974. El gran quiebre de la industria editorial lo produjo la dictadura. Según desarrolla Gilman (2003), la literatura argentina y latinoamericana estaba preocupada por desarrollar un público lector, tema recurrente en declaraciones de escritores y que obtiene éxitos en las cifras de ventas de libros en los años 1964 y 1965, según informa el semanario *Primera Plana*. Este crecimiento alude de alguna manera al proceso que señala Bell (1976) con relación a la dinámica cultural del capitalismo tardío en el cual intelectuales y artistas intervienen activamente en la definición de pautas sociales, con respecto a las sociedades tradicionales. Gilman, por su parte, argumenta que

No se puede dejar de reconocer hasta qué punto –escritores, críticos, periodistas culturales y profesores– constituyen una población que crecía a medida que la modernización social y económica ampliaba el número de miembros hasta originar un nuevo sector socioprofesional, quienes contribuyeron en la formación de tal público a lo largo de esos años. El dato empírico de la aparición de un público interesado en la lectura de la producción continental (planteado al principio en escala nacional) y el crecimiento de las editoriales nacionales recibieron diversas interpretaciones estéticas e ideológicas a lo largo del período y fueron saludados con satisfacción (Gilman, 2003: 90).

En 1967, los datos y cifras eran realmente abrumadores. En 1967 los libros alcanzaron tirajes de quince mil ejemplares³². Por eso, Gilman habla de la constitución de un nuevo público, un público que interrogaba y quería respuestas. El público es consecuencia de la expansión de la cultura a los estratos medios (guiados por el impacto de la Revolución Cubana), el crecimiento de productores culturales y una situación económica típica de sociedades de bienestar. En los escritores de esos años la transformación estética no estaba desligada de la conformación de un público, asumía un significado político.

A partir de entonces se multiplica un público que compra discos, libros o periódicos así como se amplía y diferencia el conjunto de productores y de mediadores culturales. La ampliación del mercado cultural con la participación de los sectores medios incorporados por la industrialización, el surgimiento de nuevos canales de distribución literaria e instituciones dedicadas a la exhibición, promoción y venta de obras plásticas, fomentaron un desarrollo diversificado y más libre de la producción simbólica. Al mejorar su condición económica y cultural, parte de las capas medias se hallaba disponible para recibir nuevas búsquedas adecuadas a la etapa modernizadora. Este autor adjudica cierto clima optimista imperante en esos años, vinculado al bienestar económico, el cual habilita a una mayor experimentación estética en diversos planos artísticos.

Desde el punto de vista de los saberes, la modernización cultural también se observa en la vida universitaria con la creación de las carreras de psicología y sociología. Según apunta García Canclini (1979), los sectores dominantes que promueven el desarrollo industrial necesitan economistas, sociólogos, psicólogos y especialistas en todas las disciplinas capaces de ordenar del modo más funcional las relaciones sociales. También fuera de las instituciones se producen interesantes fenómenos de creación artística, por ejemplo en el campo de la música popular con el surgimiento del llamado rock nacional y la renovación del folklore. El cine también renovó su escena a partir de la generación de nuevos cineastas y nuevas estéticas. Este fenómeno si bien se manifestaba con más intensidad en Buenos Aires, dada la conformación centralista del país, también expresaba su peculiaridad en centros urbanos del interior. Cine y libros pautaban los consumos de unas clases medias

³² En una entrevista reciente a Néstor García Canclini, se señala la importancia del mercado editorial argentino y mexicano entre los años cuarenta y setenta. Con la caída del franquismo, España comienza a ocupar un lugar central en el mercado editorial en castellano. Entrevista disponible en: <http://www.diarioperfil.com.ar/edimp/0183/articulo.php?art=1371&ed=0183>

caracterizadas por un mayor nivel educativo con relación a generaciones anteriores. La crisis económica y la inestabilidad política condicionaron este proceso e impactaron en las prácticas sociales, las cuales modificaron aquellas vinculadas con el consumo cultural (Wortman, 2001).

La aparición de nuevos productos de consumo masivo realizados en el país disminuyó la desocupación, aumentó el nivel de vida de los sectores medios y modificó los hábitos de consumo. Durante el periodo comprendido entre 1958 y 1976, la producción industrial fue la actividad central y dinámica de la economía, y su realización se concretaba prioritariamente en el mercado interno. En esta etapa, el núcleo del capital concentrado estaba constituido, básicamente, por empresas industriales oligopólicas de origen extranjero que lideraban sus respectivas actividades. Al ser la producción industrial destinada al mercado interno la actividad más relevante de la economía y de la cúpula empresaria, las recurrentes crisis de esta producción generaban una contracción en el nivel de actividad de ambos agregados (Basualdo, 2000: 39). Por su parte, García Canclini (1979) alude a la importancia y repercusión de las inversiones extranjeras tanto en la economía como en el desarrollo cultural de esos años. En dicho trabajo también hace referencia a Muraro (1972) con respecto a la modernización tecnológica de la sociedad argentina por un lado, y al trabajo de Verón (1974) con respecto a la modernización del conocimiento de las ciencias sociales en esos años, por otro.

Asimismo, la dinámica del campo cultural (intelectual y artístico) estuvo acompañada del auge de lo comunicacional. Señalé más arriba el surgimiento de los semanarios junto con la presencia de un nuevo periodismo, a lo cual hay que sumar la televisión, que tuvo un impacto creciente en la vida cotidiana. La TV se convirtió en el principal instrumento de difusión del mito de la sociedad de consumo, parafraseando a David Morley (1996).

Creo que es importante dar cuenta de la complejidad del momento, de sus contradicciones, ya que por un lado se despliega un país denso desde el punto de vista cultural, con crecientes contactos con la vida cultural internacional, en el campo de las artes en general; pero también por otro se extiende la industria cultural en el marco de un creciente bienestar del conjunto de la sociedad y la llegada de capitales extranjeros. Los sesenta son años de una nueva modernización, atravesada por discursos de cambio social visualizado como posible. Asimismo, es importante señalar las transformaciones que se producen en las clases medias, como actores significativos de este proceso social.

Retomando la exploración de la introducción de la TV en la vida cotidiana, digo que tuvo un impacto creciente porque si bien con la dictadura militar, la televisión comenzó a ocupar la escena cultural de la vida cotidiana, esta ya estaba masivamente en los hogares argentinos desde tiempo atrás. Según demuestran los datos con los que cuento, los hogares argentinos compraron masivamente televisores en relación con otros países latinoamericanos. En un trabajo emblemático de Heriberto Muraro (1972), citado como fuente por García Canclini (1979), se señala que la Argentina compró televisores casi con la difusión de la televisión en los países centrales y ocupó el primer lugar en América Latina en ese aspecto hacia mediados de los años sesenta.

País	Receptores cada 1000 habitantes
Argentina	152.8
Australia	229.8
Brasil	60.9
Canadá	286.4
Costa Rica	45.5
Dinamarca	248.9
El Salvador	11.1
Estados Unidos	389.6
Francia	144.0
Guatemala	12.7
Inglaterra	276.0
Italia	144.9
Japón	200.0

Fuente: Muraro, H. (1974): Neocapitalismo y comunicación de masa. Buenos Aires: Eudeba.

Sobre este aspecto también argumenta John King en *El Di Tella*, donde plantea que la masiva y creciente aceptación de la televisión formaba parte del proceso de modernización de la sociedad argentina postperonista. La televisión apareció en la Argentina en 1951. En 1952 había doscientos televisores, en 1953, cinco mil. Hacia 1960 había 800.000 televisores y en 1972 la cifra se había elevado a 3.700.000. Si bien esto reflejaba un discurso de modernización social al interior de los hogares, este proceso no impidió el crecimiento de otro fenómeno significativo de la época como fueron los cineclubes ya mencionados. Después de 1955, este interés minoritario se expandió para abarcar sectores más amplios de la sociedad.

Al igual que en Brasil, en esos años tuvo en Argentina un importante desarrollo la industria automotriz. Las clases medias tuvieron un acceso masivo al automóvil, que pasó a constituir un símbolo de distinción con respecto a aquellos que no ascendían. En definitiva, nos encontramos hacia la década del sesenta con una importante clase media moderna económica, social y culturalmente.

A pesar del bienestar que los diversos trabajos sobre esos años enfatizan, investigaciones económicas y en particular la reactualización de la investigación de Germani, hecha por Torrado (1992), señalan que ya en esos años se puede advertir diferenciaciones internas debido a la incipiente fragmentación del sistema educativo primario, secundario, al acceso a niveles de educación superior de un sector de las clases medias y a la transnacionalización de la economía, proceso que genera modificaciones en el mercado de trabajo y repercute en la demanda ocupacional. Este proceso tiene consecuencias sobre la homogeneidad que imperaba en la sociedad argentina, como consecuencia de las características que hasta entonces había mantenido el sistema educativo, y que se habían expresado también en la forma integradora de la diversidad en la cual se había constituido la ciudad a lo largo del siglo XX.

Surgen las escuelas llamadas progresistas, fundadas en nuevas concepciones pedagógicas y con personal de mayor nivel de calificación. Un sector de las clases medias más educado, psicoanalizado, abierto a nuevos saberes pedagógicos, que había comenzado a viajar al exterior, interpretó como autoritarias las características fuertemente homogeneizadoras, inclusivas e igualitaristas. Se produce entonces la fragmentación del sistema educativo, que pone de relieve nuevamente la importancia de la educación, ya no en el sentido integrador tradicional, sino ahora en un modo diferenciador, que coincide con un cambio regresivo en la distribución del ingreso.

En ese sentido podría cuestionarse la idea dominante de que el proceso de heterogeneización de las clases medias comenzó hacia mediados de los años setenta. Si bien ahí se produce un cambio nítido y regresivo en la pauta de distribución del ingreso que se manifiesta en el declive de los consumos culturales clásicos, el cual se agudizaría decisivamente en los noventa, dicho cambio había emergido con anterioridad. La sociedad argentina, en realidad, comenzó a modificar su estructura social desde principios de los sesenta.

Capítulo 5

El comienzo de la disminución de las salas de exhibición: transformación de las formas de ver cine. Contexto socio imaginario en el que aparece la televisión por cable

Si hubiera que mencionar un momento que supone una modificación del vínculo de las clases medias con la cultura, atravesadas por cierto bienestar y estabilidad económica, en términos de consumos culturales, es posible pensar por un lado en la época de mediados de la década del setenta y, por otro, y más profundamente, en la de la última dictadura militar. Incluso el conflictivo período 1973-1976, a pesar de que gran parte de las prácticas sociales estaban atravesadas por identificaciones políticas, se caracterizó por la presencia masiva de públicos de cine, en particular cine argentino, por la intensa compra de libros y música, y salidas culturales en general. Los altos niveles de producción y consumo cultural acompañaban cierto clima de entusiasmo por los acontecimientos políticos. Este proceso político cultural, a su vez, tenía una contracara en la proliferación y alto consumo de revistas de humor satírico (Burkart, 2007).

En el marco de la crisis económica y política emergente en los años setenta, se produce una disminución de los públicos de cine en las salas de exhibición. Esto se puede constatar a partir de una visible disminución de las salas de cine, en un contexto de transformación de las prácticas de ocio y de consumo cultural. Se suele poner como fecha cúlmine 1974 ya que a partir de entonces la disminución del público de cine da cuenta de una significativa transformación social y cultural, coincidente con el enrarecimiento del clima político, el avance de la derecha cultural y el alto nivel de conflictividad social. Ya se había mencionado en el capítulo anterior que también ese año es el de mayor venta de libros. Un año después, en 1975, se produjo el llamado “Rodrigazo”, el cual modificó casi definitivamente las pautas de distribución del ingreso en la sociedad argentina. A partir de allí comienza un largo período regresivo cuyas consecuencias se viven en la actualidad. Efectivamente, a pesar de la corta duración de su gestión, el entonces ministro de economía Celestino Rodrigo estableció las bases económicas de una transformación posterior de la Argentina que tendría consecuencias radicales. Según un artículo periodístico del diario *Clarín* (Kandel, 2005) “el ‘Rodrigazo’ se caracterizó por devaluar el peso ley llevándolo de 10 a 26 en lo que hacía al dólar comercial; el dólar financiero pasó de 15 a 30 pesos ley, y se creó un nuevo tipo de cambio turístico, en 45 pesos”. Ya Gómez Morales, el anterior ministro de economía, en marzo había llevado el cambio comercial de 5 a 10 pesos y el financiero de 10 a 15. Las tarifas eléctricas subieron de 50 a 75 %. La nafta súper, 172 % y la común, 181

%. Lo mismo ocurrió con otras tarifas. Nunca en la Argentina había habido semejante ajuste de precios relativos, ni tanta inflación y devaluación, más una recesión que acabó con once años seguidos de crecimiento. Y todo en un contexto de vacío de poder tras la muerte de Perón en 1974 y una espiral de violencia. Dar cuenta de la nueva política económica que se impone en ese momento es importante para entender la notable transformación que se produce en la sociedad argentina en términos de relaciones de dominación. El nivel de conflictividad social que se genera a partir de estos cambios sólo va a ser frenado a partir de la implantación de una dictadura militar profundamente sangrienta y terrible. Como señala Svampa (2005, 137):

El golpe de Estado de 1976 significó la puesta en acción de un nuevo modelo que apuntaba tanto a la represión de los sectores movilizadores, como a un nuevo modelo de acumulación económica. La reconfiguración de la sociedad argentina estaba en marcha, aun así las transformaciones de los diferentes sectores sociales recién se tornarían visibles a la salida de la dictadura militar (Svampa, 2005: 137).

No sólo las clases medias comienzan a modificar sus *ethos* de vida sino que este cambio social coincide con modificaciones en la forma de poner en escena las películas, las cadenas de comercialización y distribución cinematográfica. La modificación de la política económica incide en una creciente pauperización de las clases medias. Torrado (1992) alude a que este debilitamiento de las clases medias posibilita un proceso de disciplinamiento social, consolidado con una sistemática política represiva implantada en nuestro país a partir de 1976. En esos años la participación de los asalariados en el ingreso nacional comienza a reducirse, como resultado del congelamiento en los salarios nominales y de la liberación de precios, lo que redujo la masa salarial en 16 puntos porcentuales (de 44 % a 28 %), equivalente a un descenso del 36 % respecto del nivel de 1975. A partir de entonces se registra un cambio estructural regresivo en el patrón histórico de distribución del ingreso y se evidencia una decreciente participación en el ingreso de los estratos bajos.

Esta transformación de las relaciones económicas y sociales, se realiza en un contexto de alto nivel de represión sobre el plano cultural. Esta articulación de transformaciones modifica sin retorno, creo, el vínculo de estas clases con la cultura en un sentido amplio y en relación con los bienes culturales (Gociol, 2002). También coincide con cambios culturales a nivel mundial, como por ejemplo la transformación de la industria cinematográfica. Según desarrolla Ivonne Tasker (1998), después de la segunda posguerra la presencia del cine se transforma ya que aparece la televisión como competidora del cine. Esta presencia forma

parte de la evolución de una cultura doméstica orientada al ocio, incluyendo el *boom* del bricolaje, el desarrollo de otras tecnologías y pasatiempos domésticos y el significativo desplazamiento de la población de los centros urbanos a las áreas suburbanas³³. Por su parte, este proceso coincide en las últimas décadas con la aparición en el mercado de la tecnología hogareña. Durante los años de la dictadura comenzó a difundirse masivamente la *videocassettera*, en un contexto forzado de privatización de la vida cotidiana. La creciente presencia del consumo de cine a nivel hogareño, facilitado por la proliferación de estas tecnologías y la dureza de la censura y de la vida cultural en general, modificó la pauta de los consumos culturales en la Argentina. Esta práctica constituyó una medida defensiva frente al duro aislamiento al que la mayor parte de la sociedad era sometida por el clima de miedo y terror impuesto.

En un contexto de miedo, aislamiento, privatización y creciente despolitización de la sociedad, la televisión que ya estaba presente en la mayoría de los hogares argentinos, según se desarrolló en el capítulo anterior, comenzó a hegemonizar los consumos culturales en un contexto de vaciamiento cultural. Si bien se trata de un fenómeno mundial, con sus particularidades nacionales estas prácticas empiezan a ocupar un mayor espacio en la vida cotidiana argentina.

El punto que pretendemos destacar aquí es el lugar que comienza a ocupar la televisión en la escena cultural, en un contexto de avance del terrorismo de Estado en el cual la persecución al campo cultural fue importante³⁴.

En contraposición a la década anterior signada por la vitalidad de la vida pública cultural en general, la televisión asume una centralidad creciente, fenómeno que se reitera en los noventa, luego de la llamada primavera cultural de los primeros años de la transición democrática. Asimismo, todos los consumos culturales descienden, según se puede seguir en el artículo de Landi antes mencionado: “El empobrecimiento de la vida cultural fue uno de los obvios resultados de esta gran operación emprendida por la dictadura militar” (Landi, 1984: 70).

³³ En la Argentina este proceso se producirá recién en los años noventa.

³⁴ De todos modos es importante decir que desde el punto de vista de la acción cultural, el Teatro San Martín mantuvo una presencia insólita en el marco de la falta de estímulo e intensa censura a la vida cultural (Clarín, 2000).

Comentado [WT1]: La referencia del diario clarín esta incompleta. Encuentro un artículo de clarín que hace una referencia al tema en cuestión, aunque bastante al paso:
<http://www.clarin.com/diario/2000/05/28/o-02002.htm>

Algunos datos cuantitativos generales sobre consumos culturales ayudarán a ejemplificar lo novedoso en relación con décadas anteriores. Incluiré dos ejemplos mencionados en el artículo de Landi.

Revistas nacionales de circulación general (millones de ejemplares en el GBA)

Año	Total
1973	122.1
1974	135.3
1975	119.3
1976	81.3
1977	79.6
1978	84.0
1979	92.2

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Anuario estadístico 1979-1980 (Landi, 1984).

Me parece sumamente importante mencionar lo acontecido en el campo editorial, dado el impulso que en décadas anteriores tuvieron la industria, el consumo y la producción de libros.

Cantidad de libros editados (en millones)	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Novelas, cuentos, relatos, poesías	5.5	5.0	4.6	3.6	3.3	1.3
Biografías, críticas, historias literarias, lingüística	1.0	0.47	0.31	0.29	0.26	1.10
Bibliografía, enciclopedias, diccionarios, antologías, biblioteconomía	7.5	8.5	1.5	2.1	0.43	0.32
Libros para niños y adolescentes	4.7	3.0	3.0	3.6	2.7	0.69
Historia, política, sociología, urbanismo, comunicaciones	2.7	1.4	1.3	0.82	0.47	0.29

Fuente: Indec 1970-1980 (Landi, 1984: 71)

La disminución de la oferta y el consumo cultural tuvo su manifestación elocuente también en el cine. En efecto, el cine argentino produjo entre 1976 y 1981 sólo veintiséis largometrajes anuales contra un promedio de treinta y cinco *films* anuales registrados entre 1971 y 1975. La venta de revistas pasó de los 235 millones de ejemplares anuales en 1970 a 100 en 1979.

Así como hay datos vinculados a la oferta cultural que expresan el vaciamiento cultural en términos de transformaciones profundas de sentidos sociales y simbólicos (como los que hemos mencionado, por ejemplo), los que presentamos a continuación revelan el

proceso inverso de conformación de un universo de sentido vinculado a valores fundados en el consumo y de sujetos crecientemente desvinculados del espacio público. Un ejemplo de esta afirmación lo constituye el aumento de la inversión publicitaria, hecho que coloca a la Argentina entre los países occidentales de alta inversión publicitaria coincidente con los años de plomo (Sklair, 2003)³⁵.

Inversión publicitaria argentina		
Año	Inversión publicitaria	Porcentaje de variación por año
1976	113.1	60.2
1977	135.2	19.5
1978	149	10.2
1979	170.9	14.7

Fuente: Patricia Terrero, 1982.

Asimismo, la política de apertura de la economía de las autoridades económicas del llamado Proceso de Reorganización Nacional estimuló la introducción en el país de equipos semiterminados e incrementó la dependencia del sector con respecto a las corporaciones transnacionales de la electrónica, causando la cesantía de mano de obra calificada u obrera. Sin embargo, no puede decirse que el régimen militar haya bloqueado directamente toda la innovación tecnológica en el campo de las comunicaciones. En algunos casos, la dictadura militar impulsó, incurriendo en grandes erogaciones, algunas formas de lo que podría denominarse la “modernización conspicua”, a menudo destinada a aumentar el prestigio del régimen. Dentro de este rubro cabe ubicar la transformación del Canal 7 en una productora y emisora de TV color (inicialmente destinada a emitir al exterior los partidos del Campeonato Mundial de Fútbol de 1978) y la introducción de centrales telefónicas automáticas cuyo rendimiento no equiparó a la inversión realizada debido a la carencia de líneas e infraestructura adecuada. Asimismo, durante dicho periodo se inició la penetración de las “nuevas tecnologías” de comunicación y procesamiento de datos: la instalación de canales de TV por cable.

La incorporación de la TV color incidió en el aumento del consumo televisivo al interior de los hogares argentinos. Hacia 1980 se inician las transmisiones regulares de la TV color. Hacia junio-agosto de 1980 en el área metropolitana de Buenos Aires existían 191.000 hogares con TV color. En agosto de 1985 el número de unidades familiares con TV color llegaba a 1.828.000, el 60,3 % del total. Mientras que la venta de revistas pasó de los 235

³⁵ Hemos dado cuenta de este fenómeno en el libro *Imágenes publicitarias, nuevos burgueses* (2004).

millones de ejemplares anuales en 1970 a los 100 millones anuales durante 1976 y los 134 en 1981.

Cantidad de artefactos de TV en la Argentina por habitante. Años 1952 – 2000

Año	Población estimada	Cantidad de artefactos de TV	Cantidad de Televisores por cada 1000 hab.
1952	17.876.954	7.000	0,5
1960	20.616.010	550.000	26,7
1969	23.260.684	1.900.000	81,7
1980	28.093.507	5.141.020	183
1998	36.005.387	8.965.245	249
2000	36.783.859	9.490.014	258

Fuente: elaborado sobre la base de datos de Seivach, P. (2003): "Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires" en Cuadernillo CEDEM núm. 4 y Getino, O. (2006): "El Capital de la cultura", Bs. As., Parlamento Cultural del MERCOSUR. Precios a valores constantes en pesos.

En un contexto de fuerte y represivo vaciamiento cultural, dos fenómenos político culturales que cabe destacar fueron, en el ámbito teatral, Teatro Abierto en 1981³⁶, (Landi, 1984: 73), y también en la misma línea Danza Abierta. Si bien la dictadura militar se sostenía por una durísima represión y persecución a toda voz disidente, fue desde el ámbito cultural desde donde también los sectores medios asumían una actitud defensiva junto con cierto espacio cultural oposicional de larga data.

También desde el campo cinematográfico y musical puede advertirse la presencia de fisuras en la dinámica represiva de la dictadura militar y la conformación de un espacio público de resistencia. Se podría afirmar que cierta revitalización del campo cultural produjo consecuencias no queridas de la crisis del régimen. Contribuyó a este proceso de resquebrajamiento la Guerra de las Malvinas, acontecimiento trágico de la historia argentina que impulsó a un repentino fortalecimiento de la otrora perseguida música popular argentina, en particular del llamado rock nacional. Lo nacional estuvo a la orden del día, y en ese contexto de vuelta a lo argentino, fue desde el lado de la música primero, pero del teatro y de toda producción local después que se comenzó a reconstruir un espacio público (Vila, 1985).

³⁶ Disponible en: http://www.audiovideotecaba.gov.ar/areas/com_social/audiovideoteca/teatro/contextos_teatroabierto81_es.php

Capítulo 6

Impacto de la transición democrática en la esfera cultural

En el marco de la transición democrática se produce una recuperación de lo cultural en un amplio sentido de la palabra, ámbito en general tan vapuleado en todas sus dimensiones, aunque fundamentalmente asociado a la recuperación del espacio público como elemento vinculado a la legitimación democrática. La pregunta es si en ese contexto se manifestó una recuperación del público de cine, entre otros, o lo que aconteció fue sólo un momento asociado a cierto optimismo impulsado por el clima político, característico de las transiciones políticas, como en el caso español.

Si bien la acción cultural estatal estuvo dirigida a la participación ciudadana en actividades culturales en general, ciertas prácticas adquiridas en el período anterior quedaron arraigadas en la vida cotidiana de la gente, según es posible comprobar con los datos expuestos más arriba en relación con el consumo de *videocassetteras* y del alquiler de películas a domicilio.

Luego de largos años de oscurantismo cultural, la cultura comenzó a estar presente en todos lados. Esta paulatina culturalización de la sociedad incidió en que se convirtiera a la cultura, en la naciente democracia, en política de Estado. Así, la política cultural para el alfonsinismo consistió, esencialmente, en construir una nueva cultura política, proyecto que como política de Estado no duró muchos años, dado el debilitamiento del gobierno después de 1987. Sin embargo se puede comprobar que la acción cultural orientada a la democratización de la vida cotidiana dejó marcas, las cuales, a pesar de las sucesivas crisis económicas, constituyeron una reivindicación definitiva de las golpeadas y paulatinamente reducidas clases medias.

En el marco de las pendulares políticas culturales del gobierno de la transición, también el cine argentino fue sumamente promovido. Dada la legitimidad que tuvo a nivel internacional el gobierno de Alfonsín, el cine argentino fue premiado como expresión de nuevos horizontes políticos para la Argentina. El cine acompañó en imágenes la política de derechos humanos, uno de los pilares de la transición a la democracia, así como la vuelta a la institucionalidad democrática. Si bien en los primeros años de la primavera alfonsinista aumentó el público de cine en salas, así como la exhibición de cine argentino tanto a nivel

nacional como internacional, la afluencia del público a los cines al menos no volvió a ser lo que había sido en décadas anteriores. Algo había cambiado en la sociedad argentina que terminó de consolidarse durante los años noventa.

Algunos datos sobre cine argentino, tanto en relación con la producción y el consumo, como también con los cambios en la temática, permiten ilustrar este proceso que propongo develar. Según Ameztoy, con respecto a la política cultural cinematográfica no sólo se evidencia una disminución de los créditos del Instituto Nacional de Cinematografía para financiar películas argentinas sino también la desaparición paulatina de la temática de la memoria en la producción fílmica, como eje privilegiado de apoyo público: “De un total de 169 créditos otorgados por el INC entre 1984 y 1988, el primer año –1984– un 57,6 % referían a dicha temática crítica, en 1985 el 28,2 %, en 1986 el 34,5 %, en 1987 el 24,2 % y en 1988 el porcentaje bajó a un 16,6 %” (Ameztoy, 1997: 19).

Relación créditos INC, producción temática memoria (1984-88)

- 1984 créditos otorgados 33, películas temática memoria 19: 57,6 %
- 1985 créditos otorgados 46, películas temática memoria 13: 28,2 %
- 1986 créditos otorgados 29, películas temática memoria 10: 34,5 %
- 1987 créditos otorgados 33, películas temática memoria 8: 24,2 %
- 1988 créditos otorgados 24, películas temática memoria 4: 16,6 %

La disminución de los públicos de cine puede advertirse fundamentalmente a partir de la disminución del número de salas cinematográficas³⁷ (Ameztoy, 1996).

Salas cinematográficas (periodo 1980-93)	
Año	Salas
1980	1.071
1981	976
1982	973
1983	972

³⁷Acerca de este fenómeno se ha llamado la atención en diversos medios periodísticos, así como también en reflexiones sobre nuestra cultura de la época. Se ha registrado esta preocupación en la revista *El Periodista*, núm. 186, abril, p. 22: “De Película: más cines cerrados, mayor precio de las entradas, menos espectadores”. A pesar del apogeo de los primeros años, gracias a la fuerte presencia en el escenario internacional, el cine argentino se enfrentó con los problemas estructurales que lo condicionan como industria. Ver *El Periodista* núm. 154: “Un cine premiado pero en quiebra”, agosto de 1987, p. 28 y “¿Quién se queda con la parte del león?” *El Periodista* núm. 118, diciembre de 1986, p. 32. También citado por Ciria, A. (1995): “Cines de barrio: las viejas fábricas de sueños”, Clarín Revista, 4 de septiembre de 1988.

1984	1.005
1985	954
1986	870
1987	785
1988	735
1989	427
1990	417
1991	3
1992	280
1993	350

Fuente: INC (Ameztoy, 1997)

Espectadores de cine (periodo 1981-1992)

1981	50.198.623
1982	45.406.240
1983	52.924.307
1984	63.357.479
1985	54.781.237
1986	55.070.237
1987	38.395.331
1988	28.365.674
1989	26.482.446
1990	20.051.646
1991	16.400.353
1992	14.729.368

Fuente: INC (citado por Ameztoy: 1997)

“El cine argentino no se hace la película”

	1984-1989	1989-1995
Promedio por año de producciones locales estrenadas	28,8	12,2
Espectadores de cine argentino	43.700.000	7.700.000
Películas nacionales que superaron el millón de espectadores	6	1
Cantidad de salas	En 1984: 902 1988: 647	En 1989: 536 1994: 325
Distribución de recaudaciones por films	Nacionales: 18,2 % Extranjeros: 81,2 %	Nacionales: 8,2 % Extranjeros: 91,8 %

Fuente: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (Incaa). Extraído de diario La Nación, noviembre de 1995, citado por Ameztoy, 1997.

Es necesario aclarar, como se desarrollará en otro punto, que este proceso no significa la desvinculación de las personas del consumo de cine, sino que da cuenta de la desaparición para un sector de la población al menos de una práctica cultural. Por el contrario, como revelaré más adelante se verifica en este período un aumento de consumo de videos como consecuencia de la compra de *videocassetteras* hogareñas.

6.1 El cine en el contexto de la crisis de los consumos culturales

La fuerte recesión económica experimentada en los años ochenta redujo el poder adquisitivo de los sectores medios 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.

En la Argentina, como en muchos otros países del mundo, las salas de cine y la concurrencia a las mismas experimentaron un sostenido descenso hasta mediados de los noventa. De 1.800 salas que el país registraba en 1970, quedaron apenas 1.000 en 1980 y menos de 500 a finales de esa misma década. En el caso argentino se puede afirmar que fueron causas económicas, sociales y políticas las que incidieron en la disminución del otrora masivo público de cine³⁸. Sin embargo, este proceso que se dio en la Argentina coincide con el fenómeno de la disminución de públicos de cine tanto en los países centrales como en México, país emblemático con relación a este tema en América Latina³⁹. ¿Cuáles han sido los factores que incidieron en la disminución del público de cine en el espacio público? Es posible señalar elementos analizados por investigadores americanos como Ivonne [Tasker \(1998\)](#), que también surgieron en estas latitudes. Fundamentalmente en dichos estudios se alude al crecimiento de la cultura a domicilio, a las transformaciones de las ciudades en megaciudades y la suburbanización creciente, motivos que se destacan generalmente como causas determinantes de una supuesta disminución del consumo cultural en el espacio público.

Ahora bien, la pregunta es si este proceso puede ser extrapolado directamente a nuestros casos latinoamericanos. Parte de las investigaciones sobre el caso mexicano parecen sostenerse en esa dirección. La transformación de la ciudad en megaciudad, así como la suburbanización de las clases medias y la llamada cultura a domicilio habrían incidido centralmente en la disminución del público de cine en salas. Esa es la hipótesis que guía los trabajos dirigidos por Néstor García Canclini (1994) en *Consumidores y ciudadanos*. En ellos se alude tanto a la conformación de una ciudad que se desurbaniza (el caso de México es emblemático en ese sentido, dado el crecimiento exponencial que ha tenido en el término de

³⁸ Con la crisis de la industria cinematográfica argentina, en 1955 se evidencia la primera caída del público de cine. A comienzos de los sesenta se conforma, por los procesos que se desarrollaron más atrás, un público de cine con mayor capital cultural, el cual llenó las salas de cine europeo y latinoamericano post años sesenta. Después de 1974 comienza el declive del público de cine en salas en forma notablemente descendente. Situación que no logra revertirse.

³⁹ Sobre la proyección del cine mexicano, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, se pueden ver, entre otros, García Canclini (1995) y Barbero (1989).

cincuenta años) como, y en forma paralela, a la emergencia de nuevas prácticas en relación con la cultura (la expansión de los medios de comunicación, en particular de la TV por cable y el alquiler de *videocassettes*), las cuales regenerarían el lazo social debilitado por la gran ciudad. Esta afirmación relativiza la cuestión política y económica como eje de las transformaciones de las prácticas de consumo cultural. En efecto, García Canclini alude a los cambios que los sujetos experimentan en las megaciudades. Si bien, como en el caso de México, se ha producido un debilitamiento de la práctica de ir al cine, ya que la misma puede ser reemplazada por las nuevas tecnologías, no ocurre lo mismo con la vida pública cultural. Esto mismo es señalado en la investigación sobre consumos culturales realizada por Landí (1990) y otros. Allí aparece la convivencia de estos dos procesos, el aumento del consumo televisivo, el cual convive con el permanente interés de las personas por salir al espacio público en un marco de evidente desinterés por ir al cine.

Lo paradójico es que casi en forma paralela con la emergencia de un nuevo *ethos* occidental, cuya manifestación visible es la reclusión de los sujetos en el universo de lo privado, el auge de la cultura de la imagen, la emergencia de nuevos modos de acercamiento a la cultura a raíz de la presencia creciente de las nuevas tecnologías de la información, el impacto cultural de la llamada crisis de los grandes relatos⁴⁰, etcétera, en la Argentina comienzan a ponerse en evidencia las consecuencias de diversas políticas económicas que generaron una transformación radical de la estructura de clases.

Estos factores, los cambios urbanos y la emergencia de nuevas prácticas sociales vinculadas a la cultura también pueden ser pensados en relación con una ciudad como Buenos Aires que, en los últimos años, pone en escena este proceso doble (modernización y fractura de las otrora homogéneas clases medias)⁴¹ del que vengo hablando a lo largo de esta presentación. Como afirma Agostinis (1999: 267), la década del noventa se caracteriza por un uso y apropiación diferencial según las clases sociales. Siendo una de sus expresiones, la rejerarquización diferencial de ciertas áreas en desmedro de otras al interior de la ciudad de Buenos Aires como el conurbano.

⁴⁰ Es por todos conocida la vasta bibliografía sobre la nueva sensibilidad posmoderna. Un texto muy significativo de este debate es, a mi criterio, el de Jameson, Frederic "La lógica cultural del capitalismo tardío", del cual hay distintas versiones y ediciones.

⁴¹ Los cambios sociales que atravesó la sociedad argentina en las últimas décadas se pusieron en evidencia en el espacio urbano y en sus usos y prácticas por parte de sus habitantes. A partir de los años noventa han surgido nuevos modos de vivir la ciudad y, en relación con el tema de esta tesis, nuevos modos de consumir cultura. En ese sentido, el centro de la ciudad ha desaparecido como espacio de consumo cultural y se ha convertido en una área relativamente insegura por las noches. Así han surgido espacios de ocio vinculados a los *shoppings* y zonas más favorecidas económicamente.

Siguiendo el trabajo ya citado de García Canclini sobre los modos de relacionamiento social en el marco del crecimiento exponencial de las ciudades, aparecen datos sobre el fenómeno de las *videocassetteras* y del video como práctica de consumo de cine, ahora en el hogar.

Si bien naturalmente la Argentina no es ajena a procesos globales y sociales, no se puede afirmar rotundamente que la transformación del espacio urbano y la presencia fuerte de las tecnologías en el hogar hayan incidido directamente o constituyan una causa determinante del proceso de disminución de la vida pública y en consecuencia en la salida al cine.

En una investigación realizada por Finquelievich, Karol y Vidal (1992), se revela el creciente impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación de la cultura contemporánea. Para demostrar la importancia del fenómeno, los autores señalan que hacia 1984 existían 120 videoclubes. El año 1986 significó un momento de auge prodigioso en el desarrollo del medio: se calcula que se instalaban un promedio de 100 videoclubes por mes. En mayo de ese año, 400 videoclubes. En 1992 sumaban 6 mil videoclubes en todo el país. A partir de una encuesta realizada por los autores a consumidores de videos en los más variados barrios de la Capital y el Gran Buenos Aires, se afirma que el 33 % de las menciones se refiere a que los entrevistados han dejado de ir al cine o que lo hacen con mucha menos frecuencia, 28 % de los mismos indica que ven menos TV y el 12 % que sale menos. Sólo el 16 % de las menciones indica que el video no ha producido cambio alguno en la vida hogareña (ob. cit.: 62). También allí se concluye que el consumo de *videofilms* parece ser más frecuente en los usuarios que tienen menor nivel de instrucción. Sin embargo, el fenómeno del videoclub como acceso al cine en el ámbito hogareño comienza a modificarse hacia 1994, en el contexto del auge de la TV por cable, como se verá más adelante. El cuadro que sigue a continuación da cuenta de la disminución de los videoclubes en la segunda mitad de los noventa.

Cantidad aproximada de videoclubes en Argentina. Periodo 1994-2001

Año	Cantidad de títulos editados
1994	6.100
1995	5.050
1996	3.900
1997	3.100
1998	2.800
1999	2.900
2000	2.980
2001	2.000

Fuente: elaborado sobre la base de datos de Seivach, P.: "Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires", Cuadernillo CEDEM Nº 4, 2003.

De todos modos, este fenómeno se va a modificar, como se verá después, con la inscripción de la población a la TV por cable.

Capítulo 7

El cambio cultural de los noventa. El imperio de los medios de comunicación en el hogar

La traumática experiencia de la hiperinflación del año 1989 contribuyó al consenso que por varios años asumió una nueva forma de hacer política, el menemismo. Si bien en la Argentina adoptó una forma local, esta transformación social y cultural se produjo en un contexto de cambios civilizatorios del *ethos* cultural occidental. La caída del muro de Berlín junto con el peso que asumieron las nuevas tecnologías en diversos órdenes sociales, fueron fuertes productores de imaginarios de la modernidad tardía. A partir de estos acontecimientos el mundo se presenta como único, ya no está dividido por ideologías y más allá de las críticas que puedan hacerse al discurso neoliberal, crítico de las ideologías, este acontecimiento fue radical. Me pregunto acerca del alcance de estas nuevas significaciones (que fueron capaces de generar otros nombres, ya que las formas de nombrar existentes no daban cuenta del devenir de las cosas), en países periféricos como los nuestros, más allá de las miradas celebratorias, apocalípticas o nostálgicas que se suscitaron entonces.

La incorporación de las nuevas tecnologías de comunicación y la información determinaba, en el imaginario modernizador de esos años, una ratio fundante de nuevas prácticas y procesos sociales, legitimaba nuevos discursos del poder. Así es como las nuevas tecnologías se imponen y los individuos debemos adaptar nuestras prácticas a su existencia. Aunque es importante destacar que la propia dinámica social va modificando los usos predeterminados, las nuevas tecnologías lo permiten también (Finquelievich, 2007).

El entusiasmo por las nuevas tecnologías se produjo en el marco de la creciente presencia del mercado como articulador de las relaciones sociales. Por eso resulta difícil desvincular un aspecto de otro. Aparecen fuertemente relacionados y esto concita algunas veces cierto rechazo o desconfianza del tipo de cultura que generan como si existiera una relación natural. La centralidad que asumió el mercado en los noventa en la Argentina se articula con esta crisis más a largo plazo de la modernidad, que en un determinado contexto político asume una direccionalidad y que en otro contexto político, adopta otro rumbo. Pensar lo social en ese sentido impide adoptar una mirada apocalíptica de los cambios epocales. En los noventa en la Argentina, como consecuencia del imperio de políticas económicas neoliberales, se produce un predominio del mercado con significativas consecuencias en las relaciones sociales y en las identidades. De la mano de esta política económica es que se debe

entender un cambio cultural determinante como son las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. No son sólo ellas las que moldean una nueva subjetividad, sino también el tipo de espíritu capitalista dominante en esos años, orientado al consumo y promovido por la política económica de la convertibilidad.

Asimismo, sostengo que este proceso de la modernidad y el modo particular y trágico, en términos del crecimiento de la desigualdad social, impactó en las representaciones construidas a largo plazo en momentos fundantes de la argentinidad, precisamente cuando el Estado Nación tenía un peso central en la configuración societal a través de la educación pública, y de esta manera en la producción de imaginarios en torno a la familia, valores sociales, etcétera. En ese sentido este planteo que le da a la crisis del Estado un lugar determinante, resulta por lo demás adecuado. Pero dado el devenir que han tenido los acontecimientos en los últimos años, se hacen parciales las afirmaciones definitivas, ya que la dinámica social sigue existiendo y supone la reaparición de otras formas y signos del conflicto social.

Desde diversas perspectivas se alude a la forma en la que se transformó esta sociedad en esos años y la radicalidad de esos cambios. ¿De qué cambios se está hablando?

En el caso del discurso político, se manifestó una exaltación de lo nuevo, valoración asociada a la crítica de las ideologías emancipatorias y al énfasis en un discurso político netamente instrumental. Lo nuevo suponía desvalorizar y quitar legitimidad a la militancia política, a la creencia en ideas fuertes y aglutinadoras de grandes espacios, colectivos abarcadores, como por ejemplo sindicatos, masas o clase obrera. Si bien fue una forma de hacer política la que estimuló e incentivó los cambios, parte de los mismos se pueden entender desde la política económica de la convertibilidad, la cual posibilitó la compra de electrodomésticos y nuevas tecnologías de la comunicación y la información produciendo transformaciones en el orden privado y, en el plano económico, la transformación de la dinámica productiva. La despolitización del discurso en general incidió en la cultura, otrora fuertemente vinculada a la política, lo cual imprimió al imaginario social la creencia de que era la tecnología la que nos instaba a modernizar nuestras prácticas sociales, nuestras maneras de trabajar, de relacionarnos y de divertirnos. Así, todo un estilo de vida quedaba en el pasado.

La facilidad en el acceso al mundo, al menos imaginariamente, gracias al cable, la computadora y posteriormente a Internet, hacían innecesarias o quitaban valor a otras producciones de la modernidad como la cultura y la participación social en la esfera pública (Habermas, 1981). Esta esfera pública fue representada en la modernidad en relación con la separación de las esferas de la cultura y la política precisamente. De hecho, desde el plano del poder, fueron escasas o nulas las políticas culturales, como por el contrario con altibajos se habían enfatizado en el gobierno de la transición democrática. Sin embargo, la dinámica cultural, la creatividad en ese plano no fue nula en esos años, como se pretende afirmar desde miradas apocalípticas a partir de la creciente presencia de los medios⁴².

Asimismo, durante los noventa se continuó con el proceso de privatización social que se había iniciado durante la dictadura militar, en detrimento de la importancia que el espacio público tuvo históricamente en la Argentina (Bauman 1999). A lo largo de los años se fue construyendo un discurso en el cual lo público estaba asociado a la calle, a la política, a la participación, a la inclusión, a la integración social. En contraposición a estos valores que se expresaban en distintos espacios sociales y culturales, en la dinámica social en general emergió un nuevo discurso que se manifestó en la cuestión de la inseguridad urbana y en los beneficios de lo privado. La calle se volvió amenazante, hostil, se constituyó en el lugar del peligro, menos por la movilización política que por la presencia de los excluidos sociales y por el abandono estatal (asfalto destruido, plazas abandonadas, problemas ambientales). La calle se vació primero en la dictadura por la represión de las voces cuestionadoras del orden social, luego con el neoliberalismo y progresivamente, se instaló el culto a las bondades del hogar equipado y la vida familiar. Cierta discurso conservador se irradió tardíamente promovido por la era Reagan. De esta manera la sociedad fue adoptando otras formas, otros valores y sus clases sociales se fueron transformando. Durante el siglo XX las clases medias fueron ganando espacios en la cultura, en la política y en la educación, en un conflicto permanente sin lugar a dudas con factores de poder. Es así que en los sesenta y setenta fueron el exponente del cambio social, de la crítica político cultural, receptiva de nuevos discursos de la sexualidad, la educación, la política, etcétera, aunque este proceso se interrumpe violentamente con la dictadura militar.

⁴² Mariana Cerviño ha escrito, por ejemplo, sobre la constitución de un nuevo subcampo de artistas plásticos en el espacio del Centro Cultural Ricardo Rojas en los años noventa en Wortman, Ana (2009) *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*.

Los años noventa manifiestan un punto de inflexión, un antes y un después en la historia y la cultura occidental. También en la Argentina son emblemáticos del fin de una época y el comienzo de otra. Todavía no es demasiado lo que se ha analizado sobre las transformaciones culturales de los años noventa en la Argentina; son más frecuentes los análisis políticos, económicos y sociales clásicos. Sí contamos con datos sobre producciones y consumos culturales sobre algunos de ellos, de los que se dará cuenta aquí con relación a las preguntas planteadas.

Warley (1993), por ejemplo, analiza los noventa a partir de comprobar un cambio en el tipo de revistas culturales de los primeros años de la transición democrática, surgidas al final de la dictadura militar, con respecto al estilo de las que comienzan a proliferar en los noventa. Con respecto a las primeras, Warley hace referencia a *El Porteño*, *Humor*, *El Periodista* como revistas emblemáticas de los años de la dictadura, las cuales pretendían dar cuenta de temas no siempre aceptados en la cultura argentina, la homosexualidad por ejemplo. Recién en 1985 surgirán nuevas revistas en disputa, por ejemplo con *Punto de Vista*⁴³, de acuerdo a los realineamientos de los intelectuales en la transición. Estas son, entre otras, *Pie de Página*, *Praxis*, *El Despertador*, *Mascaró*, *Cuadernos de Cultura*, *La Bizca*, o el relanzamiento de la segunda y la tercera época de *Crisis*, *Debates*, *Vuelta Sudamericana*, *La Ciudad Futura*, *Fin de Siglo*, entre otras. Algunos suplementos culturales como los de los diarios *Tiempo Argentino* y *La Razón* sirvieron también como caja de resonancia de la discusión cultural post transición. Warley señala como una característica distintiva de los noventa el desplazamiento de los discursos generados desde la Universidad en beneficio de un discurso estrictamente periodístico. Destaca Warley (1993:) que “este fenómeno se acentuó a partir de la llegada a la presidencia de Carlos Menem”. En este contexto se puede comprender la muerte de las revistas teóricas y de divulgación cultural. Afirma Warley, perplejo:

Lo más significativo ahora es que, cuando la alfabetización se ha generalizado y aumentado considerablemente la tasa de alumnos universitarios, estas revistas o han desaparecido o se mantienen lánguidamente, reducidas a tiradas simbólicas. (...) El mundo de las revistas teóricas queda circunscrito a círculos cuasi familiares del mundo profesional y académico (Warley, 1993: 206).

De todos modos, más allá de las diferencias de enfoques, lo que interesa destacar es la representación de un cambio negativo, en cuanto a formas características de la sociedad

⁴³ *Punto de Vista* fue creada en 1978 por un grupo de destacados intelectuales con el propósito de sostener un espacio de debate intelectual negado en el espacio público universitario, así como de difusión de los debates teóricos existentes en el Primer Mundo en el campo artístico y político.

Comentado [WT2]: falta numero de pagina

argentina. Si bien los intelectuales intentaban no quedar identificados con miradas nostálgicas de un supuesto pasado mejor, no podían evitar cierta desazón frente al predominio de lo *massmediático* y comunicacional en general, en la cual muchos de ellos quedaron atrapados, dificultándose la distancia crítica al decir de Jameson. En este contexto de cambio político cultural, García Canclini, por ejemplo, se preguntaba: “Si lo que domina el escenario cultural es la industria comunicacional, ¿existe lugar para los movimientos artísticos?” (García Canclini, 1993: 81).

En el mismo artículo García Canclini establece una estrecha relación entre el dominio del neoliberalismo como ideología económica y la transformación negativa de la vida cultural

Como consecuencia de este reordenamiento [de la economía] y del lugar declinante de nuestras economías en el intercambio mundial, América Latina se volvió un continente estancado. Esta homogeneización recesiva de las sociedades latinoamericanas afecta también la producción y el consumo de cultura. Se cierran cines, librerías y teatros, museos y agrupaciones de artistas independientes. Muchas editoriales y radios han sido compradas por empresas europeas y estadounidenses que las reprograman desde patrones ajenos a la región. Los gobiernos, agobiados por la deuda externa, reducen el gasto en servicios públicos, entre ellos los educativos y culturales (García Canclini, 1993: 81).

En ese sentido sostengo que a partir de esos años la modernización de los sectores medios argentinos (en la actualidad profundamente heterogéneos), se funda en otros sentidos de la cultura, distintos de los que orientaban el sentido de la acción en los años sesenta, ahora más determinados por el consumo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información que por los consumos culturales clásicos, en un contexto de redefinición de las relaciones sociales (Wortman, 1997). Se puede hablar entonces de una nueva forma de modernización que difiere de los valores de la modernidad ilustrada.

En los años noventa se estableció un vínculo entre los procesos de movilización social descendente y el surgimiento de novedosos sentimientos de inseguridad en el contexto de un nuevo clima cultural occidental que produjo nuevos modos de habitar el espacio urbano⁴⁴, nuevas prácticas culturales, novedosos usos del tiempo, etcétera. Ante esta situación los sectores medios desarrollaron diferentes estrategias para sostener los estilos de vida característicos de la clase y a la vez diferenciarse de las clases populares. Frente al empobrecimiento económico, producto del desempleo y la desindustrialización, el capital

⁴⁴ Sobre este tema ha trabajado Cecilia Arizaga en: *El mito de comunidad en la ciudad mundializada. Estilos de vida y nuevas clases medias en urbanizaciones cerradas*. (2005)

cultural y educativo se transformó en la posesión esencial en torno a la que una importante porción de estos sectores desplegó sus estrategias de distinción y enclasmiento. Estos capitales les permitían seguir considerándose sujetos de clases medias pese a que sus niveles de ingreso los ubicaban al borde de la pobreza. Los títulos alcanzados, el gusto y los consumos culturales efectuados (tanto de bienes estrictamente simbólicos como de productos tangibles pero consumidos principalmente por su valor de signo) constituyeron el componente esencial del capital simbólico que mantuvo a estos sectores aferrados a un ideal de vida diferenciándolos, simultáneamente, de los sectores populares, considerados como los “verdaderos pobres”. De esta forma, se conformaron nuevos modos de ser “cultos”, se transformaron las identidades y los valores: en los noventa la elección educativa privada, la formación personal, pero quizá con otros énfasis, brindó una identidad de clase hacia un futuro que, lejos de ser promisorio, comenzaba a presentarse cada vez más excluyente. Por otro lado, este período se caracterizó por la emergencia de nuevos estilos de vida asociados al consumo de signos mundializados constituyendo identidades lábiles, nómades y blandas, basadas en una nueva temporalidad: la del mero presente⁴⁵.

Comentado [WT3]: Se puede completar la referencia de la nota al pie con el año del libro?

Ahora bien, se debe tener en cuenta que estos valores, códigos y prácticas, propios de los sectores beneficiados por las reformas estructurales, mostraron una gran capacidad para moldear el gusto y el consumo de las capas medias en su conjunto. La fortaleza que lució el universo de sentido conformado durante ese período proviene justamente de la capacidad que estos patrones (acordes a la globalización neoliberal, al modo de producción posfordista y a la sociedad del consumo mundializado) exhibieron para permear las representaciones y las conductas de sectores que se veían cada vez más perjudicados pero aun así se esforzaban para adaptarse (y adoptar) al nuevo *ethos* dominante y lograr mantenerse aferrados, al menos simbólicamente, a su ideal de clase.⁴⁶ Para resumir el marco político cultural de la década de

⁴⁵ Ver Ana Wortman, (2003) “Las clases medias y la cultura”, op. cit.

⁴⁶ Para analizar la relación establecida entre las clases medias argentinas y la cultura en los años noventa es posible incorporar a nuestro análisis las nociones de Bourdieu que estudian las relaciones establecidas entre el campo cultural, el económico y el de poder (campo simbólico). Para él, las clases sociales no pueden definirse únicamente sobre la base de una variable o una suma de variables (nivel de ingresos, nivel educativo, etcétera), sino por las relaciones que se establecen entre todas ellas. En este sentido, para Bourdieu las clases no se diferencian únicamente por su relación con la producción y con la propiedad de bienes, sino también por el consumo, es decir, por el modo de usar los bienes transmutándolos en signos. De esta forma, las estrategias desarrolladas por los diferentes grupos en el campo cultural producen efectos muy importantes tanto para su constitución como para su legitimación mediante la acumulación de poder simbólico. Por ejemplo, “la burguesía desplaza a un sistema conceptual de diferenciación y clasificación el origen de la distancia entre las clases. Coloca el resorte de la diferenciación social fuera de lo cotidiano, en lo simbólico y no en lo económico, en el consumo y no en la producción. Crea la ilusión de que las desigualdades no se deben a lo que se tiene, sino a lo que se es (...) los hechos culturales son consumidos a dos niveles: por el placer que proporcionan en sí mismos y

los noventa podemos retomar algunas conclusiones a las que se arribó (Wortman, 1997) acerca de los nuevos sentidos que adquirió la palabra cultura durante ese período. En efecto, los procesos de transformación social comenzados durante la última dictadura y profundizados en el menemismo condujeron a la privatización de la cultura. El avance del mercado hasta abarcar la mayoría de las relaciones sociales, sumado a la *massmediatización* de los consumos culturales produjeron un repliegue de los sujetos en el espacio privado. A partir de allí la relación con la cultura adoptó un carácter netamente individualista perdiendo toda referencia a la vida comunitaria y a los proyectos colectivos:

A través del discurso posmoderno asistimos a una verificación, el fracaso de uno de los valores fundamentales de la modernidad: la idea de la emancipación universal a través de la revolución, de un cambio radical. En todo caso asistimos a la instalación definitiva de la desigualdad. En la segmentación de los espacios urbanos habría un espacio de supuesta igualdad, que lo constituye el tránsito por los *shoppings*. Espacio del consumo por excelencia invita a todos los sectores sociales, sin distinción, a ver, observar, admirar lo que se puede y no se puede comprar, en todo caso lo que el mercado nos propone. Pero lo sintomático es que convoca a la gente para desear objetos de consumo, en general vinculados a la satisfacción de necesidades materiales, al confort privado. A través de este proceso, sostenemos como idea fuerza, que ha desaparecido un modo de concebir la cultura en relación con la política y los ideales. Se ha instituido un modo menos trágico de la cultura. Esta forma de presentación contemporánea de lo cultural expresa su desvinculación total de la política, de un discurso emancipador (Wortman, 1997: 80).

Así como se evidenció fuertemente la transformación de la relación de la sociedad argentina con la esfera cultural, no se debe soslayar cómo se dio en nuestro país el proceso de globalización cultural y qué manifestaciones tiene a nivel empresarial y urbano en estos últimos años.

En efecto, el proceso de globalización cultural ha incidido radicalmente en la conformación de nuevos imaginarios sociales y culturales, como también en las transformaciones de la dinámica del campo cultural y aparece como sumamente exitoso en el proceso de configurar una nueva hegemonía cultural⁴⁷. Según se desarrolló en otro trabajo con respecto a este tema:

En la reelaboración de Gramsci formulada por Williams, el concepto de hegemonía incluye y supera a los conceptos de cultura e ideología. La cultura sería el proceso total

por su capacidad de distinguirnos simbólicamente de otros sectores". Néstor García Canclini, "La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", en Bourdieu, 1990, pp. 25 y 28.

⁴⁷ Hemos trabajado sobre este tema en nuestra investigación condensada en el libro *Imágenes publicitarias, nuevos burgueses* (2004).

en el que los hombres definen y configuran sus vidas. A partir del uso de 'hegemonía', Gramsci introduce el tema de la desigualdad en la capacidad de los hombres para realizar este proceso. De este modo, la referencia al poder supera a una idea liviana de la cultura, tan arraigada en la actualidad, como argamasa que produce imaginarios sociales, introduciendo el problema de la subordinación y la dominación (Wortman, 2007: 53).

La propuesta de Williams también resulta muy productiva para analizar procesos de cambio cultural como al que asistimos en los años noventa. Williams entiende a la hegemonía como un proceso en movimiento, un proceso complejo efectivo de experiencias, relaciones y actos que tiene límites y presiones específicas y cambiantes, y no puede ser individual sino que siempre es desafiada, resistida y alterada por lo cual debe ser renovada, defendida y modificada. Por todo esto, una buena utilización del concepto requiere tener en cuenta los conceptos de contrahegemonía y hegemonía alternativa, ya que nunca es dominante de modo total o exclusivo. Desde esta perspectiva es posible abordar entonces nuevas formas de producción y consumo cultural emergentes en los años noventa. En ese sentido, Landi (2001) afirma que las características de la oferta cultural condicionan los estilos de apropiación y hasta parte de la interpretación que hacen los públicos de los bienes culturales en cuestión⁴⁸: hacer referencia a los consumos culturales en la Argentina hoy supone enmarcarlos en nuevos horizontes y patrones de acción social ya que son otras las producciones y presentaciones de los bienes culturales.

Entonces se puede afirmar que en las últimas tres décadas se produce, con un breve interregno de los años de la transición democrática, una sociedad crecientemente desigual como consecuencia de una distribución inequitativa del ingreso. Las clases medias se vuelven heterogéneas, se polarizan. Desde el punto de vista hegemónico y específicamente de la producción de hegemonía cultural, hay un sector proveniente de esas clases que se erige como modelo cultural y genera nuevos estilos de vida, nuevos *habitus* (Wortman, 2004).

Así se combinan como símbolo de esta nueva experiencia de la modernidad el culto a la tecnología con una vivencia social de estilo comunitario (Arizaga, 2005; Sassen, 2006; Bauman, 2005). Lo urbano cosmopolita característico de Buenos Aires como ciudad moderna asume otros significados con respecto al Buenos Aires de 1920 y 1960, según es descripta por

⁴⁸ Por ejemplo, la relación con el libro y la lectura se verá condicionada por la tendencia actual de la oferta de ciertas cadenas de librerías y supermercados, basada en la primacía de las novedades del momento y la venta por impulso y no por el catálogo y la calidad de los libros. Por otra parte, los nuevos complejos cinematográficos alteran el ritual del espectáculo del cine con estrategias y disposiciones espaciales orientadas a vender no sólo la entrada sino también comidas y bebidas, en salas con butacas preparadas para tal efecto (Landi, 2001).

Sebreli (2003). Aunque en todo caso asume otros sentidos con la patrimonialización histórica y el turismo cultural, la cultura como embellecimiento de la vida cotidiana. Es posible detectar que se genera otro tipo de cultura de la mezcla en la ciudad, si esta era la nota característica de Buenos Aires, al decir de Sarlo, con respecto al resto de las ciudades latinoamericanas. Lo cultural es apropiado por las políticas urbanas para recuperar zonas degradadas de la ciudad y así se convierten en históricas y consecuentemente en turísticas. En las zonas periurbanas, sí es posible encontrar la fragmentación social insistentemente aludida en la bibliografía sobre impacto de la globalización a nivel urbano. Allí es posible observar, al menos en el caso de Buenos Aires, zonas densamente homogéneas, de espacios cerrados, privados, privatizados, de estilo comunitario, lindantes a zonas sumergidas en la extrema pobreza. Afuera de los barrios privados se arrojan los excluidos, emblema de la incertidumbre, la inseguridad, la amenaza. Así, frente a la relación cultura-vida urbana, se construyen nuevas ficciones de felicidad, asociadas a la vida comunitaria y a los espacios verdes y cerrados.

El predominio del mercado en la regulación de la vida social tiene consecuencias profundas tanto en las identidades sociales como en la dinámica social en general. Según expresó García Raggio (1998: 18), la regulación por el mercado va más allá de ser un principio económico, produce específicas consecuencias sobre el mundo vital y al impulsar un individualismo agresivo representa una desarticulación de los núcleos más profundos donde se producen las solidaridades, se conforman los patrones de valores y se construyen las identidades. En los noventa se produce una negación de lo social y una exaltación de lo individual a partir del predominio del discurso del mercado. Esta negación de lo social se produce en un contexto de reafirmación de relaciones de dominación crecientemente desiguales y de la devaluación de la ciudadanía.

El discurso del mercado tuvo éxito en el mundo y de manera especial en la Argentina, en el marco del desmoronamiento de creencias que por alguna razón habían perdido fuerza en la creación de imaginarios. Si bien, como señala Bauman, este fenómeno supone una escisión entre economía y política, en nuestro país este discurso de exaltación de la globalización, de sus determinaciones y sus identificaciones con la modernización estuvo de la mano del discurso político que se volvió antipolítico; el eje pasó a ser la economía en detrimento del bienestar (Wortman, 2001).

Otra cuestión que se pone en escena en esta valorización del discurso del mercado, como señala De Ipola, es la tensión entre libertad e igualdad, cuestión que retoma De Tocqueville. Siguiendo a De Ipola (1998: 51), la sociología no es única, no hay un discurso sociológico, hay varios y van adoptando distintas miradas y perspectivas, también atravesados por miradas político-ideológicas, etcétera. Por ejemplo dice que esta mirada “se muestra lúcida y desgarrada” en Weber, debido a lo que Giddens llama la “antinomía trágica” del mundo moderno, la encrucijada entre los valores de igualdad social por un lado y de libertad individual por el otro.

El discurso sobre las comunicaciones como modo de acceso al mundo tuvo un notable éxito en nuestro país, aunque atraviesa el mundo entero. Para Bauman es el discurso de la puerta a un grado de libertad nuevo e inaudito. Sin embargo, cada vez menos personas tienen el pase para franquearla.

Una de las preocupaciones centrales de Bauman, entre otros, consiste en la transformación de las formas de la modernidad, en el marco del afianzamiento del capitalismo. Entre las distintas dimensiones que definen la modernidad, una muy importante está referida a las formas en que se representa el poder. Michel Foucault usó el diseño del panóptico de Bentham como archimetáfora del poder moderno. Desde esa perspectiva, el fin del panóptico inaugura la era del fin del compromiso mutuo. La desintegración de la trama social y el desmoronamiento de las agencias de acción colectiva suelen señalarse con gran ansiedad y justificarse como efecto colateral. No debe haber trabas para que el poder fluya.

Liberar a la gente de toda sujeción puede volverla indiferente como lo sospechaba Tocqueville. El ciudadano es una persona inclinada a procurar su propio bienestar a través del bienestar de la ciudad. El individuo tiende a la pasividad, el escepticismo y la desconfianza hacia la causa común. Lo público se encuentra colonizado por lo privado. Ante la sociedad individualizada, el individuo experimenta una desesperada necesidad de interconectarse.

7.1 En torno a la subjetividad: del hombre ilustrado al hombre electrónico

Por otra parte, en este contexto social se producen transformaciones de los modos de pensar lo social y del pensar en general. Existe un conjunto de producciones intelectuales que apuntan a poner el eje en la necesidad de construir nuevas categorías que den cuenta de

nuevas lógicas, porque también habría cambiado cierta racionalidad social según señalaba más arriba (Hopenhayn, 1991, 1999; Warley, 1993).

Para ello abordaré la emergencia de nuevos fenómenos que han atravesado la sociedad argentina en el plano de las representaciones y las prácticas como es el caso de la televisión. Me pregunto acerca de las posibles relaciones entre el interés creciente por la televisión en la sociedad argentina, y su impacto, en el contexto del dominio del mercado. ¿Qué lugar ocupan los medios de comunicación en esta transformación del sentido?

En los últimos años, una parte importante de la literatura en ciencias sociales y en filosofía destaca el impacto que esta mutación ha tenido en la conformación de los sujetos. Mucho se ha escrito en torno a la conformación de un sujeto posmoderno. Jameson, a mi entender, es el autor más significativo y productivo para comprender este nuevo clima epocal. Algo ha cambiado en el plano de las estructuras de sentimiento que impide que sea posible volver a la situación anterior. Me pregunto ¿por qué es impensable un partido con la organización y la estética del comunista, una huelga obrera, como las emergentes en la década del veinte, una movilización popular como la que se produjo en Chile en épocas de Allende? Siguiendo a [Jameson \(1996\)](#) y a Lash (1997a), la expansión del capitalismo a todas las esferas de la vida social entorpecería la emergencia de impulsos de cambio, impulsos de autonomía. Al no existir nada distinto después del Muro de Berlín, hoy inexistente, ningún pensamiento alternativo podría ser pensado. Así, el discurso único es el que sostiene al capitalismo, el discurso de la sociedad de consumo. Nada de un pensamiento alternativo parecería haber quedado en pie. Sólo podríamos asumir una mirada negativa y desesperanzada, ya que serían pocos los ámbitos de conflicto desde donde construir formas de acción colectiva. Cierta triunfalismo histórico asumió la defensa del capitalismo.

Asimismo, constituye un lugar común el énfasis que se deposita en la importancia que han asumido los medios de comunicación en la conformación de un entorno simbólico nuevo (Castells, 1999). Al decir de Lash (1998), no tiene sentido sostener una crítica discursiva y literaria como la encarnada por la modernidad crítica en el predominio de un entorno simbólico icónico. Este tema forma parte del aporte hecho en el marco de las discusiones sobre la crisis de la modernidad, la hipermodernidad o la denominada posmodernidad.

Surgen entonces las siguientes preguntas: ¿son imposibles las formas de acción

colectiva en un contexto de desintegración de identidades fuertes? ¿Qué tipo de luchas son posibles cuando se han roto solidaridades? ¿Qué tipo de identidades se construyen ahora? ¿Se puede vivir sin imaginarios? ¿Si aún existen, desde dónde se construyen? Ya no es el Estado Nación el que promueve imaginarios a través de las formas de socialización de las instituciones disciplinadoras como fue fundamentalmente la escuela, luego la familia y las religiones. Entonces ¿son sólo los medios los que en la sociedad de consumo promueven sentidos de la acción, imaginarios? ¿Es posible hacer esta afirmación? ¿Qué tipos de lazos sociales se forman cuando el mercado atraviesa los tipos de acción y los medios constituyen el entorno simbólico dominante? ¿De qué manera se manifiesta la política? ¿Será el clima globalizador en el que viven las nuevas generaciones desde donde se construyen otras ideas fuerza para la acción? En ese caso los medios no generarían respuestas unidireccionales como cierta línea de pensamiento sostiene.

Si bien las formas de acción colectiva de crítica al orden social y económico son fragmentarias y parecen débiles, se puede constatar que emergen otras cuya lógica habrá que dilucidar. El predominio del mercado es una de las formas posibles. Las relaciones sociales, los conflictos y las contradicciones hacen surgir nuevos vínculos, que asumen otra forma de lo político distinta a la de la modernidad estatal.

La expansión de lo comunicacional en la Argentina de los noventa se puede abordar desde la perspectiva de la crisis del Estado Nación que asume una determinada forma con el imperio del mercado en las relaciones sociales a partir de la política económica promovida por el menemismo. Asimismo, estas transformaciones coyunturales se articulan con un proceso más a largo plazo relacionado con la crisis de las instituciones de la modernidad occidental en el contexto de la sociedad argentina. A partir de esta caracterización nos interesa analizar de qué manera estos procesos han incidido en la conformación de estructuras de sentimientos e imaginarios, los cuales comenzaron a caer y/o convivir con otros emergentes en los últimos años. Aquí me interesa desarrollar un aspecto no tenido en cuenta anteriormente sobre la década pasada, que es el cambio en las formas de pensar y el modo de la crisis del hombre ilustrado como paradigma de subjetividad. Sostengo que es en esta crisis donde se asienta el peso de la televisión en el universo de las personas.

¿Qué clase de subjetividad emerge en la conjunción mercado y televisión? ¿Cómo pensar estas nuevas formas de construcción del sujeto? Junto con Lewkowicz observo el

desvanecimiento del Estado como instancia determinante de la vida social y también sus consecuencias en torno de las instituciones, como la exclusión, el mercado, la invención de estrategias de pensamiento y subjetivación ligadas a las nuevas condiciones (Lewkowicz y otros, 2003: 21).

Al decir de este autor, los medios conectan pero no establecen lazos. Esta omnipresencia se vincula estrechamente con la lógica del predominio de la sociedad de consumo y la existencia de un creciente proceso de individualización de la sociedad. Bauman afirma que el predominio del consumo impone la lógica del goce individual, no promueve el lazo social.

En la modernidad cultural producida centralmente en el marco del capitalismo industrial, las clases medias en ascenso adoptaban los valores de la burguesía como el paradigma del hombre ilustrado, conocedor del mundo. Ese paradigma estuvo muy presente en nuestra sociedad y dada la situación conflictiva en la cual se situó el campo cultural a lo largo del siglo XX, este fue sucesivamente impugnado por su vinculación política. Con el golpe del '76, cierta democratización de la cultura ilustrada que existía en la sociedad argentina, en particular en las zonas más urbanizadas, se fue debilitando y paralelamente se fue introduciendo con una fuerza arrolladora una cultura electrónica desplegada en el espacio privado, elitizando la cultura ilustrada.

Si bien en la Argentina la crisis del paradigma del hombre ilustrado coincide trágicamente con la persecución de los productores culturales (esto es, de la cultura en diferentes planos de la vida social), en el mundo occidental esta crisis se asocia a la crisis del pensamiento de la modernidad. Me parece importante señalar esto porque muchas veces se asume como propias de nuestros países, crisis que si bien nos atraviesan responden a situaciones externas que adoptan otra significación según el contexto político. La llamada posmodernidad cuestiona el pensamiento de la ilustración, ya que se funda en otra concepción del hombre. Vattimo (1990), entre otros, es en ese sentido un exponente de esa crítica al hombre ilustrado, europeo y colonialista. Su aporte me parece interesante para pensar este pasaje del hombre ilustrado al hombre *massmediático*, y las nuevas formas de construcción de la subjetividad en un contexto de desfundamiento del Estado Nación y sus instituciones y presencia de los medios en una sociedad regida por las leyes del mercado. En ese sentido afirma que no hay un curso unitario de las vicisitudes humanas, tampoco podrá sostenerse que

estas avancen hacia un fin, que efectúen un plan racional de mejoras, educación y emancipación. Así como se ha hecho extensivo el uso del término *identidad* en el ámbito de las ciencias sociales, lo mismo ocurre con el término *subjetivo* o *subjetividad*. Este, que deriva de la filosofía y de la psicología/psicoanálisis, las ciencias sociales lo adoptan al prestar más atención a los individuos en un contexto de debilitamiento de las estructuras sociales y del peso de las instituciones⁴⁹. Incluyo aquí una aproximación:

La investigación de la subjetividad consiste básicamente en la interrogación de los sentidos, las significaciones y los valores, éticos y morales, que produce una determinada cultura, su forma de apropiación por los individuos y la orientación que efectúan sobre sus acciones prácticas. No existe una subjetividad que pueda aislarse de la cultura y la vida social, ni tampoco existe una cultura que pueda aislarse de la subjetividad que la sostiene. Esta mutua determinación –en verdad, mutua producción– debe ser nuestro punto de arranque, ya que la subjetividad es cultura singularizada tanto como la cultura es subjetividad (objetivizada en los productos de la cultura, las formas de intercambio y las relaciones sociales concretas que la sostienen, pero también en las significaciones y los sentidos que organizan la producción cultural) (Galende, 1998: 75⁵⁰).

En términos de cambios de la subjetividad occidental, Vattimo afirma que la modernidad regía el curso de los acontecimientos a partir del punto de vista de un determinado ideal del hombre, hoy profundamente cuestionado. Los ilustrados, Hegel, Marx, los positivistas y los historicistas de todo tipo, pensaban, más o menos de la misma manera, que el sentido de la historia estaba en la realización de la civilización, esto es: de la figura del hombre europeo moderno. El progreso se concebía sólo asumiendo como criterio un determinado ideal de hombre. Algo así como decir: “nosotros los europeos somos la forma mejor de humanidad, todo el curso de la historia se ordena en función de realizar, más o menos acabadamente, este ideal”. Se podría derivar entonces que el fin del hombre ilustrado, el fin de este ideal es insostenible con el advenimiento de la llamada sociedad de la

⁴⁹ Galende menciona como un campo frecuentado el de los estudios sobre *Subjetividad y procesos sociales*, buscando ver la citada incidencia de las formas culturales de cada momento histórico sobre las características psíquicas de los sujetos. Si siempre se menciona, entre tantos otros ejemplos posibles, que la ética protestante formó el modelo de hombre adecuado (ordenado, frugal, avaro, etcétera) para la necesaria acumulación que posibilitó en la Europa central el auge de un capitalismo que ya estaba en desarrollo; y que la moral victoriana de fines del siglo XIX es la responsable de que la historia fuese el cuadro dominante de ese período; ahora se trata de ver las características subjetivas *concretas* que produce cada forma cultural *concreta*: en este momento el llamado modelo neoliberal, como antes debió hacerse con el nazismo, el fascismo, los “socialismos realmente existentes”, etcétera y con todas las experiencias pasadas, actuales y futuras. Lo que muchas veces no quiere hacerse, concientemente o no, porque el ver la psico(*pato*)logía resulta inevitablemente un cuestionamiento crítico de las formas sociales hegemónicas, como también de las ideas de “salud mental” y de “normalidad” dominantes.

⁵⁰ Ver más detalles en Subjetividad de Enrique Guinsberg, disponible en: <http://www.topia.com.ar/articulos/404-ginsberg.htm>

comunicación, una sociedad producida en lo imaginario y lo simbólico a través de la fuerza dominante de la televisión.

Siguiendo a este autor, en la actualidad estaríamos asistiendo a un proceso de liberación de las diferencias, lo cual no supone afirmar que no existen reglas, sino más bien el reconocimiento de pluralidades. Esta idea me permite abordar desde mi preocupación, la emergencia de una también pluralidad de modos y estilos de vida, visibles a través de una oferta diversificada del consumo y de los modos de presentación del arte.

Para el estudio de este nuevo paradigma de hombre electrónico es interesante utilizar los trabajos de **García Canclini (1995)** quien señala el surgimiento de un nuevo tipo de espectador, el espectador multimedia. Este espectador de nuevo tipo está atravesado por la experiencia de la pantalla televisiva, del uso de las tecnologías audiovisuales en el hogar (la computadora, entre ellas) y ahora Internet (García Canclini, 2007). Asimismo, la experiencia de consumir cine en el ámbito hogareño fomentó una sociabilidad de carácter doméstico, con una concentración débil en el *film*, permitiendo distracciones y realizar otras actividades mientras se sigue la narración.

No podemos soslayar en este proceso de transformaciones sociales y culturales, el peso que tienen las grandes cadenas norteamericanas en la distribución cinematográfica tanto en la exhibición de *films* en los *shoppings* como en la difusión de un casi único tipo de cine en las casas de videos barriales. Esto genera una circulación más equilibrada de lo que se exhibe en la ciudad, en contraste con lo que ocurre con los museos, librerías y teatros, la mayoría de los cuales se concentra en las capitales. También la diseminación de canales de TV y videoclubes por todo el país, con una programación homogénea diseñada monopólicamente, permite que los receptores de ciudades grandes y pequeñas tengan acceso casi al mismo repertorio cinematográfico. ¿Es posible afirmar que así como hay un pensamiento único, según afirman los críticos de los procesos homogeneizadores de la globalización, también se ha constituido un gusto único? Esta democratización igualitaria se acentúa porque quienes diseñan la programación televisiva y los catálogos de los videoclubes manejan una concepción de los gustos según la cual los habitantes de todo el país y todos los países se parecen. Las películas de mayor circulación son de origen estadounidense. Las culturas europeas con las que México y Argentina han tenido largos vínculos (sobre todo la española en el primer caso, así como las latinoamericanas, con las

que compartimos lengua, historia y proyectos políticos comunes), no suman ni el 10 % de la oferta cinematográfica en televisión y video. En la Argentina sólo de manera eventual, y fundamentalmente como acción directa de alguna secretaría de Estado, se pueden observar películas de otros orígenes⁵¹.

El espectador de cine, este invento con que se inició el siglo, está cambiando en la última década. Al indagar sobre cómo se forma el saber fílmico de los cinéfilos y videófilos⁵², 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 los cines 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, sugiere la presentación de la película en un presente sin memoria:

Habría una correspondencia, entonces, entre el auge de la acción espectacular y la fascinación por un presente sin memoria en el cine y la televisión con cierta visión anecdótica más que argumentativa en el discurso político y con una reelaboración del heroísmo político, construida precisamente a través de los medios, según la cual los líderes ostentan su poder no en los cambios estructurales de la historia sino en minirrelatos de virtuosidades ligadas al uso del cuerpo y el consumo (García Canclini, 1995:144).

Por otra parte, los videoclubes de México consideran sin interés los *films* con más de dieciocho meses, y para que perduren ese tiempo en exhibición deben dar un rédito excepcional: “Como esta encuesta comprueba, los nuevos consumidores de imágenes son adictos al ritmo y en menor medida a la trama” (García Canclini, 1995: 141).

Coincidente con esta novedosa forma de presentación del cine, se aprecia el éxito de las películas en las cuales se destaca una estética de la acción, fundamentalmente las americanas así como también una menor presencia pública de las películas de director y de una estética menos comercial.

Por su parte, González Requena, desde el psicoanálisis, sostiene que el discurso

⁵¹ Aquí cabe señalar situaciones puntuales como los Festivales Internacionales de Cine que tienen lugar en Buenos Aires cada dos años, los cuales tienen impacto de corto plazo, pero poco a largo plazo.

⁵² Estas observaciones son citadas en el libro antes mencionado de García Canclini (1996), basado en una investigación realizada en México sobre las características actuales de los públicos de cine.

televisivo dominante, producido a partir del predominio de la imagen, genera un sujeto de la enunciación vacío, en el cual nadie habla y sin embargo, el deseo del espectador es constantemente invocado (González Requena, 1992: 128). En esta identificación imaginaria nada circula, no hay intercambio simbólico (González Requena, 1992: 130). También es interesante el lugar en el que se ubica a la publicidad como parte de este reinado de la imagen.

Esta alusión a la crisis de lo simbólico, como emblema de la modernidad, aparece también en [Jameson \(1996\)](#) al referirse a la cultura posmoderna del capitalismo tardío como dominante cultural. La televisión primero y la computadora después, imponen un orden representacional donde impera la seducción y la fuerza de lo icónico en contraposición a la palabra. Esta forma se articula con la crisis de los dispositivos de la modernidad.

Como afirma [Lewkowicz \(2004\)](#), el dominio del mercado desarrolla una operatoria que no se funda en la articulación simbólica propia de las instituciones de la modernidad, sino en la conexión real, conexión aleatoria de la red mercantil. Asimismo, el dominio del mercado en la esfera social incide en otro plano de la producción subjetiva, ya que los sujetos del Estado Nación dejan de ser ciudadanos y se convierten en consumidores. En esta afirmación coinciden todos los analistas de la sociedad y la cultura contemporáneas, aunque a esta frase se le da distintas connotaciones, más o menos celebratorias o pesimistas, en relación con el término *consumo*.

En efecto, sociólogos británicos como [Morley \(1996\)](#) y Silverstone (1990), analizan la emergencia y la creciente presencia de la televisión en la vida cotidiana de las familias de clases medias en relación con la creciente privatización de la sociedad, a la luz de lo que significó el *thatcherismo* en la sociedad inglesa y de la omnipresencia de la sociedad de consumo. Siguiendo el análisis de Williams, en relación con la articulación que este autor establece entre emergencia de un determinado medio de comunicación y determinado tipo de sociedad, los autores en cuestión establecen un vínculo entre aislamiento social en el espacio privado y consolidación de una sociedad consumista y suburbanizada. La sociedad de consumo genera individuos, no sociedad, diría [Bauman \(2001a\)](#) parafraseando una célebre frase de Margaret Thatcher.

En la Argentina, si hasta ese momento la televisión era gratuita, a pesar de su carácter comercial, en esos años los argentinos comenzaron a pagar por la televisión, así como

también por la educación y la salud. La vida social y cultural en Argentina se privatizó y se convirtió en consumo. Gracias al desarrollo tecnológico, la llegada de la televisión por cable posibilitó, junto con el control remoto, una nueva conducta social: el *zapping*, práctica cotidiana que tuvo consecuencias en el modo de atención con respecto al producto cultural. La cotidianidad y abundancia que ofrece la TV por cable permitió a los argentinos mirar el mundo por la televisión en un contexto en el que viajar por el mundo también era posible. Esta nueva acción social dominante en la vida cotidiana –mirar la televisión– se sostuvo sobre un conjunto de procesos sociales que empujaron a la sociedad argentina a redimensionar el espacio privado. Asimismo, la renovación tecnológica no sólo posibilitó la expansión de la televisión a través del cable, sino que generó una imagen más renovada tanto desde el punto de vista de lo que la TV por cable difundía como desde lo que se consumía.

El modelo de estabilidad-convertibilidad que imperó durante el gobierno de Menem habilitó la existencia de un nuevo país en términos representacionales y cotidianos, ya que ante la desaparición de utopías en el horizonte social, se instaló el discurso imaginario de logros sociales a partir de la realización individual. Para aclarar a qué me refiero cuando hablo de representaciones, cito a Durkheim:

Las representaciones colectivas son el producto de una cooperación que se extiende no sólo en el espacio, sino también en el tiempo; para construirlas, una inmensa multitud de espíritus diferentes se han asociado, mezclado y combinado sus ideas y sus sentimientos; largas series de generaciones han acumulado allí su experiencia y su saber. Una intelectualidad muy especial, infinitamente más rica y más compleja que la del individuo se encuentra allí concentrada (Durkheim, 1968: 51 y 52).

Este mundo instituido de significaciones sociales (morales, técnicas, artísticas, mitológicas, etcétera) da cuerpo a un conjunto de representaciones colectivas que conforman el sistema cultural o la estructura simbólica en torno a la cual una sociedad genera sentido y produce identidad.

La satisfacción del consumo individual se instaló como una meta social aunque, es sabido, poco construye en términos de espacio público. La vida cotidiana de los argentinos se constituyó en torno al placer individual estimulado a través de lo que Bauman denomina la estética del consumo. Desde la televisión, así como también en el modo en que se fue configurando la vida urbana, se impulsó un estilo de vida fundado en la satisfacción consumista, mientras se destruía el aparato productivo, y en consecuencia miles de puestos de trabajo. La consagración de la sociedad de consumo como hecho material y simbólico puso un

velo sobre el creciente proceso de empobrecimiento del conjunto de la sociedad e inhibió la construcción de ideales colectivos.

En este universo se puede entender el gusto que despertó en el conjunto de la sociedad el mirar la televisión, acceder a mundos otrora exclusivos a las clases dominantes. Ahora las clases dominantes se mostraban en la televisión y determinaban qué era “fashion” y qué no. Tampoco existía más la división burguesa entre lo público y lo privado (Feijóo, 2001). La dominación de este nuevo capitalismo financiero se funda en el consumo conspicuo y en la admiración de la riqueza del otro como valor dominante en la vida de los individuos. Accedimos al consumo a través de la pantalla del televisor, y si este televisor era más sofisticado, todo se hacía más real y más imposible al mismo tiempo.

¿De qué manera un nuevo clima de época que se vislumbra en “la década de los noventa” produce nuevas formas de representar la realidad? ¿A qué se refiere Lewkowicz (2004) cuando presenta el concepto de subjetividad *massmediática*? En este punto pienso que el debate sobre el postmodernismo, como nuevo régimen de significación, y la conformación de nuevas racionalidades a partir del predominio cultural de los medios electrónicos, aporta elementos para responder a estas preocupaciones. Para ello incluyo aquí las reflexiones de Lash (1997) y luego las que produjo con el economista John Urry (1998) en torno a las formas de representación características de las sociedades del capitalismo tardío en el orden cultural, a partir del predominio de la industria cultural.

Las observaciones que hace Lash en relación con el debate sobre la posmodernidad resultan útiles para entender la significación contemporánea de los medios de comunicación en las formas de representar lo social. Scott Lash (1997a) se propone definir al posmodernismo en términos de un nuevo paradigma cultural y de regímenes de significación. Luego de identificar el modernismo con los procesos de diferenciación de esferas –moral, artística, religiosa–, siguiendo a Weber y Habermas (1981), define al posmodernismo como un proceso de desdiferenciación (por ejemplo entre la literatura y la crítica; el teatro y el consumo, incluyendo al público en las representaciones teatrales, etcétera). Pero señala que lo que define esencialmente al posmodernismo es el modo de representación; y es aquí donde llama la atención el vínculo social con la televisión. El modernismo había diferenciado los roles del significante, el significado y el referente. La posmodernización problematiza estas distinciones, en particular el estatuto y la relación entre significante y referente o, en otras

palabras, representación y realidad. En primer lugar se observa un crecimiento de la significación a través de imágenes y no de palabras. Se habla de desdiferenciación ya que las imágenes se parecen más a los referentes que las palabras. Es decir, nuestra vida cotidiana está invadida por una realidad –la televisión, los avisos, el video, la informatización– que cada vez más está compuesta de representaciones. Esta invasión del espacio del significante por el referente, y la invasión del lugar del referente por el del significante, es el tema deliberado de las pantallas de Andy Warhol (Jameson, 1996), las cuales parecen constituir un retorno al realismo. Sin embargo, el objeto real representado es en sí mismo una imagen.

El punto es, como afirma Lash, que vivimos en una sociedad en la que nuestra percepción se dirige casi con tanta frecuencia a las representaciones como a la realidad. Nuestra percepción de la realidad se produce cada vez más por estas representaciones, si así podemos llamar a las imágenes. En el modernismo, la preocupación está dirigida al desnudamiento del recurso, a las formas de representar. En el posmodernismo, el problema en cuestión es la realidad misma. Si la cultura moderna cuestionaba la identidad burguesa, en un momento de auge y presencia de la clase obrera, la cultura posmoderna supone la restauración de dicha identidad: son las nuevas clases medias posindustriales, con sus bases en la educación media y alta, en las finanzas y la publicidad, en el comercio y los intercambios internacionales, las que conforman el público de la cultura posmoderna.

Así, Lash va a distinguir entre modernidad y posmodernidad a partir del predominio de la palabra en la primera y de la imagen en la segunda. Dada la expansión de la imagen, los significados que circulan en el mundo contemporáneo adoptan una representación figural (1997: 220). La representación discursiva, característica de la cultura moderna, tiene las siguientes particularidades: 1) pone el énfasis en las palabras por sobre las imágenes; 2) valora las cualidades formales de los objetos culturales; 3) promulga una visión racionalista de la cultura; 4) atribuye una importancia crucial a los sentidos de los textos culturales; 5) da cuenta de una sensibilidad del yo y no tanto del ello, y 6) opera a través de un distanciamiento del espectador respecto del objeto cultural. Por el contrario, la representación figural se manifiesta de la siguiente manera: 1) constituye una sensibilidad más visual que literaria; 2) desvaloriza los formalismos y yuxtapone los significantes, tomándolos de las trivialidades de la vida cotidiana; 3) se opone a las concepciones racionalistas y/o didácticas de la cultura; 4) no se pregunta qué significa un texto cultural sino qué hace; 5) en términos freudianos, propone la extensión del proceso primario al dominio cultural, y 6) opera a través de la

inmersión del espectador, de la investidura relativamente inmediata de su deseo en el objeto cultural.

En esta misma línea, pero incorporando en forma más destacada la dimensión económica, Lash y Urry (1998) pretenden superar el concepto de reflexividad cognitiva propuesto por Giddens y Beck (citado por Lash y Urry, 1998), a partir de enfatizar en el capitalismo posfordista una dimensión de carácter emocional estético referida a las formas de la subjetividad posmoderna. Afirman estos autores que el elemento estético es central en la llamada condición posmoderna. Si la modernidad estética se tornó autorreferencial en el siglo XIX, una reflexividad estética, en el sentido de la alegoría y el símbolo como fuentes de la persona en la vida cotidiana, constituye más bien un fenómeno del siglo XX. Estas ideas mantienen cierta consistencia con la noción de Featherstone de la estetización de la vida cotidiana. Si bien coinciden en la difusión de un saber lego sobre la ciencia y el ambiente, Lash y Urry incorporan nuevos sistemas expertos de resultados en la dimensión estético subjetiva para pensar la reflexividad, tales como *films*, televisión, poesías, viajes y la pintura como mediadores en la regulación reflexiva.

Asimismo, en este nuevo conocimiento de la realidad, los objetos culturales ya no son representaciones sino que se han vuelto inmanentes como objetos entre otros que circulan en las estructuras de la información y la comunicación. Estos pasan a integrar la realidad de la vida cotidiana. Esta idea de un juicio que opera según universales no mediados o concretos es un tema implícito en Bourdieu, sobre la base de los aportes de Durkheim y Mauss. Ello se debe a que esas categorías de lo clasificatorio corresponden a un nivel muy bajo de mediación. Por el contrario, categorías muy mediadas son aquellas vaciadas y abstractas. Cuando tienen un nivel más bajo de mediación, las categorías son más concretas, están más arraigadas en un lugar, en lo particular. Fue muy importante, señalan Lash y Urry, el distingo de Kant entre tres tipos de juicio. Los juicios cognitivos y morales presuponían subsumir un caso particular en una categoría universal. Pero en los juicios estéticos se subsume algo particular bajo otro particular, que sin embargo tenía referencia universal. El juicio estético es el menos mediado de los universales. En términos de reflexividad cognitiva, Lash y Urry se proponen demostrar que es insuficiente hablar de esta en el capitalismo tardío si sólo la remitimos a su carácter cognitivo. En la modernidad tardía la reflexividad estética ha llegado a penetrar los procesos sociales (Lash y Urry, 1998: 82). Esta conclusión lleva a los autores a reflexionar en torno a cómo han cambiado nuestras formas de percepción.

El predominio social de los productos de la industria cultural ha modificado las formas de percepción, sumado esto a las transformaciones sociales del siglo XX en términos de nociones de tiempo y espacio. La cultura popular de masas o internacional popular como la denomina Ortiz (1994) está presente, lo impregna todo, pero no es objeto de un juicio, no es objeto de asentimiento o de rechazo. Esta cultura socializa a los individuos a la manera de un *habitus* irreflexivo, relativamente inmediato, les dice a ellos quiénes son, les genera una identidad.

Lash y Urry sostienen que sólo con la aminorada importancia de las estructuras sociales y su desplazamiento parcial por las estructuras de la información y la comunicación, se vuelve posible la estetización de la vida cotidiana. La sociedad es reemplazada por redes de comunicación atomizantes que forman nichos de mercado y producen estilos de vida. Son estas redes y esta cultura popular de masas las que producen subjetividad.

Pienso también que el análisis de Benjamín en torno al significado de la emergencia del cine en la historia del arte occidental, y el nuevo tipo de vínculo que establece el espectador con el *film*, contribuye a reflexionar acerca de la necesidad de construir nuevos modos de abordar lo social, ya que a lo largo del siglo XX y con el predominio de la imagen se han transformado radicalmente las formas de pensar y de representar la realidad.

La aparición del cine forma parte de la historia de esta transformación en la producción de identidades. Constituye un primer rasgo del cambio en las formas de representación de lo real, donde se combinan lo discursivo y lo icónico. Benjamín concebía que la emergencia del cine supondría una transformación radical de las formas de producción artísticas así como de las formas de recepción. En el siglo XX nos encontramos con un nuevo tipo de espectador, un espectador que se dispersa, que manifiesta otra actitud frente a la obra de arte clásica que demandaba una actitud contemplativa. La transformación del arte del siglo XX, a partir de la emergencia de la cámara, adjudicaba al cine cierta potencialidad revolucionaria en cuanto al tipo de vínculo de los sujetos con el arte en el sentido de apropiarse de la cultura en forma más dispersa que la propuesta por las bellas artes, las cuales demandaban una profunda concentración y una actitud distante y silenciosa. La dispersión acerca de la cual reflexiona Benjamín, llega a sus puntos más culmines con los nuevos medios de comunicación, en este caso la televisión. Ya no sería el paradigma del hombre ilustrado el

que sostiene estas nuevas prácticas sociales emergentes.

Tener en cuenta estos aportes, permite pensar el significado de la televisión en la vida cotidiana. Por eso, por un lado se han descrito algunos rasgos de estos cambios de época. Este tema lo he desarrollado en un artículo escrito hace una década sobre imaginarios televisivos juveniles (Wortman, 1996).

7.2 La cuestión de la globalización cultural

A medida que el espacio mundo se fue ampliando, como consecuencia del acrecentamiento de los intercambios económicos y del desarrollo científico, los sujetos de la modernidad están vinculados más diversamente a distintos territorios. Se podría afirmar que con la modernidad cambia esencialmente la idea y la percepción de lo que es el mundo, los sujetos comienzan a pensarse en espacios más vastos, de ahí que se impone la idea de universalidad, en particular en el mundo occidental. Sin embargo, es a partir del desarrollo sin precedentes de las comunicaciones y de lo que Castells (1996) da en llamar sociedad de la información, o Lash y Urry (1998) economías de signos y espacios (aunque más referido a los procesos del Primer Mundo), cuando estos conceptos se modifican sin retorno. El aporte del sociólogo catalán es importante en ese sentido porque invita a pensar la sociedad y la política, los conflictos socioculturales y los movimientos sociales en otros términos, con una mirada que recoge el impacto transformador que supone la irradiación de la informática al conjunto de la población. Esta nueva lógica que impone un nuevo signo de época de los procesos contemporáneos no implica desconocer cómo el desarrollo tecnológico acompaña la conformación de sociedades crecientemente desiguales. Por otra parte, Castells no deja de señalar la emergencia de nuevas contradicciones a partir de esta tecnología crecientemente renovada.

Hans-Dieter Evers (1997), en un análisis sobre el significado cultural de la globalización de los mercados, aporta en la dirección que estoy desarrollando. Así, esta forma de globalización está vinculada con la emergencia de una nueva formación social y un nuevo actor social, con el auge de un estrato transnacional de directores de empresas multinacionales, consultores y expertos internacionales que la socióloga londinense Leslie Sklair (2003) denomina clase transnacional. En su libro *Sociología del sistema global*, la autora se propone redefinir los conceptos clásicos de la sociología en virtud de los nuevos

procesos del capitalismo actual. En ese sentido, ya no podríamos hablar de ideología, y menos aun de ideología de las clases dominantes, ya que las relaciones de dominación y de reproducción del sistema capitalista se han transformado sustancialmente en el marco de los procesos de globalización.

En este contexto la autora desarrolla el concepto de ideología cultural del consumismo para dar cuenta del comportamiento que caracteriza a las masas empobrecidas en el marco del nuevo capitalismo y el impacto que tiene la publicidad en la vida cotidiana de las personas como una nueva manifestación de la ideología capitalista. Como señala Bauman (2001: 83), la creación permanente de necesidades a través de la publicidad ocupa hoy el lugar de la regulación normativa de la sociedad moderna ya que reemplaza el adoctrinamiento ideológico y la seducción sustituye a la coacción y al mantenimiento del orden. Se podría decir que el grueso de la población es integrado en la sociedad en el papel de consumidores, ya no de productores. La cuestión que revela estas nuevas formas de la ideología es que las clases en el marco de los procesos de globalización contemporáneos no son nacionales como fueron pensadas a partir de la teoría marxista⁵³. Así, esta autora propone el término de clase capitalista transnacional para pensar las nuevas formas de dominación y por lo tanto quiénes son los sujetos emergentes que la componen.

Para Sklair, la clase capitalista transnacional no está formada por capitalistas en el sentido marxista tradicional. La propiedad o el control directo de los medios de producción ya no es el criterio exclusivo de lo que sirve a los intereses del capital, particularmente no a sus intereses globales. Entonces, la burguesía administrativa internacional incluye la elite empresarial, los gerentes de sociedades, los funcionarios de mayor rango, líderes políticos, profesionales universitarios (Sklair, 2003: 93). En consecuencia, esta clase es global en tres sentidos. Sus miembros tienden a tener perspectivas globales y no locales en una variedad de cuestiones, suelen ser personas provenientes de muchos países y que cada vez más comienzan a pensarse como ciudadanos del mundo, tendiendo a compartir estilos de vida similares.

Por su parte, **Mato (2001)** propone recuperar la noción de actor social en un clima de época atravesado por el imaginario de la globalización y la emergencia de nuevas prácticas en

⁵³ Digo a partir de la teoría marxista, ya que es ampliamente sabido que Marx no desarrolló explícitamente una teoría marxista de las clases; sí, en todo caso, analizó profundamente la dinámica de la burguesía y su relación dialéctica con el proletariado, pero poco dice de la pequeña burguesía y de otras fracciones posteriormente analizadas en la complejización de la sociedad capitalista actual.

el marco de instituciones transnacionales que suponen la presencia de una sociedad civil global. Así, a partir de las prácticas de los actores sociales en juego, en sus nuevos ámbitos finitos de sentido, al decir de Schutz, se pueden comprender nuevos procesos socioculturales y redefinir en consecuencia conceptos tradicionales de las ciencias sociales. Ante estos nuevos análisis, la noción de campo cultural como inicialmente fue desarrollada también resultaría insuficiente para pensar la dinámica de la producción y el consumo cultural en las sociedades contemporáneas, tanto desarrolladas como subdesarrolladas. En un contexto de creciente expansión de la industria cultural en la producción, difusión y los públicos de los productos artísticos, fuertemente mercantilizados, se impone una nueva mirada sobre estos conceptos.

Bourdieu (1967) desarrolla el concepto de campo intelectual y campo artístico en relación con la modernidad y como expresión central de esta. También Habermas (1994) desde otra perspectiva conceptual otorga especial importancia a la emergencia de la esfera artística como expresión de la modernidad a partir de la aparición del juicio autónomo, del experto, cuyo fundamento es la razón misma.

En Bourdieu, el concepto de campo proviene de la economía, aunque Bourdieu no se identificaría con un marxismo vulgar que establece lo económico como determinante del resto de los campos o esferas. Bourdieu (Gutiérrez, 1990) utiliza la estructura de la dinámica económica para pensar la lógica específica de los campos, que él denomina economía de las prácticas. Desde esta perspectiva la configuración del campo cultural supone la existencia de un capital y de relaciones en lucha por la apropiación de ese capital. En ese sentido, Bourdieu se aproxima a Weber al pensar las relaciones sociales en términos de relaciones de dominación. En efecto, las relaciones sociales que se establecen al interior del campo artístico e intelectual son relaciones de poder entre artistas, difusores y público que se dan en un mercado. Para entender las relaciones entre estos actores del campo es clave entender el concepto de legitimidad cultural. A diferencia de otros campos, el campo cultural es el que más depende de la imagen que los actores tienen entre sí y con relación a otros. La legitimidad se establece en torno a una jerarquía de productores culturales, lo cual no se identifica con la legalidad sino con ciertas normas internas que imponen el reconocimiento.

Si se quiere repensar esta categoría en tiempos de globalización, se pueden retomar las palabras de Bourdieu:

La historia de la vida intelectual y artística de las sociedades europeas puede ser comprendida como la historia de las transformaciones de la función del sistema de producción de los bienes simbólicos y de la estructura misma de esos bienes, que son correlativas de la constitución progresiva de un campo intelectual y artístico, es decir de la autonomización progresiva del sistema de las relaciones de producción, de circulación y consumo de bienes simbólicos. (...) en efecto, a medida que un campo intelectual y artístico tiende a constituirse, definiéndose por oposición a todas las instancias que pueden pretender legislar en materia de bienes simbólicos, las funciones objetivamente impartidas a los diferentes grupos de intelectuales o de artistas en función de la posición que ocupan en ese sistema relativamente autónomo de relaciones objetivas, tienden siempre más a devenir el principio unificador y generador de sus tomas de posición y el principio de la transformación en el curso del tiempo, de esas tomas de posición (Bourdieu, 1971: 85).

Un concepto clave de la conformación del campo cultural, entonces, es el de autonomización creciente, aunque Bourdieu también habla de relatividad.

Un señalamiento sugerente de Andreas Huyssen (2002, 56), tanto a la mirada de Adorno como a la de Habermas, es que esta reivindicación moderna en torno a la emergencia de la autonomía de la esfera cultural se sostiene en el marco del crecimiento de la economía capitalista y de los mercados de la cultura, esto es del arte como mercancía, lo cual termina siendo una paradoja.

Si la modernidad es la marca de origen del campo cultural y el más emblemático, la posmodernidad debe hacernos repensar este concepto.

7.2.1 Redefinición del concepto de campo cultural a la luz de procesos de globalización cultural

Específicamente pretendo problematizar el concepto de campo cultural desarrollado por Bourdieu. Si bien esta categoría de análisis se ha revelado de suma utilidad para comprender cierto espacio social en el cual se establecen relaciones de asociación y de lucha entre productores culturales⁵⁴, difusores y público por la apropiación del capital cultural, de

⁵⁴ Dada la gran cantidad de interpretaciones que en particular en los últimos tiempos han surgido en torno al término cultura, derivadas de luchas al interior de las disciplinas en las cuales no voy a entrar aquí, me interesa señalar que en este caso estoy haciendo referencia a todos aquellos productos que socialmente se consideran arte, en todas sus jerarquías, y se someten a distintas reglas de legitimación en un espacio determinado. A partir de la existencia del arte moderno, post vanguardias, ya no se habla más de bellas artes, a pesar de que reconozcamos las jerarquías. He desarrollado esta cuestión en una nota al pie de mi artículo "Vaivenes del campo político cultural en la Argentina" en Mato (2002). Allí reflexiono sobre la cultura en términos de campo cultural y/o de campo intelectual, como espacio específico de producción de bienes culturales así como de discursos, donde la función simbólica prevalece. Williams (1980) diferencia en el término cultura los dos sentidos más usuales: por

un saber y unas prácticas en disputa, creo que la misma necesita una revisión a la luz de los llamados procesos de globalización (Mato, 2001).

Me apoyo en la elaboración de este punto en aportes de los llamados estudios culturales, como investigaciones recientes sobre las industrias culturales en el marco de procesos de integración regional, del ámbito artístico y de las ciencias sociales los cuales brindan elementos para una redefinición y ampliación de estos conceptos a la luz de los nuevos procesos de globalización contemporáneos y del modo cómo los actores sociales, en este caso, los involucrados en la dinámica del llamado campo artístico e intelectual, están atravesados por una nueva conciencia de la globalización que incide en las formas de construcción de lógicas y saberes.

Si hay un rasgo significativo de la llamada globalización, es la ampliación y diversificación de los mercados, lo que obviamente debe incidir en las formas de producción, distribución, circulación y consumo de los bienes simbólicos.

Según Jameson (1996) y luego Lash (1997), el capitalismo posfordista se caracteriza por expandir la dimensión cultural al conjunto de la sociedad: ya todo es cultural, la economía es cultural, la política es cultural, etcétera. El valor signo se impone en todas las esferas de lo social y modifica las pautas de organización social y económica. Esta diseminación de lo cultural al resto de la sociedad hace que Lash denomine a la posmodernidad como un nuevo régimen de significación, que se caracterizaría por la desdiferenciación de esferas en los términos que habían sido planteados por Weber y Habermas. Si entonces el campo cultural ya no está diferenciado del resto de los campos como lo estaba en la modernidad, esto supone

un lado, la cultura como modo de vida, según la define la antropología norteamericana; y por otro lado, la cultura en relación con los productores culturales, quienes serían tanto los intelectuales como los artistas. En este trabajo dejaría de lado la primera acepción propuesta por Williams y me centraría sobre todo en la segunda. Sin embargo, cuando en el artículo antes mencionado me refiero a lo político cultural, señalo cómo la acción política, así como la existencia de determinado orden político, produce representaciones e imaginarios sociales que inciden en el plano de lo simbólico social, en la generación de un *ethos* epocal que penetra en las prácticas de la vida cotidiana. Así es cómo me interesa un campo material de la cultura en términos de productores y productos culturales y un plano simbólico que incidiría en la orientación de la acción social. En el primer caso, la teoría de los campos de Bourdieu para delimitar esferas de sociedades complejas resulta muy útil para focalizar un aspecto de la cultura (se deja de lado la cultura en términos de culturas diversas vinculadas a orígenes étnicos). En relación con el plano simbólico de lo social, es preciso señalar que este no es igual para todos. Allí recurriré al concepto de hegemonía cultural, en el sentido en que lo plantea primero Gramsci y luego retoma Williams. También Backzko cuando desarrolla el concepto de imaginarios sociales hace referencia al poder hegemónico y cuanto la vivencia de un *ethos* epocal tiene que ver con determinadas relaciones de dominación.

una reformulación de las relaciones de dominación en la llamada sociedad de la información.

¿Cómo afectaría al análisis de las relaciones sociales en términos de campo, y específicamente del campo cultural, la creciente desdiferenciación de esferas que plantea Lash? Ya los bienes simbólicos no son producidos exclusivamente por los intelectuales y los artistas, entendidos estos en sentido clásico. Con el desarrollo de la informática, y en particular con la difusión del diseño a todos los planos de la vida social, teniendo en cuenta la emergencia de lo que se da en llamar trabajadores simbólicos, se produce una diseminación de estos bienes por fuera del campo. Podríamos incluir aquí a diseñadores gráficos, diseñadores de páginas *web*, diseñadores de objetos, publicistas, etcétera. La presencia de estos nuevos trabajadores, los profesionales del “design”, como los denomina Featherstone (1990), otorgan un plus a los objetos en general y a los productos ya simbólicos en particular, los cuales inciden en la perspectiva que los intelectuales y artistas tienen de su pertenencia interna y legitimidad cultural, resignificando y ampliando el sentido de campo intelectual y artístico.

Por su parte, Yúdice (2003: 340) toma de Toby Miller un concepto que me parece muy apropiado para pensar estas transformaciones producidas en el marco del capitalismo posfordista, que es el de división internacional del trabajo intelectual: “En la era posfordista, la cultura, a semejanza de las ropas que usamos, puede ser diseñada en un país, procesada en otros, comercializada en varios lugares y consumida globalmente”. De esta manera la noción de campo cultural atraviesa diversos espacios estableciendo nuevas relaciones de dominación.

Asimismo, el tema de la creación cultural, analizado por Williams y por Bourdieu, se resignifica en este nuevo horizonte temporal. En efecto, si bien durante algún tiempo se pensó la creación cultural como producto de la inspiración individual o del genio del artista (significaciones propias del individualismo moderno), las ciencias sociales contribuyeron a pensar que en realidad la creación se produce en el marco de determinadas relaciones sociales en un espacio cultural, histórico y social determinado. La creación cultural hoy debe ser pensada en una sociedad mundial, ya que la proliferación de signos y de estímulos visuales provocada por Internet, y la circulación intensiva de personas, genera intercambios continuos que impugnarían las visiones nacionales y locales de producción cultural. Esto ocurre también en la relación entre artistas e intermediarios culturales, como publicistas, empresas transnacionales, críticos o curadores. Ya las nuevas generaciones gestionan su producto en términos globales. Si bien no ha desaparecido el ámbito nacional en la definición del lugar simbólico, la legitimidad cultural no se produce localmente, aparecen en forma creciente los

festivales, las exposiciones internacionales, las coproducciones. Ser un artista móvil o un intelectual móvil genera un plus de legitimidad cultural no otorgado sólo por las titulaciones y las instituciones locales. En ese sentido, el campo cultural está atravesado por las características que sociólogos como Bauman utilizan para hacer un diagnóstico de la sociedad actual, la estratificación se produce entre sujetos móviles y sujetos localizados, cuyo ámbito finito de sentido, como diría Schutz (1974), se reduce a su estrecha territorialidad, sin conciencia de globalización. A mi entender esta estratificación de la sociedad global, enunciada por Bauman (1999), atraviesa la lógica de los campos. Quizá incluso se produce una movilidad mayor en una minoría de artistas provenientes de países subdesarrollados que captan la lógica de la globalización y del discurso multicultural dominante en vastas instituciones internacionales, que en aquellos provenientes de los países desarrollados, cuyo espacio mundo es más reducido. Por otra parte, como señala [García Canclini \(1999c\)](#), en relación con las formas de la globalización, el caso de los artistas nos lleva a hablar de globalizaciones tangenciales ya que no todos los artistas son atravesados por estos procesos de globalización.

También la conformación de los públicos se está transformando. Aunque en el marco del dominio de la industria cultural y fundamentalmente de las distribuidoras transnacionales, que determinan las formas de la creación cultural y se rigen por el éxito de la producción cultural, las producciones tienden a orientarse hacia el gran público. Siguiendo el análisis de Bourdieu en “Mercado de bienes simbólicos” (2003), las nuevas tecnologías no necesariamente siempre limitan la autonomía de productores culturales. Existen casos en que algunos grupos musicales producen su música, más allá del dominio de los sellos transnacionales, Yúdice (1999) nos aporta ejemplos en ese sentido. Nuevas formas de creación van construyendo nuevos públicos y no necesariamente se someten a la lógica del gran público, sin por ello dejar de constituir un mercado, dentro del gran mercado capitalista, un nicho de producción y consumo al decir de Lash y Urry (1998). No es el público el que determina las formas de la creación, sino que, contrariamente, lo que se puede observar es la proliferación de nuevos creadores culturales que, ante las dificultades que imponen las crisis y cierres de las sociedades nacionales, se lanzan a nichos de nuevos públicos en un espacio transnacional, posibilitados por las nuevas tecnologías y por la intervención en el espacio global de agencias transnacionales.

Si bien Adorno y Horkheimer cuando desarrollaron el concepto de industria cultural

no aludían directamente a la transnacionalización como cuestión del capitalismo consumista, se puede afirmar que este tema ya era inherente a la producción industrial de la cultura, en particular con relación al cine y más en particular en relación con las cuestiones vinculadas a la circulación y distribución de películas. No así a su producción, como señalan Lash y Urry (1997), aludiendo al impacto del capitalismo posfordista en el plano de la producción. También Ortiz hace referencia a este fenómeno cuando desarrolla los rasgos emergentes de la producción cultural actual. Como señala García Canclini,

La aplicación de formatos industriales y criterios transnacionales de competencia a las artes visuales y la literatura está modificando su producción y valoración, aunque la mayor parte de las obras artísticas siga expresando tradiciones nacionales y circule sólo dentro del propio país (García Canclini, 1999c: 15).

En ese contexto de desintegración de lo simbólico en el lazo social, la televisión ocupa un espacio significativo.

Los medios de comunicación son cada vez más el lugar de convergencia de la vida pública. La credibilidad cada vez mayor que se les otorga, en particular a la radio y a la televisión, tiene como contrapartida el deterioro en la imagen de otras instituciones estatales y públicas (Cheresky, 1999: 12).

Los medios han aumentado su credibilidad en la medida en que se constituyen en órganos no partidarios de información y arena de denuncia y deliberación. La creciente mercantilización de los mismos ha generado una búsqueda de mejores índices de audiencia bajo el emblema de un servicio para el público, lo que parece haber favorecido su “neutralización” política. La lógica de su funcionamiento parece guiada por la pretensión de seguir fielmente las preferencias del público y de establecer con él una relación especular. Según Lewkowicz, propone una homología entre el mercado y los medios, uno y otro conectan, desconectan, tienen una lógica similar. Si el Estado Nación permitía una articulación simbólica del lazo social, su reemplazo por los medios deja un lugar vacante ocupado por lo imaginario.

7.3 Mercado y medios. Alcances en la Argentina

Dada la vastedad de cuestiones que implica lo señalado más arriba, abordaré el problema de los individuos en relación con el impacto del mercado, y el lugar que ocupa la televisión en un nuevo escenario social promovido por el neoliberalismo. En efecto, uno de

los temas que identifican los años noventa en la Argentina es el peso que han asumido los medios en la vida cotidiana de las personas, en particular la televisión y específicamente la televisión por cable. Si la penetración de la televisión por cable en un país fuera el indicador de su desarrollo, la Argentina estaría situada entre los países más avanzados del planeta. Pero su modernidad comunicativa no guarda correlación con los datos de su infraestructura económica, nivel de desempleo, vulnerabilidad y fragmentación social. La Argentina mediática se destaca por su disonancia con el perfil más general del país, en el que día a día se entablan los diálogos entre pantallas y controles remotos, compulsiva o gozosamente accionados (Landi, 2001a: 9)⁵⁵. En ese mismo texto Landi señala, en relación con el punto de inflexión que suponen los noventa, que

en la década del `90 se produce entonces un giro, una alteración de gran importancia en la industria cultural de la Argentina, todo el sistema se reconfigura al ritmo de los efectos de la globalización financiera y las nuevas tecnologías. Surgen jugadores nuevos en el sistema, algunos locales redefinen su perfil a través de ventas o asociaciones con fondos externos, mientras que otras áreas de la cultura mantienen y agudizan una situación de precariedad económica. Los productos y formas de consumos cambian produciendo estilos y lógicas de acción de los públicos aún poco estudiadas. El fenómeno tendrá una perdurabilidad altamente significativa. (Landi, 2001a:8)

Comentado [WT4]: Falta numero de pagina

Como ya he mencionado en otros trabajos (Wortman, 2001, 2002), siguiendo datos producidos en el exterior sobre consumo de televisión por cable, la Argentina ocupó en esos años el cuarto lugar de inscripción al cable, detrás de países como Alemania, Estados Unidos y Canadá. Y el tercer lugar en América Latina. Los datos sobre inversión publicitaria pueden mostrarnos la relación entre crecimiento económico y creciente inversión, y la tendencia a la mayor inversión en los últimos años en la televisión abierta y cable a diferencia de medios gráficos y radio.

	1. Televisión	Tv abierta	Tv por cable
1995	1.156.892,57	1.095.400,17	61.492,40
1996	1.165.103,87	1.089.709,55	75.394,32
1997	1.311.742,85	1.200.526,15	111.216,70
1998	1.278.153,60	1.174.063,08	104.090,53
1999	1.390.189,89	1.267.183,81	123.006,09
2000	1.223.404,51	1.088.991,87	134.412,64
2001	1.050.954,00	955.996,40	94.957,60
2002	743.446,14	658.999,70	84.446,40
2003	1.037.581,00	914.911,00	122.670,00
2004	1.289.005,38	1.138.121,28	150.884,10
2005	1.743.945,55	1.482.663,02	261.282,54

Fuente: Anuario Industrias Culturales, Ciudad de Buenos Aires (2005).

⁵⁵ También acerca de esta paradoja se puede ver el caso de Brasil, según lo señala Hopenhayn, 1999.

	<u>2. Medios gráficos</u>	Diarios	Revistas	Clasificados y remates
1995	1.362.073,92	920.919,02	205.290,45	235.864,45
1996	1.480.619,00	985.645,14	225.317,88	269.655,99
1997	1.721.865,88	1.146.680,37	262.911,34	312.274,17
1998	1.871.619,91	1.241.667,14	292.024,59	337.928,17
1999	1.679.896,76	1.090.317,45	305.965,32	283.613,98
2000	1.371.937,47	893.962,33	331.518,10	146.457,04
2001	1.184.066,60	808.833,50	271.083,50	104.149,70
2002	842.092,50	703.569,20	88.783,30	49.740,00
2003	1.091.594,98	899.685,97	128.304,17	63.604,84
2004	1.367.874,43	1.107.833,47	181.807,01	78.233,95
2005	1.609.875,96	1.281.576,23	237.738,67	90.561,06

Fuente: Anuario Industrias Culturales, Ciudad de Buenos Aires (2005).

	<u>3. Radio (solo C.A.B.A.)</u>
1995	204.688,24
1996	226.588,74
1997	219.520,93
1998	214.965,45
1999	204.124,82
2000	231.555,11
2001	226.232,30
2002	78.283,80
2003	82.707,12
2004	93.468,34
2005	105.156,68

Fuente: Anuario Industrias Culturales, Ciudad de Buenos Aires (2005).

La TV por cable, que tuvo un incremento muy pronunciado en el primer lustro de los años noventa, se ha estancado por diversas razones. Esta avidez por el acceso al cable en los '90 generó numerosos escritos, entre otros los de los analistas de los medios de comunicación y de la cultura en general, sobredimensionando el impacto de los medios al interior del hogar y asumiendo una mirada apocalíptica en torno a las consecuencias sociales, culturales y subjetivas.

Si el 90 % de la población argentina tenía televisión en el primer lustro, más de la mitad tenía acceso al cable, consumo que subió considerablemente, y luego se estancó con la crisis del país y en particular con la transformación de los sectores medios. Notablemente, este crecimiento del consumo de la TV coincidió con el crecimiento del consumo de cine en las salas de las recién inauguradas cadenas en la segunda mitad de los noventa. Así se redimensionaron las áreas de las industrias televisiva y cinematográfica en general. Ambas crecen en términos económicos y de públicos casi en forma paralela como se puede ver más

abajo.

Por su parte, el proceso de concentración mediática promovido por la transformación del marco regulatorio en esos años dio cuenta de la centralidad que los medios de comunicación tuvieron en la configuración de nuevos imaginarios de la sociedad argentina en consonancia con cambios culturales que se estaban dando a nivel mundial en términos del neoliberalismo imperante⁵⁶.

Cantidad de abonados al cable en algunos países del mundo 1995

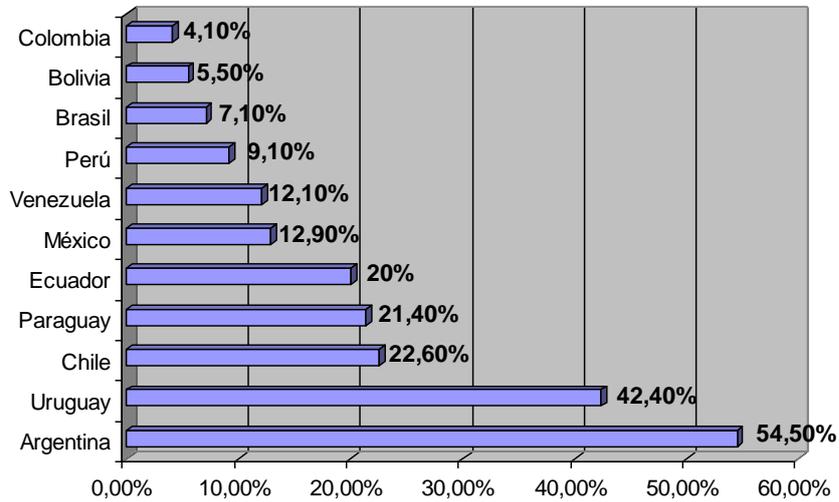
	Hogares con TV	Hogares con cable	Penetración
Canadá	10.286.000	7.994.800	77,7 %
Estados Unidos	95.828.460	63.193.310	65,9 %
Argentina	9.300.000	4.950.000	53,2 %
Alemania	37.400.000	15.800.000	42,2 %
Japón	35.030.000	10.250.000	29,3 %
Bélgica	3.900.000	1.000.000	25,6 %
Chile	4.000.000	500.000	12,5 %
China	260.000.000	32.000.000	12,3 %
México	15.200.000	1.700.000	11,2 %
Uruguay	900.000	70.000	7,8 %

Fuente: *National Cable Television Association (NCTA)*.

Otras mediciones realizadas con el criterio de tomar en cuenta sólo las zonas del país cableadas, “pasadas por cable”, como suele denominarse en la jerga de los estudios de mercado, indican que en 1996 el grado de penetración del cable supera el 60 % de hogares con televisor.

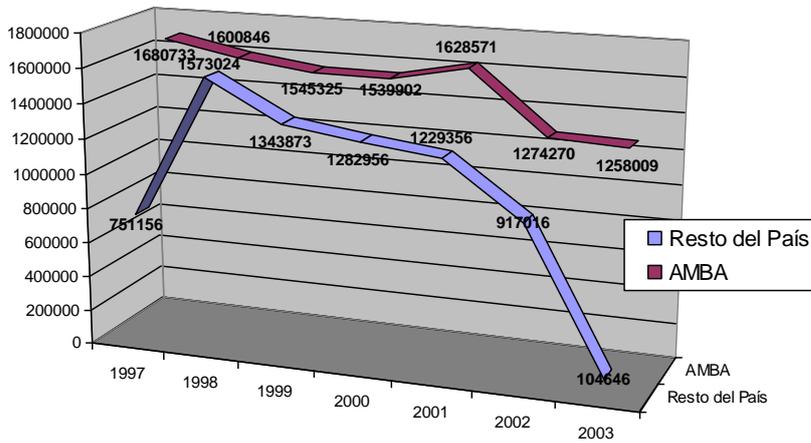
⁵⁶ Siguiendo a Landi, ob. cit., esta situación puede ser considerada como una curiosidad de un país perdido en el sur el globo terráqueo, con su tradición de inmigrantes y su necesidad de acortar las distancias con el resto del mundo. Pero en las claves de la globalización de fin de siglo, indica la existencia de un gran mercado, con millones de personas que pagan todos los meses por hacer *zapping* a través de las docenas de señales que ofrece gran parte de las emisoras. Grandes audiencias y enmarañadas redes de cables entre casa y casa, constituyen el terreno en el que las empresas televisivas y las telefónicas ya libran sus batallas y establecen fusiones en el siglo XXI.

Penetración de la TV por cable en Latinoamérica



Fuente: ATVC, marzo 1996

Evolución comparativa de abonados a la TV por cable entre AMBA (ciudad de Bs. As. y Gran Bs. As.) y el resto del país. Argentina. Años 1997-2003



Fuente: elaborado sobre la base de datos del INDEC.

Si se compara este gráfico con el referido a públicos de cine en salas de exhibición es posible constatar que mientras sube el consumo de TV paga, disminuye la salida al cine y viceversa, cuando comienza a subir el consumo de cine en salas, comienza a disminuir la inscripción a la TV privada.

7.4 TV y crisis social: mirando la televisión mientras el país se derrumba

La forma en que se desarrolló el proceso de concentración mediática en nuestro país evidencia su articulación con las transformaciones radicales que el menemismo instituyó en la sociedad argentina. La globalización y concentración mediática desembarcó en la Argentina en los años noventa produciendo una profunda reorganización del sistema de medios de comunicación⁵⁷ a partir de la conformación de conglomerados multimediáticos y de entretenimiento (TV abierta, cable, radio, diarios, Internet, producción de espectáculos, coproductoras de cine). Siguiendo a Landi (1992), no sólo se trató de la aparición de nuevos medios, sino de una verdadera recomposición de la industria audiovisual: la posibilidad que tuvieron las empresas del periodismo gráfico de comprar los canales que se privatizaron estimuló la formación de conglomerados multimedios. Lo sintomático es el contexto en que se produce esta reorganización audiovisual. Siguiendo a Landi (2001), en pocos años se produce una combinación de factores que cambiará totalmente las coordenadas, las reglas y los actores del sistema de televisión por cable. Una acelerada concentración empresaria se combina y activa con la disposición de nuevas tecnologías (fibra óptica, digitalización de señales, etcétera) que amplían la oferta de señales a un público que se extiende hasta sectores de la clase media baja.

En un país cada vez más dual desde el punto de vista económico, con índices de desocupación rondando el 18 % de la población, récord en su historia, la contracara de su fragmentación social y regional parece ser el sentimiento de pertenencia al flujo comunicativo.

De este modo, la Reforma del Estado estuvo por encima de la legislación comunicacional existente. La privatización de los canales en 1989 violó la vieja Ley de

⁵⁷ En el caso argentino, la privatización, concentración e internacionalización del sector de las comunicaciones coinciden con la asunción de Carlos Menem al gobierno y con el proceso de privatizaciones de las empresas públicas, la reducción del Estado y el crecimiento de la desocupación. Ver Wortman (2004 y 2007).

Radiodifusión de 1980, en la cual se prohibía la conformación de duopolios y oligopolios. Allí se establecía que los propietarios de medios gráficos no podían adquirir medios electrónicos, cuestión que precisamente comenzó a ocurrir en la década del noventa. Se crearon así eslabonamientos transversales entre radios, canales, diarios y revistas pertenecientes al mismo grupo económico, por lo que se dio un doble movimiento: por un lado la concentración económica a favor de las grandes empresas, y por otro la enorme multiplicación de nuevos medios locales como los de la FM o el cable.

Para comprender este proceso no podemos dejar de recordar la estrategia político-económica del menemismo. Es decir que la concentración mediática y las operaciones empresariales que se realizaron están estrechamente vinculadas con la dinámica concentracionaria del capital en la década del noventa en la Argentina. Me parece importante destacar que este proceso fue impulsado por el gobierno como consecuencia de una lógica política que se extendió hacia otras esferas de la sociedad. Siguiendo a García Delgado, citado en Albornoz (2000: 184), es posible afirmar que en el marco de un panorama deficitario de las empresas públicas se generaron las condiciones para transformar la sociedad argentina regida por una organización de tipo estadocéntrica a una mercadocéntrica.

Apenas asumió Menem en el gobierno, una de las primeras medidas que se tomaron fue la privatización de los canales estatales, casi una medida fundacional del ideario neoliberal, como si hubiera advertido el papel estratégico de los medios para el logro de la hegemonía política. Esto, junto al otorgamiento de dos licencias en régimen de exclusividad para operar la telefonía, surgidas de la venta de ENTEL durante 1990, marca el inicio de una etapa muy dinámica en el sector comunicaciones, caracterizada por un fuerte incremento de la inversión de capitales y de rentabilidad. Acompañado por el crecimiento de la inversión extranjera directa (IED) y el aumento significativo de la presencia de las transnacionales en la economía local, el sector de las comunicaciones ocupó en el período 1990-1999 el segundo lugar entre los que recibieron inversiones extranjeras, por encima del sector bancario (Albornoz, 2000: 185). Así, en el primer lustro se produjo un proceso de privatización de los canales que históricamente estuvieron manejados artesanalmente por empresarios locales y la conformación de importantes conglomerados empresariales locales. Más adelante, junto con el proceso de extranjerización de la economía que se da a partir de la crisis de 1995, según señala Basualdo (2001), particularmente entre 1996 y 1998, se verifica la transferencia de prácticamente la totalidad de los medios a nuevos actores vinculados al mercado financiero y

protagonistas de la convergencia tecnológica.

Para sintetizar y siguiendo a **Delgado y Martí (1998)**, en el área de las comunicaciones se conocieron dos fenómenos nuevos en los noventa. Primero hubo un proceso de fusiones locales, donde los principales grupos (Clarín, Atlántida, América y Perfil) se disputaron las tajadas del mercado nacional mediático. Y luego, a través de la asociación con capitales extranjeros, de cara a la renovación tecnológica, sobrevino una nueva etapa de concentración donde intervinieron capitales imperialistas en forma abierta.

La vertiginosa dinámica de movimiento de capitales e inversiones en el escenario argentino transformó el campo de las comunicaciones dando lugar a un virtual duopolio privado protagonizado por el Grupo Clarín y el tándem CEI⁵⁸-TISA.

En una porción del mercado comunicacional tenemos, por un lado, al Grupo Clarín, un conglomerado económico nacional que aumenta sus activos e incidencia económica de una manera significativa durante los años noventa (Basualdo, 2001). La contraparte del mercado de las telecomunicaciones tuvo sus orígenes en la privatización de las adjudicadas a tradicionales prestadores nacionales y europeos y en el ingreso de actores no tradicionales con grandes sumas de capital financiero interesados en el poder y el lucro potencial ofrecidos por la industria audiovisual y por las telecomunicaciones.

La conformación del nuevo conglomerado estuvo signada por el devenir de la asociación entre el Citibank y Telefónica entre 1990 y 1999. Con las adquisiciones realizadas en la segunda mitad de la década, estos nuevos grupos absorbieron a la mayoría de los operadores nacionales y se presentaron como una amenaza para el Grupo Clarín, provocando una trascendente reestructuración del mercado que afectó todo su funcionamiento. La situación de duopolio multimediático a la que se hace referencia puede verificarse por cuanto estas empresas controlaban cuatro de los cinco canales abiertos de la ciudad de Buenos Aires, el 95 % de los abonados al sistema de televisión distribuida por cable y el diario de mayor circulación del país. También las principales emisoras de radio AM y FM tuvieron una presencia dominante en la prestación del servicio básico telefónico y en telefonía celular, en el

⁵⁸ El CEI (Citicorp Equity Investment) es una *holding* de medios electrónicos y gráficos especializado en deportes, entretenimientos, espectáculos, telefonía y negocios varios. Se trata de una sociedad de empresas. Para mayor desarrollo de este tema ver Martí y Delgado (1998).

acceso a Internet y en la elaboración de contenidos en español. Entre ambas se disputaban el control de la opinión pública a partir de la producción de gran parte de los contenidos mediáticos (Albornoz, 2000: 186). Según sostenía Landi (2001a), se ha ido consolidando la concentración económica en diversas áreas de la economía de las cuales el sector mediático no queda excluido y que viene acompañada por la transferencia de paquetes accionarios de empresas, donde el comprador principal es la firma de capital extranjero. Los movimientos operados en los últimos años en las comunicaciones han determinado además que este sector no sólo encabece el ranking económico del año 1997, sino que domine el panorama de los reacomodamientos empresariales en toda la década del noventa.

El mercado de las comunicaciones va camino de transformaciones enormes. La pelea abarca todos los canales de transmisión de información, sean unidireccionales o interactivos: telefonía fija, celular, rural e internacional; servicios de cable y de datos; estaciones de radio y televisión. Aquellos que permiten el ida y vuelta ofrecen mayores perspectivas, según los expertos, porque se integrarán a un futuro centro hogareño de servicios manejados por computadora, que incluirá entretenimiento y utilidad. El valor agregado de las redes de comunicación va a ser creciente. Como las ganancias del negocio de distribución van a caer, la clave que va a permitir ofrecer paquetes integrados de productos y servicios a la clientela de manera competitiva surgirá de la combinación entre distribución y contenidos.

Como señala Néstor Daniel González (s/f), hacer referencia a los noventa implica pensar en:

- 1) Un proceso de privatizaciones sobre la televisión pública y una consecuente conformación de conglomerados multinacionales.
- 2) Un significativo crecimiento de la TV por cable que coloca a la Argentina como uno de los países con mayor consumo en el mundo de televisión paga.
- 3) Una importante caída del sector cinematográfico con cierre de salas y caída en la producción de *films*. En 1996, en las salas de Argentina se proyectaban 85,6 % de películas norteamericanas y el 3,8 % de *films* argentinos.

Al cambiarse la política cambiaria, el fenómeno de la TV por cable adopta un nuevo formato tanto desde el punto de vista empresarial como en la caída del número de abonados.

“La industria de la televisión por cable, como todos los sectores de nuestra economía, ha sufrido el embate de un inigualable y prolongado contexto recesivo, que repercutió gravemente en los más de 800 operadores de cable del país”, rezaba una carta de la Asociación Televisión por Cable (ATVC). Según el comunicado, el impacto sufrido en los primeros meses de 2002 fue mayor como consecuencia de las nuevas reglas de juego en materia económica, por lo que “la estabilidad de las compañías está siendo seriamente amenazada por el establecimiento de sucesivas cargas impositivas”. A fin de evitar que las mismas afecten a los abonados, la ATVC celebró los convenios de competitividad firmados por el gobierno.

En la coyuntura actual, como se ve, son muy difíciles los pronósticos así como la afirmación de nuevas tendencias. En el marco de la Argentina de la post-convertibilidad se ha producido la disminución de los inscriptos en un servicio tan emblemático de los años noventa.

7.4.1 Televisión, nuevas sensibilidades

Asimismo, al interior de la televisión, como decía, fueron surgiendo nuevas figuras y conductores que inteligentemente aprovecharon estas nuevas posibilidades tecnológicas y crearon nuevos géneros televisivos, debilitando géneros clásicos como los programas humorísticos y las telenovelas. Otros géneros de hibridación cultural fueron dominando la pantalla televisiva, en el rubro programas de entretenimiento o programas periodísticos pero –como marca de época– de tono humorístico (Landi, 1992; Arizaga, 1997). La seriedad y la tristeza se constituyeron como algo del pasado en el nuevo imaginario cultural televisivo. También cambió el noticiero y desaparecieron casi por completo los programas de periodismo político. En efecto, el noticiero fue atravesado por el cedazo de la hibridación y dejó de ser el escenario de construcción de las noticias políticas, su universo fue más variado y se incorporó el uso seductor de la imagen, la música y la voz *en off* para dar cuenta de las más diversas realidades. Así la televisión se convirtió en una transmisora privilegiada de los valores que la transformación menemista había sabido imponer a gran parte de la sociedad. La televisión sintetizaba y difundía la metáfora fundante de la década del noventa: “farándula y política”. Estos dos términos se entremezclaban mutuamente y simbolizaban los valores hegemónicos de nuestra sociedad.

Otro rasgo sintomático de la televisión de los noventa fue la aparición de los llamados *talk shows*. Un cierto culto a la intimidad y hacer público lo privado se desparramó por la

pantalla televisiva. Al decir de Arizaga (1999)

Frente a la virtual desaparición de los canales tradicionales de participación, la pantalla parece ocupar este lugar. Pero la participación mediática que se construye abandona la problemática social. El carácter privado de los temas que se discuten nos muestra la reducción del lazo social frente a un proceso de privatización de las conciencias. En un país en donde los inundados esperan más de la solidaridad individual que de políticas públicas, el desplazamiento de lo público a lo privado en el discurso televisivo aparece como sintomático de esta Argentina finisecular (Arizaga, 1999:).

Comentado [WT5]: Falta numero de pagina

Por aquellos años, los medios de comunicación se acoplaban sin demoras a los cambios estructurales de la economía. La privatización y la concentración mediática se instalaban en el horizonte social argentino, e impulsaban, con gran potencia, la era *massmediatizada*, provocando una transformación importante en las representaciones y en las prácticas de esta sociedad. Los consumos de televisión aumentaban al son de la politización de la vida privada y la privatización de la vida política. Varios programas ponían en escena a los políticos en su vida privada y sexual, a Menem bailando, haciendo chistes o jugando al golf. Las pocas críticas que se hicieron a este nuevo estilo político se plasmaron en unos videos que difundió la *Revista Noticias* titulado *Las patas de la mentira* en los cuales a través de los discursos fallidos de políticos y funcionarios se pretendía dar cuenta del nivel de expoliación y corrupción existente en el Estado y la Sociedad argentina. Este silencio revelaba, por un lado, la crisis del discurso de izquierda y por otro, la hegemonía menemista. La realidad ocurría en la televisión, todo se convirtió en un gran escenario televisivo y en ese contexto surgieron los programas que hablan de la televisión. Hasta 1996, la televisión no hizo más que hablar de sí misma, como una exaltación de un país que se iba empobreciendo, pero legitimado en un discurso de ficción para sus clases medias y altas, aquellas que el modelo económico no hacía más que favorecer. Aún era inimaginable lo que vendría años más tarde, o lo que se haría visible. ¿Por qué no era visible para el conjunto de la sociedad que la Argentina estaba atravesando una larga y profunda crisis terminal?, ¿de qué manera se construyó un imaginario de posibilidades y accesos al llamado Primer Mundo?, ¿en qué vacío de sentido anclaron estas representaciones de consumo que impulsaron a vivir pendientes de los dólares y pensarse distintos al resto de los países limítrofes? Se vio mucha riqueza por la televisión (Ewen, 1988).

La televisión –como señalan los sociólogos británicos Morley (1996) y Silverstone (1996) en relación con la sociedad inglesa *thatcherista*– se constituyó en un escenario de la sociedad de consumo, tanto desde la llamada “farandulización” de la política, acercamiento de

la farándula al poder, como también en la farandulización de la cultura. Escenarios de consumo, transformaciones urbanas, legitimación de la diferencia en los estilos de vida, viajes, programas *magazine*, publicidad de consumo conspicuo, alusión a urbanizaciones cerradas, autos importados, diseños importados, ropas importadas⁵⁹; todo eso estuvo en la pantalla. En la Argentina se constituyó un escenario simbólico de promoción de lo importado, como del acceso a las nuevas tecnologías, facilidades para los viajes al exterior, en el marco de la destrucción del patrimonio nacional, del patrimonio histórico, de las empresas nacionales. Lo que se llamó reforma y modernización del Estado fue, en realidad, debilitamiento y reducción del Estado en un país que creció mucho para pocos y para el resto produjo uno de los índices de desempleo más altos de América Latina. La televisión fue el escenario del consumo, mientras se consumía televisión. El difundido aviso “Llame ya”, espacio de publicidad de productos importados, constituyó un emblema de ir alcanzando desde el objeto más inútil de la vida cotidiana (típico de un estilo de vida americano), hasta aquel más suntuoso. En estos avisos, que ocupaban largos minutos de la pantalla televisiva tanto abierta como de cable, se escenificaban los beneficios y los cambios en la vida de las personas a partir de la adquisición de los más variados productos. Por un tiempo, se impuso como modelo cultural el consumo conspicuo, y todos creyeron que allí radicaba el sentido de la vida.

Como desarrollé en otros trabajos (Wortman, 1996, 1997, 2004, 2007), el apogeo de la televisión fue paralelo a la decadencia y destrucción del Estado y a todo lo que el Estado hizo posible en términos de accesos igualitarios.

Cuando el llamado modelo económico instalado por el ministro de Economía Cavallo –con el apoyo del menemismo, continuación del inaugurado con la última dictadura militar– comenzó a fisurarse, aparecieron algunas voces políticas de crítica, las que promovieron primero la conformación del Frepaso y luego la Alianza, coalición que llevó al poder a Fernando De la Rúa y Carlos “Chacho” Álvarez en 1999. En esos años, comenzaron a florecer nuevas formas de acción política y de protesta, y los medios no fueron ajenos al crecimiento de episodios de protesta y violencia social que se fueron desparramando por todo el país. La televisión, en la lógica de no perder audiencia, lentamente fue incorporando la política, no en

⁵⁹ El libro de Stuart Ewen (1991): *Todas las imágenes del consumismo*. México: Grijalbo, constituye una excelente aproximación a la dimensión cotidiana y cultural del capitalismo tardío, en términos del papel de la imagen en la sociedad de consumo.

el formato tradicional de programas políticos, sino introduciendo a los políticos y las alusiones sobre la política en los géneros existentes. Así, un conductor de un programa de entretenimientos de tono barrial y difundido por toda América Latina como Marcelo Tinelli se politizó, y Mario Pergolini –conductor de un programa televisivo de tono juvenil, cínico– inventó un nuevo programa, “Caiga quien caiga”, donde el objeto de ironía fueron los políticos, tomados como sujetos irracionales y corruptos (Wortman, 1997).

Ya desde el año 2000, y en el marco de una hiper-recesión, proceso que afectó también el funcionamiento de los medios, aparecieron en la televisión abierta diversos programas periodísticos, estilo que fue *in crescendo* a lo largo de 2002 al calor de la crisis social y política que atravesaba el país. En ese sentido cabe preguntarse qué se muestra en los programas periodísticos, qué aspectos de la realidad social resulta relevante analizar para pensar la persistencia de representaciones sociales constitutivas del comportamiento social y simbólico de la sociedad argentina, qué es lo que se ha puesto en escena y qué articulación existe entre lo que se muestra en la televisión y lo que la gente expresa en sus afirmaciones de sentido común y en sus representaciones cotidianas, en un sistema de medios hiperconcentrado e hipermercantilizado. Si el discurso mediático es homogéneo, ¿de qué manera se muestran las diferencias?

7.5 La televisión y otros consumos culturales. La consagración de las nuevas tecnologías

Según Landi (1992: 129), la lectura de los datos disponibles sobre las características de los consumos culturales de la gente en la ciudad de Buenos Aires confirma rápida y holgadamente un pronóstico previo: se asiste a un abarcador proceso de expansión de los medios de comunicación electrónicos. Su centro de gravedad, desde el punto de vista masivo, era la televisión abierta, pero involucraba el sistema comunicativo en su conjunto, como afirmaba más arriba.

La sociedad estuvo sentada frente a la pantalla muchas horas más que en décadas anteriores. Según señala Patricia Terrero, en una encuesta realizada por el Departamento de Opinión Pública del Taller Escuela Agencia sobre 400 casos entre personas mayores de 18 años en Capital Federal y 19 Partidos del Gran Buenos Aires, se constataba que, con respecto al consumo de televisión, el 24 % de la población permanecía durante más de tres horas diarias frente a la pantalla, las tres cuartas partes miraban no menos de dos horas de TV por

día y solo un 4 % de los entrevistados no pertenecía a la audiencia televisiva. En cuanto al porcentaje de los habitantes que no iban nunca al cine, ascendía al 57 %, de los cuales un 36 % de la clase alta no iba nunca al cine, mientras que en la clase baja la cifra ascendía al 74 %.

La nueva lógica de concentración mediática incluye vastos campos de la industria audiovisual. Por eso, si bien lo que aparece en forma hegemónica es el consumo de la televisión por cable y la venta de tecnología hogareña en general, se afirma paralelamente que no desaparece el consumo de cine sino que este se manifiesta de otra manera a partir de esta reorganización de la oferta. En efecto no se puede separar la TV por cable del consumo de cine, entre otras cuestiones. La globalización económica incide en la globalización cultural y las formas económicas de la cultura, lo cual genera consecuencias en el plano del consumo.

La transformación de la economía capitalista produjo movimientos de capitales extranjeros aliados a grupos económicos locales, los cuales aceleraron los procesos de privatización de los canales del estado, así como la incorporación de tecnología que posibilitó la convergencia entre las telecomunicaciones y los medios tradicionales. Estos factores activaron un proceso caracterizado por la concentración empresaria con la subsecuente expansión en las audiencias y la transformación de las formas de consumo de los productos culturales.

La concentración de medios y telecomunicaciones es multisectorial. Los grupos no apuntan a dominar una tecnología específica, sino a crear grupos que posean la capacidad de transmitir contenidos a través de red telefónica, medios gráficos y audiovisuales y, también, la capacidad de producir mensajes y todo tipo de espectáculo, desde artísticos al gran negocio de los deportes. Como complemento del negocio mayor, el dominio de la venta de subproductos: distribución y venta de videos y CDs.

Por su parte, los grupos de inversión no sólo realizaron negocios en territorios protegidos por garantías monopólicas como la telefonía. Las inversiones abarcan todo el espectro de la industria cultural: compra de editoriales nacionales, la inversión en centros multi-cines, la compra de los cines tradicionales, la compra de librerías y empresas de Internet. Estas inversiones no se relacionan con recuperar títulos de deuda sino con el impulso a la inversión dado por la ley del '94. A diferencia de difundidos análisis que preconizaban el fin del cine, Landi reiteraba, por el contrario, que, al menos en el momento que fueron

escritos sus trabajos, no se estaba en presencia de la anunciada crisis del espectador de cine por el despliegue de la televisión. Todo indica que la gente retornó a las salas de cine hacia fines de los noventa. Se estimaba que en la Argentina se vendía por año un ticket de entrada por habitante, mientras que los exhibidores aspiraban a que se llegara a un consumo de cuatro boletos por habitante. En ese contexto se proyectaba instalar 170 nuevas salas en los siguientes años. Estábamos ante un cambio muy importante del ritual de la asistencia a la sala cinematográfica que presumo supuso un cierto cambio en el pacto entre espectador y *film*. La desaparición de las salas clásicas de cine a expensas del establecimiento de multicines en los *shoppings*, lleva a que el espectador reciba la oferta de un paquete de productos que alteran la ceremonia, desde golosinas y bebidas hasta comida para ser consumida en el transcurso de la proyección. Desaparece el hall tradicional a expensas de mostradores de venta de comida. La ruptura del viejo ritual se produjo tanto por la difusión de la *videocassettera* y el estilo doméstico de ver un *film* como también por la atracción que los *shoppings* ejercen en los chicos y sus madres, que ven mejores servicios y más seguridad en este tipo de establecimiento de época.

La desaparición de las salas tradicionales acompaña un cambio en ciertas características de los públicos: aparecen nuevas segmentaciones y agregados *multitarget*, pero también están en cuestión los estilos y formas de su consumo cultural. Basta pensar en la disposición nueva de las librerías y el libro en el supermercado, pasando por las solicitudes del *cine-shopping*.

En el cuadro que sigue se puede ver que con la construcción de salas de cine en los *shoppings* comienza a incrementarse el público de cine en salas de exhibición. Este cambio en las prácticas coincide también con un clima político cada vez más complejo en el cual el menemismo comienza a perder hegemonía. También puede observarse que la crisis económica y social que atravesó la Argentina hacia fines de los años noventa y principios del nuevo siglo afectó el número total de espectadores de cine en el conjunto del país. Lo que llama la atención es la tendencia a la disminución de público en la ciudad de Buenos Aires en el último lustro de los años noventa, mientras que crecía el público en el resto del país. A partir del año 2000 se observa que en la ciudad de Buenos Aires crece levemente y se mantiene en el mismo nivel en el resto del país. En el total de asistentes a nivel nacional se observa que el momento de mayor crecimiento de público coincide con el momento de salida de la crisis económica, años 2003 y 2004, luego comienza a visualizarse una leve disminución

de público a nivel general. Este dato, como se verá más adelante, coincide con el incremento de la banda ancha y de la compra de aparatos de tecnología hogareña (como *home theaters*, *notebooks*, PCs), que mejoran la calidad de la reproducción de DVD y permiten bajar rápidamente películas por Internet.

Composición de espectadores de cine por región. Ciudad de Buenos Aires/Resto del país. Años 1995-2006.					
Años	Total País	Ciudad de Bs.As.	Resto País	% Ciudad	% Resto
1995	18.340.672	12.863.804	5.476.868	70,1 %	29,9 %
1996	22.466.428	12.723.023	9.743.405	56,6 %	43,4 %
1997	27.528.825	14.057.218	13.471.607	51,1 %	48,9 %
1998	30.575.903	12.456.479	18.119.424	40,7 %	59,3 %
1999	19.683.512	5.434.058	14.249.454	27,6 %	72,4 %
2000	24.093.485	7.744.653	16.348.832	32,1 %	67,9 %
2001	27.765.625	9.328.701	18.436.924	33,6 %	66,4 %
2002	30.894.781	10.062.104	20.832.677	32,6 %	67,4 %
2003	34.542.196	11.032.258	23.509.938	31,9 %	68,1 %
2004	41.353.407	12.730.713	28.622.694	30,8 %	69,2 %
2005	36.177.392	11.557.209	24.620.183	31,9 %	68,1 %
2006	34.230.038	11.079.840	23.150.198	32,4 %	67,6 %

Fuente: INCAA, actualizado al 17-01-07

El mapa de los cines en la Capital Federal ha mutado definitivamente su geografía con la llegada de los multicines y las salas dentro de los *shopping centers*. A fines de 1995, cuando llegaron a la Argentina los grandes complejos de multicines de origen estadounidense y australiano, existían 456 salas y concurrían 18.220.000 espectadores por año a salas de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Dos grupos locales dominaban cerca de un 88 % del mercado. Hacia el año 2007 el mapa de salas cambió significativamente: existían 920 salas a las que concurrían cerca de 32.000.000 espectadores. Sin embargo, la inversión extranjera de los últimos años dejó a los empresarios nacionales con el control de sólo el 33 % del mercado de exhibición. Estas cifras indican el aumento en el público de salas cinematográficas ubicadas en multicines.

Sin embargo, como puede leerse en los siguientes datos, el aumento del consumo de cine en la segunda mitad de los noventa se produce en zonas de mayor nivel adquisitivo.

Buenos Aires y Gran Buenos Aires. Distribución de asistentes al cine, según subzona (comparativo 1998-1997)				
Subzona	Espectadores 1998	Tendencia	Dif. 1998-1997	Dif. %
Norte Cap. Fed.	5.997.634	Bajó	-544.525	-8
Centro Cap. Fed.	3.887.094	Bajó	-157.844	-2

Oeste GBA	3.159.359	Subió	1.927.163	29
Sur GBA	2.464.652	Subió	1.777.360	27
Norte GBA	2.341.739	Subió	1.085.885	17
Oeste Cap.	1.765.491	Subió	533.295	8
Suroeste GBA	916.322	Subió	425.249	7
Noroeste GBA	270.368			
Noroeste Cap. Fed.	77.993			
Norte GBA	32.409			

Fuente: Deisica/R. Santos: <<http://www.sicacine.com.ar>>.

En efecto, una dimensión ineludible en la tesis de la elitización del consumo cinematográfico, es la *territorial*: que los complejos multisalas se ubiquen en los barrios o las zonas urbanas de mayor poder adquisitivo, y más específicamente en centros comerciales semi-públicos (*shoppings*) constituye un *síntoma* del nuevo segmento de consumo de la población al que apuntan las ahora “islas de consumo” audiovisuales (Wortman, 2006: 354). En la Ciudad de Buenos Aires, como en las grandes ciudades del país y de América Latina,

Se produjo una transformación en la estructura de los espacios de sociabilidad y esparcimiento. De una configuración centralizada apoyada en el espacio público de la calle, de un centro histórico que había preservado su atractivo cultural para las diferentes capas sociales y una red de centros menores que llegaba hasta el barrio, se ha pasado a una oferta apoyada en mega cines multipantalla, con un funcionamiento endógeno que niega la calle urbana (...) Esta tendencia tiene que ver con la localización de la población de mayores recursos y la proximidad a las vías de transporte automotor donde se producen los mayores volúmenes de desplazamiento de ese estrato socio-económico de la sociedad (Abba, 2003: 10, 16).

En clave o perspectiva socio-geográfica, resulta imposible soslayar entonces la reciprocidad existente entre los *procesos de construcción y significación territorial* por un lado y el *tejido y la estratificación social y cultural*, por el otro. Las salas barriales se correspondían con una morfología urbana descentralizada, la cual expresaba a su vez una distribución plural y democrática del acceso al consumo. De acuerdo a datos del INCAA (2008), los cines ubicados en todo el cordón norte de la ciudad llegan a concentrar el 52 % de los boletos vendidos. Este porcentaje es prácticamente calcado al del año 2006 (Laboratorio de Industrias Culturales, 2007: 4, 5). Por su parte, los cines ubicados en los barrios del cordón céntrico de la ciudad (fundamentalmente Caballito, Villa Crespo, Abasto), que alberga principalmente a personas y familias de clases medias, llegan a explicar poco más de una tercera parte de los tickets vendidos. Por último, los cines del centro, en los que se destacan los ubicados en la calle Lavalle y en los que concurren básicamente los sectores medio-bajo, apenas llegan a explicar el 10 % del mercado de la exhibición de Buenos Aires.

Capítulo 8

Imaginarios de las clases medias empobrecidas, el impacto de la movilidad social descendente

Como se viene desarrollando a lo largo de la tesis, una expresión sintomática del cambio ocurrido en la Argentina ha sido la transformación radical de las clases medias. Estas fueron durante décadas el emblema del país considerado más moderno de América Latina⁶⁰. Según se presentará a lo largo de este capítulo, las sucesivas crisis económicas, los golpes militares y la inestabilidad institucional endémica, han contribuido a debilitar numérica y simbólicamente a estas clases. Digo esto porque no se trata sólo de una reducción de miembros pertenecientes a esta clase, sino de una transformación ideológica cultural con bases materiales. Ahora bien, si por un lado debemos explicitar estos procesos, no es menos importante decir que la transformación de las clases medias obedece a cambios en la dinámica económica capitalista a nivel mundial. Las demandas de la sociedad informacional, tanto en términos laborales, de mercado productivo, de redefinición de saberes, así como la transformación del Estado, los procesos de globalización, nuevos usos del tiempo, etcétera, impactan fuertemente en la estructura de clases, en sus expectativas y relaciones entre ellas.

En el marco de estas transformaciones, las clases medias constituyen nuevamente un objeto de interés para el análisis sociológico. Si estas clases fueron un ejemplo del proyecto de la modernidad ilustrada, y de la moderna sociedad de masas, siendo características fundamentalmente de sociedades atravesadas por la movilidad social ascendente, en la actualidad, en una fase distinta del sistema capitalista, comienzan a modificarse. Me parece importante, en este contexto, considerar en esta tesis algunas de sus aproximaciones para pensar la peculiaridad del proceso argentino.

8.1 Las clases medias, revisitadas en el capitalismo posfordista

Las clases medias constituyeron la expresión de la movilidad social característica de las sociedades modernas capitalistas. En su base de conformación siempre ha estado la idea del ascenso social y su proyección a futuro. Si bien ya existían en Europa entre el siglo XVIII

⁶⁰ Como se verá más adelante, y he señalado en el libro *Construcción imaginaria de la desigualdad social*.

y XIX, como se ha señalado en páginas anteriores, es en el siglo XX donde asumen una importancia mayor con la urbanización, industrialización y masificación de las sociedades. La creciente racionalización del saber ha demandado la formación de una creciente cantidad de personas, ya sea para el desarrollo científico, los llamados saberes expertos según Giddens, como también para ocupar puestos en las burocracias empresariales y estatales. Con el capitalismo posfordista, las estructuras empresariales verticales se transforman y el tipo de profesional que se necesita es otro, lo mismo en el caso del Estado. Esto incide en la estructura de clases y, lo que es de interés para esta tesis, en las perspectivas y fundamentos de las clases medias. Para Saskia Sassen (2007) la conformación de estas nuevas clases, en primer lugar, la clase capitalista global, apunta hacia una desarticulación parcial en el interior de lo nacional. Incluso cuando es sumamente parcial, debilita la incidencia histórica de la política, los sistemas y los regímenes nacionales sobre los grupos que hoy están conformando las nuevas clases globales. Tienen una posición ambivalente entre lo nacional y lo global.

Los cambios en la organización del trabajo y la creciente diversificación de las ocupaciones han contribuido a un tipo de análisis que postula la aparición de condiciones estructurales más alejadas de una definición estricta de clases sociales y más cercanas a una noción más laxa, que podría ser expresada como estilos de vida posmodernos. Aquí aparece la idea de dominación weberiana. En las lecturas marxistas se hace hincapié en la existencia de las clases dentro del marco estructural de un determinado modo de producción y en la interdependencia de las distintas clases.

Para entender a las nuevas clases medias, es necesario hacer referencia a la nueva burguesía, ya que es otro el modelo cultural dominante que se irradia hacia el conjunto de la sociedad.

A diferencia de las burguesías y clases medias del siglo XX esencialmente urbanas y cosmopolitas, estas nuevas burguesías globales si bien viajan y circulan por el mundo no son cosmopolitas, buscan lo igual y homogéneo, en términos de estilos de vida, de estar entre “gente como uno”. La búsqueda de lo diferente en términos de consumos culturales, viajes y comida constituye un símbolo de su *ethos* globalizado. Este punto me parece sugestivo de los cambios en el *ethos* de las clases, que tiene a su vez impacto en la acción y en el vínculo con los bienes simbólicos.

Para Sassen el cosmopolitismo de la ciudad moderna se caracterizaría por la combinación de diferentes lógicas, la aceptación de lo diverso, la búsqueda de lo diferente. Por el contrario, en estos nuevos estratos transnacionales, profesionales y ejecutivos, funcionarios y excluidos, lo hacen atravesados por una sola lógica. Lo interesante que enfatiza Sassen es que esa circulación que caracteriza a esta clase no implica cosmopolitismo. Lo que lo constituye es la obtención de ganancias. Como se pueden mover en una diversidad de culturas parecen más mundanos. Se puede hablar de un nuevo cosmopolitismo e hipermovilidad del capital.

Estos tres estratos están atravesados por redes: económicas, políticas y movimiento sociales.

En el marco de una fuerte desnacionalización de la economía, las empresas no se identifican con una economía nacional. Lo que define la forma de accionar de esta nueva clase global no es su posición social, sino las relaciones sociales entre profesionales y las redes. La infraestructura operativa de la globalización económica empresarial demanda una gran cantidad de profesionales, gerentes, ejecutivos y personal técnico. Se caracteriza por su movilidad y constituye una nueva clase transnacional de profesionales. Al igual que las nuevas clases medias o que el estrato gerencial identificado en las investigaciones sobre las clases sociales, este grupo se define por el control más que por la propiedad. Mientras que las viejas clases medias se caracterizaban por su posición dentro de la burocracia vertical integrada, la inserción de la actual clase profesional en un marco de desintegración burocrática indica que su posición en la economía ha registrado un desplazamiento.

Como hoy predominan los contactos sociales entre profesionales de distintas empresas, esto modifica sustancialmente el campo estratégico en que se inserta esta clase emergente, la movilidad caracteriza no solo el trabajo para la empresa sino también la maximización del capital social de esa clase. Esta nueva organización empresarial requiere de una infraestructura física de primer nivel, el hiperespacio de la economía global está compuesto de edificios de oficinas, zonas residenciales, aeropuertos y hoteles. Esta clase circula a través de ese espacio económico empresarial y transfronterizo.

La red de ciudades globales produce lo que podría denominarse una nueva subcultura, un desplazamiento desde la versión nacional de las actividades internacionales hacia una

versión global de dichas actividades. En segundo lugar una nueva clase está constituida por las redes transnacionales de funcionarios públicos. En efecto, en las décadas de 1980 y 1990 surgieron nuevos tipos de redes gubernamentales, conectadas por un lado con la globalización de las empresas y por otro con la globalización de un número creciente de responsabilidades y objetivos gubernamentales en otros dominios globales como la defensa de los derechos humanos, la protección del medio ambiente y más recientemente la lucha contra el terrorismo. Existen también redes intergubernamentales que funcionan por fuera de las instituciones internacionales formalizadas y cuyos integrantes operan dentro de un marco constituido por los acuerdos entre los jefes de sus respectivos gobiernos.

En ese sentido, cabe destacar la aparición de un fenómeno muy reciente: la formación de redes informales que operan por fuera de los acuerdos intergubernamentales. El elemento crítico para la configuración de estas redes transgubernamentales como clase global se dio con la globalización que comenzó en la década del ochenta, momento que representó un punto de inflexión de una época que asistió al fin de la cooperación intergubernamental característica de la posguerra dentro del marco de los acuerdos de Bretton Woods.

En tercer lugar, Sassen hace referencia en esta nueva estratificación de la globalización capitalista a la nueva clase global de los desfavorecidos, que me parece importante incluir para comprender el significado de las nuevas formas de las clases medias. Un dato de especial interés para el presente trabajo es que la mayoría de las personas que integran esta formación global gozan de escasa movilidad. No pertenecen a una clase transnacional hipermóvil ni a la nueva elite internacional de la sociedad civil. Lo importante es que las causas políticas locales pueden ser globales aunque estén totalmente inmersas en lo local y aunque no se cuente con el permiso o con los medios para viajar.

Otro autor que contribuye al análisis de la sociedad contemporánea y en la cuestión que desarrolla esta tesis es Richard Sennet. En *La nueva cultura del capitalismo* manifiesta que las nuevas clases medias expresan la sensación de que han quedado a la deriva en el capitalismo actual. Dado que la desigualdad es la nota distintiva, podemos constatar una profunda diferencia salarial entre los ejecutivos de más alto nivel (López Ruiz, 2001), y los de la base de la empresa además de un estancamiento de las capas medias de ingreso en relación con la elite. Estas desigualdades de riqueza se corresponden con la ampliación de la desigualdad social.

Es evidente la generación de gran riqueza en la capa superior del orden social, pero tal vez sea más importante la línea divisoria de clase entre los que se benefician de la nueva economía y las capas medias que no se benefician de ella. El analista del trabajo Rifkin habla por ejemplo de una sociedad de dos niveles, en la que la elite de las habilidades, los dueños de la información y los analistas simbólicos se alejan cada vez más de las estancadas clases medias. El modelo institucional del futuro no proporciona un relato vital en el trabajo ni les promete suficiente seguridad en el terreno público. En la sociedad en red, sus redes informales son muy delgadas.

El sociólogo italiano Bologna (2004) hace una distinción inicial entre vieja y nueva clase media y contribuye en mis preocupaciones. La vieja se refiere a los trabajadores autónomos y la nueva es hija del capitalismo moderno, de la gran fábrica nueva, corresponde a la existencia del Estado social.

Con el posfordismo aparece una nueva forma de trabajadores autónomos. El muro de Berlín empezó a caer, arrastrando con su derrumbe el prestigio social del trabajo asalariado. El trabajo autónomo aumentó considerablemente entre 1970 y 1980, en los sectores de higiene y sanidad, los medios de comunicación y las editoriales. El trabajo por cuenta propia de segunda generación ha adquirido su especificidad en el periodo que va de 1970 a la actualidad, situándose por lo tanto en una fase histórica en la que la organización del espacio creada por el taylorismo, tanto en la fábrica como en las oficinas se ha ido desestructurado. El trabajador asalariado transitaba por dos sistemas de reglas y culturas separadas: la casa y la fábrica, la residencia y la oficina, el lugar de la vida privada, de la familia y los afectos, y el lugar de trabajo. La primera característica del trabajo por cuenta propia es la domesticación. El horario de trabajo sigue los hábitos, los ciclos vitales de la vida privada.

8.2 Referencias a la crisis social y la disminución de las clases medias

Después de desarrollar aspectos sociales del capitalismo posfordista, en términos de reestructuración de las clases y en consecuencia del nuevo lugar que ocupan las clases medias en el contexto mundial, me propongo comprender empíricamente las características que estas han asumido en nuestro país a partir de la crisis de 2001, indicadores que se transforman a partir del año 2003. Es decir que si bien se observa cierta recuperación de la llamada nueva

pobreza, queda en evidencia que se ha construido un país profundamente desigual.

Aquí se describirán, con datos producidos por consultoras, informaciones de la prensa gráfica, estudios estadísticos y diversas publicaciones que circulan en la *web*, las características de la estructura social argentina actual, la dimensión de los sectores medios actuales y de los sectores populares, así como también se evaluará el modo en que se manifiesta el desempleo.

Comparto con Feijóo (2001: 2) que, como resultado de procesos sociales y económicos de mediano y largo plazo, se ha configurado una nueva estructura social en la Argentina. Esto es, un nuevo país, una nueva pobreza, una mutación de los actores sociales históricos y del tipo de relaciones colectivas, individuales, macro y micro-cotidianas que configuran una sociedad muy distinta de aquella de hace 30 o 40 años. “Ni a la opinión pública ni a los medios de comunicación de masas les resulta fácil interpretar esta nueva realidad”, afirma acertadamente Feijóo (2001: 47).

En relación con los grupos sociales, sus rasgos más llamativos son la persistencia y la profundización de la pobreza de la población en general y de algunos grupos específicos de edad. Tal es el caso de los jóvenes y de la tercera edad, como lo corroboran los datos que se mostrarán más abajo.

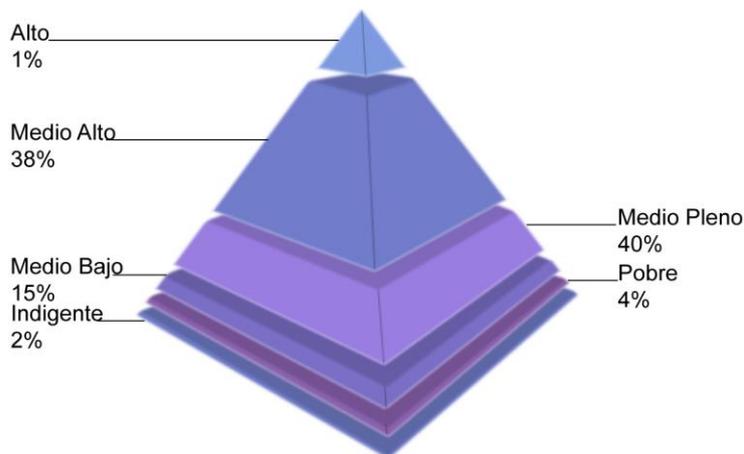
En el proceso de crecimiento de la desigualdad social se observan varios fenómenos, la caída estrepitosa de los sectores medios, y su transformación en una categoría que los sociólogos han dado en llamar *nuevos pobres*, junto con el crecimiento de la pobreza y la indigencia.

El fenómeno de transformación de las clases medias no comenzó recientemente. Si bien a nivel público sus dificultades aparecen asociadas con medidas económicas recientes como el “corralito” primero, la pesificación y la devaluación después, la crisis comienza hace casi tres décadas, según se planteó anteriormente. Esta crisis social aparece retratada en alguna bibliografía de comienzos del sistema democrático, a partir de investigaciones promovidas por el INDEC que daban cuenta del crecimiento de la pobreza en la Argentina, difundándose un nuevo indicador para la medición de la pobreza que es el concepto de necesidades básicas insatisfechas. Durante el gobierno de Alfonsín se reconoce el incremento de las personas indigentes por el impacto que ha tenido en la clase trabajadora la destrucción

de la industria nacional y la paulatina disminución de sectores trabajadores asalariados⁶¹. Este proceso, que se pone entre paréntesis en los primeros años de la transición democrática, se agudiza durante los años noventa.

Como diversos autores se encargan de señalar (Svampa, 2001; Minujin y Kessler, 1994; Arizaga, 2000), en estos años se produce una fragmentación de los sectores medios, con una parte que resulta favorecida por las políticas económicas fundadas en el modelo de la convertibilidad, ya sea a través de la participación en procesos económicos vinculados a las políticas de privatizaciones o por la rentabilidad financiera. La otra parte se tornó vulnerable como consecuencia de la Ley de Reforma del Estado, que durante los años noventa produjo un congelamiento de los salarios a nivel estatal y una retracción del empleo público en general, y por otro, por la flexibilización del mercado de trabajo, que ocasionó un proceso de inestabilidad creciente del empleo, transformando en forma paulatina prácticas arraigadas de las históricas clases medias argentinas. Así que si bien hubo sectores de las clases medias que vivieron los años noventa como una posibilidad de acceso al consumo, esto fue posible en el marco del crecimiento del desempleo y la precariedad laboral.

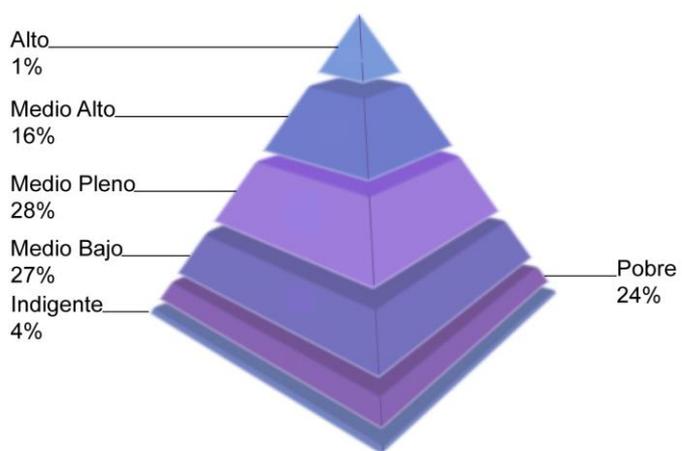
**Pirámide de estratificación social metropolitana
EPH de octubre de 1974**



Fuente: Consultora Equis con datos EPH/INDEC.

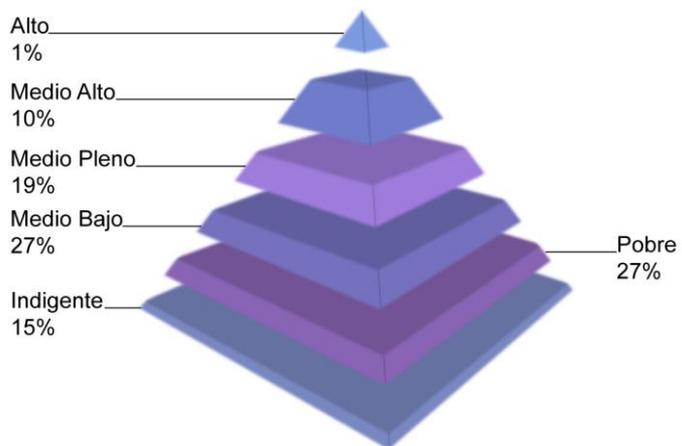
⁶¹ Podemos recordar de esa época el reparto de la “caja PAN” (Plan Alimentario Nacional).

**Pirámide de estratificación social metropolitana
EPH de octubre de 1980**



Fuente: Consultora Equis con datos EPH/INDEC.

Año 2004



Fuente: Consultora Equis con datos EPH/INDEC.

Cierta bonanza que hubo en el primer lustro de los noventa se debió, según analistas económicos, a la llegada de un caudal cuantioso de capitales derivados de las privatizaciones de empresas estatales, y también al crecimiento del denominado sector servicios, proceso que comenzó a entrar en crisis a mediados de los noventa y con mayor profundidad con el denominado “efecto tequila”.

A pesar de que esta sociedad se presenta a sí misma como una sociedad de clases medias, no son demasiados los estudios realizados en ese sentido⁶². La crisis de los sectores medios comenzó a ser pensada sistemáticamente en diversos seminarios que se hicieron en los primeros años de los noventa. En 1992 aparece un libro titulado *Cuesta abajo*, y en 1994 el trabajo de Alberto Minujin y Gabriel Kessler sobre *La nueva pobreza en la Argentina*. En investigaciones recientes⁶³ sobre el surgimiento de una nueva pobreza⁶⁴ en la Argentina⁶⁵, cuando los entrevistados hablan de lo que han perdido en términos de consumo y, en consecuencia de identidad, aparece el hecho de no poder ir más al cine, o al teatro, comprar CDs y/o libros (Minujin y Kessler, 1994). Según señalan estos autores:

El proceso de empobrecimiento que sufrió la gran mayoría de la sociedad argentina casi no tiene parangón en otras sociedades del planeta. Baste decir que el conjunto de los trabajadores perdió en las últimas dos décadas alrededor de un 40 por ciento del valor de sus ingresos. En el Gran Buenos Aires, entre 1980 y 1990 la pobreza creció un 67 por ciento, dentro del cual se destaca un grupo, el de los ex integrantes de las clases medias, que ingresan en el territorio de la pobreza: los nuevos pobres, que se acrecentaron en un 338 por ciento. A pesar del crecimiento económico experimentado, el empobrecimiento de los sectores medios del país ha continuado en los últimos años. Este hecho marca un punto de no retorno, el fin de un determinado tipo de sociedad. Hasta entonces, la Argentina había sido una sociedad relativamente integrada... Hoy luego de casi dos décadas de empobrecimiento masivo de la clase media, no hay duda de que, como decían muchos nuevos pobres que entrevistamos "este país ya no es el mismo país (Minujin y Kessler, 1994:10).

Los autores (ob.cit: 93) arriesgan una definición que puede ser útil para comprender el

⁶² He citado ya los estudios de Gino Germani, Susana Torrado. Más recientemente Svampa (2005) y Wortman (2007).

⁶³ Mucho se ha analizado y se sigue analizando en la Argentina sobre este nuevo fenómeno. Se puede consultar además del texto de Minujin y Kessler, los trabajos de Artemio López (2004) sobre la pauperización de las clases medias en Buenos Aires. También se pueden mencionar los trabajos de Susana Torrado (1992) sobre las formas de consumo de estos sectores medios, etc.

⁶⁴ Son nuevos pobres porque poseen una vivienda digna, aunque desmejorada y en muchos casos están desocupados o el jefe de hogar atraviesa situaciones de precariedad laboral. La pobreza es en términos de ingresos actuales.

⁶⁵ Fenómeno que se refiere al empobrecimiento de una extendida clase media, que hacía de la sociedad argentina una sociedad relativamente integrada, sin graves problemas sociales, y diferente del resto de América Latina.

cambio cultural en la vida cotidiana a partir de los procesos señalados. “Empobrecerse puede ser dejar el club, computación, terapia, la música, las revistas, el cine”. Poco se sabe de esta cuestión a partir de las investigaciones existentes en un sentido diacrónico. En todo caso lo que se sabe específicamente sobre consumos culturales, no permite entender estas pérdidas y menos en un sentido temporal e histórico⁶⁶.

También en mi investigación (Wortman, 2006) sobre identidades sociales y consumos culturales aparecen las diversas estrategias que desarrollan los sectores medios castigados por sucesivas políticas económicas para obtener información sobre espectáculos gratuitos, como una manera de preservar una identidad configurada simbólicamente más allá de intereses materiales. Sin embargo, sostengo que el vínculo constitutivo de las clases medias con la cultura está adquiriendo nuevas significaciones no sólo por el peso de la modificación de la estructura de clases y la fuerte fragmentación y heterogeneización de los sectores medios, sino porque este proceso se produce en forma paralela a un nuevo modo de ser occidental, que se manifiesta sensible y visiblemente en el plano de la cultura.

Así los sectores medios no son los mismos tanto desde el punto de vista económico y social sino también cultural. El nuevo clima de época, llamado posmodernidad, atraviesa nuestra ciudad tanto en la esfera urbana, como en relación con las prácticas culturales de los porteños. La era informacional con los múltiples fenómenos que la constituyen (cultura *massmediática*, nuevas tecnologías, informática, etc.) redefinen los vínculos sociales, culturales y artísticos. Asimismo, en el vínculo con la cultura se expresan rupturas aunque también persisten continuidades. La cultura aparece como demanda y como parte de un estilo de vida⁶⁷. En este contexto de empobrecimiento, paralelo a un nuevo *ethos* epocal de reclusión en el ámbito de lo privado se instala el video primero y la TV por cable después (Karol y Finkelievich, 1990; Landi y otros, 1990). En ambos trabajos comienza a definirse una nueva categoría social para abordar sectores sociales que históricamente han accedido a la vivienda, a la educación y a vacaciones pagas, a vivir en barrios con todos los servicios

⁶⁶ La investigación de Minujin y Kessler contiene un número importante de entrevistas en profundidad las cuales permiten advertir la dimensión subjetiva de este proceso de empobrecerse en los consumos de toda índole.

⁶⁷ Ver la ponencia que hice con Cecilia Arizaga, “Buenos Aires está cambiando, entre los consumos culturales y los barrios cerrados”, presentada en el Seminario Internacional *El nuevo milenio y lo urbano*, realizado en la facultad de Ciencias Sociales, UBA, noviembre de 1998. El *abstract* se puede ver en www.riadel.cl/. El consumo cultural aparece en los sectores medios castigados como una estrategia de identidad y diferenciación con respecto a los sectores populares, no sólo como capital cultural sino como capital social acumulado.

básicos (como agua, electricidad, teléfono y transporte), a los que el crecimiento del desempleo y la caída del poder adquisitivo del salario iban colocando en un estándar de vida cada vez más cercano a los pobres estructurales, los cuales no habían crecido, al menos durante los primeros años noventa.

Según las estadísticas, estos procesos de polarización se agudizan entre el año 2000 y 2001 y continúan a lo largo de 2002. En esos años se manifiesta un importante enriquecimiento de los estratos más altos, produciéndose en esa traslación de ingresos un crecimiento del empobrecimiento de sectores sociales que, habiendo formado parte de los sectores medios, habían comenzado a caer por debajo de la línea de pobreza.

A pesar de lo engorroso que puede resultar la presentación números, me parece importante mostrar cómo la Argentina se encontraba a merced de los grandes poderes económicos que incidían en la profundización de la desigualdad día a día. Más recientemente, la prensa escrita, tanto nacional como internacional, durante el año 2000 y 2001 elaboró numerosas notas, que tienen como fuentes diversas consultoras, el INDEC y la EPH, dando cuenta del crecimiento permanente de la pobreza en nuestro país, producida por la recesión económica, el deterioro de la capacidad adquisitiva del salario, la creciente concentración del ingreso y el desempleo. La persistencia de estos procesos hace que este capítulo sobre la estructura social argentina esté construido sobre la base de notas periodísticas, lo cual revela el dinamismo negativo de estos acontecimientos. En una nota del diario *Clarín* del 17 de agosto de 2001 se anuncia que

en apenas un año, con lo cual se manifiesta la radicalidad excluyente del modelo económico, en la Capital y el Gran Buenos Aires, 413.000 personas cayeron en la pobreza, sumándose a los 3.546.000 personas que ya vivían en hogares pobres en mayo de 2000. Así, sobre una población de 12,1 millones de habitantes, casi 4 millones –el 32,7 %– de porteños y bonaerenses no tiene ingresos suficientes para comprar una canasta básica de alimentos y servicios, según los datos del INDEC difundidos. Esto significa que uno de cada tres habitantes porteños y del conurbano es pobre (*Clarín*, 17/08/2001).

Estas cifras, en términos netos y como porcentaje del total de la población, son las más altas desde 1991. Entonces, hacia agosto de 2001, proyectando los datos de Capital y el conurbano a todo el país, la pobreza se extiende a más de 15 millones de personas, equivalente al 41 % de la población. Durante el año 2001, la falta de ingresos suficientes

afectó al 37,7 % de los argentinos⁶⁸.

En este crecimiento de la pobreza, lo que más se destaca es el incremento de los denominados indigentes, es decir de las personas que ni siquiera pueden comprar los alimentos para cubrir sus necesidades calóricas básicas. El INDEC considera indigente a las familias que ganan menos de 200 pesos mensuales o 63 pesos si se trata de un adulto sin hijos ni esposa. Y en esa situación de ganar menos de 1,65 pesos diarios en la región metropolitana había 264 mil hogares que albergaban a 1.247.000 personas. Como en mayo de 2000 había 892.000 indigentes, eso significa que de los 413 mil nuevos pobres, el grueso –355 mil personas– se explicaba por el incremento de la llamada pobreza extrema. En la Capital, la pobreza subió del 10,3 % al 10,9 %, con lo que se alcanzaba la cifra de casi 350 mil pobres porteños. Este aumento de la pobreza en el último año se explicaba por la suba del desempleo y el subempleo, la disminución de la gente ocupada y la caída en casi un 5 % de los ingresos del 30 % de la población que ganaba menos de 300 pesos. En particular esto afectó a la gente que vivía en el llamado segundo cordón del Gran Buenos Aires (Almirante Brown, Berazategui, Esteban Echeverría, General Sarmiento, Florencio Varela, La Matanza, Merlo, Moreno, San Fernando y Tigre), donde la pobreza alcanzaba al 48,9 % de sus habitantes. En esos distritos bonaerenses, en un año se agregaron 330 mil nuevos pobres, con lo que se llegó al punto en que una de cada dos personas era pobre. En promedio, los ingresos cayeron casi el 10 %, pero bajaron con más intensidad en los sectores de menores recursos, a la vez que el desempleo castigó también con mayor fuerza a esta franja de la población.

Hasta mediados de la década del setenta, la pobreza era un fenómeno marginal en la Argentina, y comprendía al 5 % de los hogares. En la década del ochenta subió al 12 %, pegó un salto con la hiperinflación de 1989/1990, para descender luego, con la convertibilidad. Pero esta caída sólo duró hasta mediados de 1994. Desde entonces subió en forma sostenida, a tal punto que sólo en la Capital y el conurbano el número de pobres se duplicó: de 1,8 millones a casi 4 millones. El crecimiento diario de la pobreza, su magnitud, son visualizados como algo novedoso tanto en la prensa nacional como internacional. El sitio *web* de la BBC

⁶⁸ Hacia agosto de 2001, el INDEC considera *pobres* a las familias –matrimonio y dos hijos– que en la Capital y el conurbano ganan menos de 470 pesos por mes, o 155 pesos mensuales en el caso de un adulto sin esposa ni hijos. Y en la principal región del país, en esa situación de contar con menos de 4 pesos diarios hay 838 mil hogares donde viven 3.959.000 personas. Pensemos estos datos antes de la devaluación, la inflación y el aumento del costo de vida durante el año 2002 y el impacto del llamado “corralito” en los hogares más pobres.

en español, basándose en datos producidos por la consultora Equis, luego de la crisis de diciembre, titula y compone así sus notas sobre el país: “Argentina: un nuevo pobre cada minuto” (casi como quien no puede salir de su asombro) y más aun: “El 60 % de los nuevos pobres hace un año pertenecía a la clase media”, “Hacia enero de 2002, los pobres en Argentina sumaban 14 millones [...] Es una vuelta cruel del lenguaje: si hace unos años en América Latina se hablaba de los ‘nuevos ricos’, hoy en Argentina el tema son los ‘nuevos pobres’”. También en el exterior comienzan a construirse nuevos imaginarios sobre la Argentina.

El año 2002 puso en escena un profundo desaliento dada la gravedad de la crisis social alcanzada. Crecían el desempleo, el trabajo precarizado, y en los sectores con trabajo se observaba una importante caída del poder adquisitivo de los ingresos por el aumento injustificado del costo de los alimentos, lo cual profundizaba la traslación de ingresos a las clases dominantes y empobrecía a la sociedad. Si hacia comienzos de año se afirmaba que los pobres en la Argentina sumaban 14 millones (alrededor de un 40 % de la población) cuatro meses después circulaba información acerca de que esas cifras se habían incrementado, lo cual expresaba la extrema gravedad de la crisis así como también, fundamentalmente, que a pesar de que el actual gobierno de transición había abandonado el modelo de la convertibilidad, en esencia el modelo económico excluyente no había hecho más que profundizarse. También se destaca en la prensa nacional e internacional y documentos económicos el notable crecimiento del desempleo, que ascendía entonces a más del 20 % de la población.

La catarata de datos sobre la situación social que en el segundo trimestre de 2002 difundió el INDEC reflejaba que ya no quedaban rastros de la ilusión que se montó durante la década del noventa, pretendiendo que la Argentina integrara el llamado Primer Mundo. Estos datos mostraban que en un año 755 mil personas más estaban desocupadas, según señalaba la Encuesta Permanente de Hogares que se llevó adelante en mayo en 28 aglomerados urbanos del país. Los datos relevados daban cuenta de que en medio de la caída del valor del peso, y con la actividad productiva paralizada, crecía en el mercado laboral el efecto “desaliento”: en un año 400 mil personas dejaron de buscar trabajo, por las dificultades para hallarlo. Según explicó el titular del INDEC, Juan Carlos Del Bello, fue por este desaliento que entre mayo de 2001 y mayo de 2002 la población económicamente activa –es decir, la gente que está en condiciones de trabajar– se mantuvo estable, en 14,3 millones de personas.

En el caso del Gran Buenos Aires, el INDEC desagregó la caída en la cantidad de gente ocupada por rubros de trabajo. Así, señaló que en la industria hubo un 11,6 % menos de trabajadores con empleo respecto a mayo de 2001, cifra que llega al 24,4 % en la construcción, 10,3 % en el comercio, 15,6 % en el transporte y 13 % en los servicios financieros y empresas. En tanto, destaca el informe oficial, en el conurbano aumentó un 7,5 % la ocupación en la administración pública, enseñanza y salud y un 5,7 % en los servicios sociales y personales.

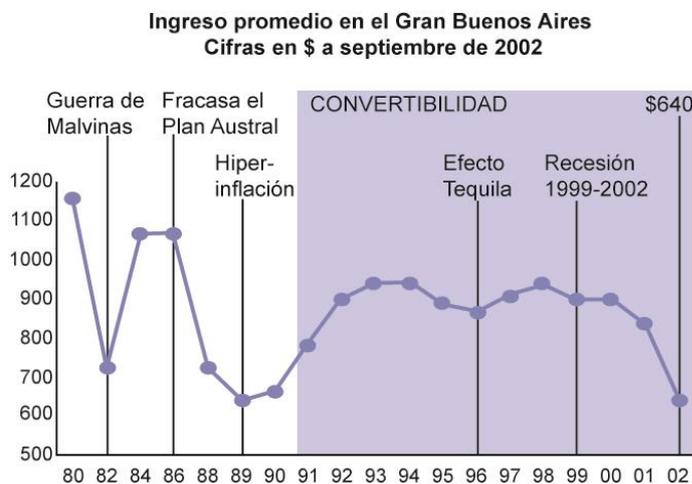
Con niveles de pobreza superiores al 50 %, tener trabajo no implicaba necesariamente acceder a una vida digna, como parece ocurrir también en el presente. Los datos del INDEC consignaban que el 25,7 % de los ocupados ganaba menos de 200 pesos por mes y no llegaba a cubrir los 210 pesos que demandaba la canasta básica para las necesidades de un adulto. En este contexto, cada día había más argentinos con trabajos precarios. En Capital y el Gran Buenos Aires, entre mayo de 2001 y mayo de 2002, 2,1 millones de personas se convirtieron en pobres. Y dentro de ese grupo, los indigentes aumentaron en 1,5 millón. Así, los pobres de la región sumaban 6 millones de personas y los indigentes 2,7 millones. En esta, la zona más rica del país, en un año la pobreza creció a un ritmo de cuatro nuevos pobres por minuto. Y en los partidos más alejados del conurbano, siete de cada diez personas eran pobres.

Así la pobreza se alimentaba de dos fuentes: caída de los ingresos e inflación. Entre mayo de 2001 y mayo de 2002 la pobreza subió el 30,5 %. Si bien los datos difundidos muestran que en ese último mes el 49,7 % de la población se ubicaba debajo de la línea de pobreza, Del Bello aclaró que, por el efecto de los precios, creció al 51,3 % en junio y al 52,8 % en julio, cuestión que seguía en ascenso. En un año la tasa de indigencia se duplicó, al pasar de 10,3 % en mayo de 2001 al 22,7 % en el mismo mes de 2002. Así, el último registro oficial superó el récord del 47,3 % de pobres de octubre de 1989, en medio de la hiperinflación de comienzos de la gestión de Carlos Menem. Claro que en aquel momento los índices de desocupación de la región eran del 7 %.

En 2002 el 56,9 % de los que trabajaban tenían empleos precarios, improductivos, temporarios, de mera changa, de baja calificación o en negro. Se estima que había más de 200 mil personas viviendo de la venta de cartón, obtenido en la búsqueda callejera de residuos, y del trueque.

Comparto con Feijóo (2001) que la sociedad argentina fue desmantelada tanto económica como simbólicamente en términos de derechos y bienestar. Si bien el deterioro social afecta al conjunto de América Latina y el crecimiento de la desigualdad social se manifiesta también en sociedades del Primer Mundo, en nuestro país asume una significación peculiar ya que se trata de una sociedad que supo conocer un nivel de vida más alto, una mayor calidad de vida, que se pensó como un país rico.

Crecimiento de la desigualdad social en la Argentina



Fuente: Centro de Estudios Bonaerenses / Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales.

Fuente: Clarín, 18 de noviembre de 2002

Podemos hablar entonces de dos procesos sociales estructurales, la transformación de la Argentina en un país cada vez más segmentado y polarizado debido a un proceso creciente de movilización social descendente y la emergencia de un grupo social llamado los nuevos pobres. Se trata de una nueva categoría de pobres, son pobres de ingresos, pero generalmente tienen un nivel educativo más alto que los pobres estructurales y una experiencia de vida diferente, un capital social acumulado que les permite operar con el mundo de manera diferente. Así, junto con el crecimiento de los nuevos pobres se va constituyendo también un nuevo sector social, llamado los nuevos ricos, los cuales se manifiestan espacialmente en un

también nuevo fenómeno que son los *countries* y barrios cerrados⁶⁹. Según las estadísticas, estos procesos de polarización se agudizan entre los años 2000 y 2001, y se continúan a lo largo del 2002. En esos años se manifiesta un importante enriquecimiento de los estratos más altos, produciendo en esa traslación de ingresos un crecimiento del empobrecimiento y de sectores sociales que, habiendo formado parte de los sectores medios, habían comenzado a caer por debajo de la línea de pobreza.

En este contexto surge en los entrevistados la categoría de nuevos pobres, un concepto largamente trabajado sobre el que ya se hizo mención en el capítulo 8. Algunos de sus rasgos son: pobreza económica, pérdida de ingresos, desocupación, subocupación pero con un importante capital educativo y cultural. Con la transformación de la dinámica de la economía y reducción del espacio de difusión cultural, comienzan a surgir otras formas de la estructura social. En términos del Estado, estos nuevos sectores, que se incrementaron notablemente durante los noventa constituyeron el foco de las políticas culturales del gobierno de la transición democrática. El Programa Cultural en barrios tuvo como público fundamentalmente a esos sectores. Así como hay un sector que se empobreció pasando a formar el espacio social de la marginalidad y de los llamados pobres estructurales, otro proveniente de las clases medias descendió fuertemente.

En los noventa este sector social, si bien se había empobrecido fuertemente y había comenzado a formar parte del universo de los desocupados, se hace visible con la crisis de 2001. Las clases medias educadas y consumidoras de cultura fueron durante muchos años un actor relevante de la sociedad argentina, aunque fuera observada con recelo por los factores de poder, cuando fracciones de estas clases se vinculaban con partidos de izquierda. En las entrevistas realizadas en el marco de las investigaciones anteriormente citadas, en estos individuos castigados por la crisis, se manifiesta una necesidad de sostener la asistencia a espectáculos y actividades culturales como una manera de construir una identidad

⁶⁹ Obviamente el crecimiento de los nuevos ricos y una fracción de los sectores medios que ascendió socialmente no tuvo la misma magnitud que el crecimiento exponencial de los nuevos pobres. De todos modos me parece importante mencionarlo, en relación con esta idea de segmentación de la sociedad argentina y también de cambios culturales, ya que la suburbanización de estos sectores medios que se enriquecieron, estuvo asociada a la generación de estilos de vida que rompen con la idea de una ciudad cosmopolita y europea, más próxima a un estilo de vida americano. Ver Arizaga, Cecilia (2000) "Murallas y Barrios Cerrados. La morfología espacial del ajuste en Buenos Aires", en *Nueva Sociedad*, núm. 166. Posteriormente Maristella Svampa (2001) publicó un libro sobre el tema titulado *Countries y barrios cerrados, nuevas formas de sociabilidad en los noventa. Los que ganaron*. Buenos Aires: Biblos.

diferenciada con respecto a los pobres.

Frente a la sensación de pérdida provocada por la crisis social, la reducción de ingresos, de percepción de descenso en la escala social, se apela a los consumos culturales, a un saber construido por herencia, a una tradición y un valor pretérito en la educación pública (Wortman, 2003). Se sostiene como rasgo de identidad, cierta cultura de las salidas. Pero por otro lado se advierte la dificultad de la lectura de diarios y libros en el ámbito del hogar. Esta valoración es evidente en quienes tienen más de 50 años. Es notable en ese sentido la diferencia en la relación con la cultura según edades.

La pregunta es, entonces, ¿cómo afectó en el plano de las representaciones este doloroso proceso que se describe?, para luego tratar de indagar qué relación existe entre estas nuevas clases medias, fragmentadas y los consumos culturales.

8.3 Imaginarios sociales de la Argentina posmenemista: las clases medias castigadas

8.3.1 El descenso: la representación de un nuevo lugar social en un orden polarizado

¿Que lugar ocupa la cultura en un momento de reconfiguración de las identidades? Para pensar ese vínculo me parece importante dar cuenta de cómo es percibido a nivel subjetivo el descenso social mencionado en relación con generaciones anteriores, esto es la constatación de la desaparición de un rasgo distintivo de nuestra sociedad como es la movilidad social ascendente, a partir de la amenaza del desempleo, pero también de la descalificación del conocimiento y de los estudios universitarios como garantías de ascenso social. Durante muchos años la educación pública constituyó la base de igualdad de oportunidades para los jóvenes de distintas fracciones sociales al permitir el acceso al conocimiento sin necesidad de pertenecer a clases altas ni estar en situaciones privilegiadas. El esfuerzo garantizaba el acceso a nuevas titulaciones, y en consecuencia prometía una vida más digna. En la Argentina del presente, el ingreso a la universidad no necesariamente promete un futuro digno, ni trabajos bien remunerados y estables⁷⁰.

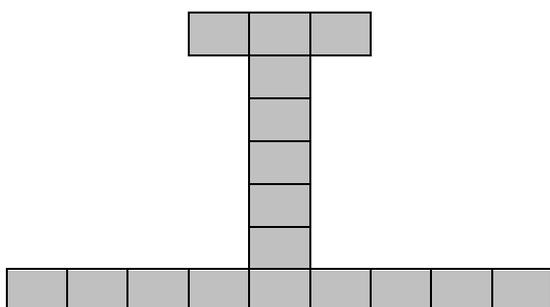
⁷⁰ Aunque de todos modos no es lo mismo ser una persona calificada con relación a otra descalificada. Seguramente, la segunda estará más expuesta a situaciones de exclusión social.

Las personas jóvenes expresaban una cosmovisión geométrica de la sociedad distinta a la que tenían sus padres. Si en ese momento daban cuenta de una percepción piramidal, antiguamente existía un imaginario extendido al conjunto social en términos de igualdad de oportunidades.

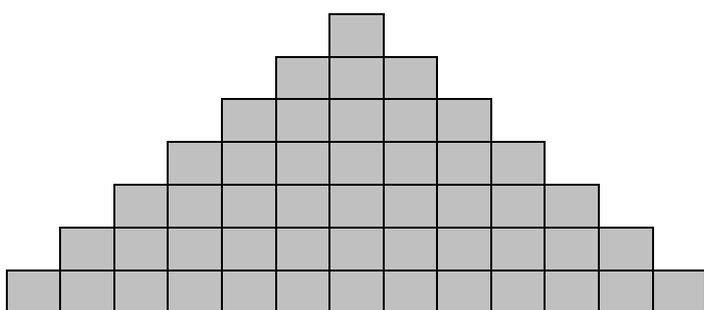
¿Cómo imagina era la sociedad argentina hace 30 años atrás?

A continuación se grafican en forma de pirámide las dimensiones de las respuestas a la pregunta “¿Cómo imagina era la sociedad hace 30 años atrás?”.

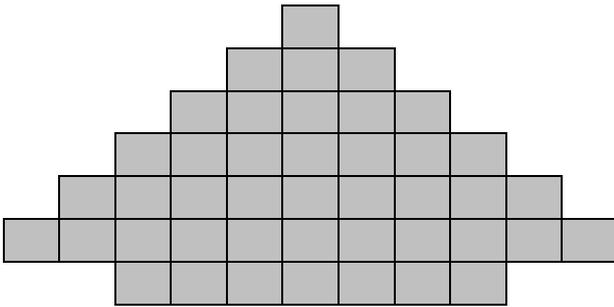
1. **Una sociedad como una pirámide con:** una pequeña elite en la parte más alta, muy poca gente en el medio y la gran masa del pueblo en la parte más baja.



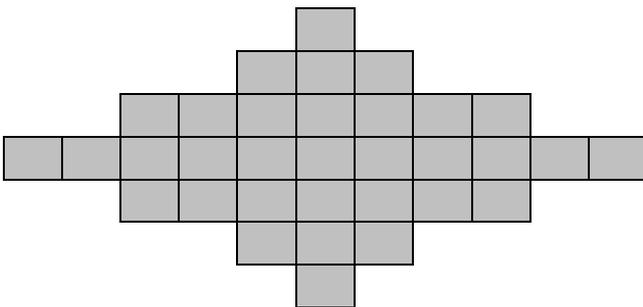
2. Una sociedad como una pirámide con una pequeña elite en la parte más alta, más gente en el medio y la mayoría en la parte baja.



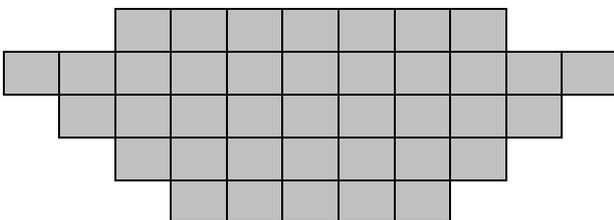
3. Una sociedad como una pirámide, excepto que sólo un poco de gente está en la parte más baja.

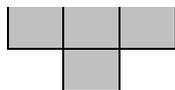


4. Una sociedad como una pirámide con la mayoría de la gente en el medio.



5. Una sociedad como una pirámide con mucha gente cerca de la parte más alta y sólo pocas personas cerca de la más baja.





1	2,9 %
2	18,7%
3	32,8 %
4	31 %
5	7,5 %
No puede elegir	7,1 %
Total	100 %

Fuente: *Elaboración propia en base a datos de CEDOP, septiembre-octubre de 2002*

Como podemos apreciar en la respuesta a la pregunta siguiente, las personas tienen una percepción distinta de la sociedad argentina, ya no impera una percepción de sociedad de clase media extendida.

Percepción de la desigualdad social hoy

1	61,1 %
2	32,8 %
3	1,9 %
4	1,1 %
5	0,8 %
No puede elegir	2,3 %
Total	100 %

Fuente: *CEDOP, Ana W, set-octubre/base 519 casos Datos propios*

En el cuadro siguiente se mide la percepción del nivel de descenso en la escala social, es decir cuánto se ha perdido social, económica y culturalmente en las últimas décadas.

Percepción de movilidad social descendente

	Nº de Casos	%
Se mantuvieron iguales	90	17,3
Bajaron 1 escalón	104	20,0
Bajaron 2 o más escalones	268	51,6
Subieron 1 escalón	12	2,3

Subieron 2 o más escalones	45	8,7
Total	519	100

Fuente: CEDOP, Ana Wortman, septiembre-octubre/base 519 casos. Datos propios.

Se puede apreciar que menos de 2 de cada 10 piensa que se mantuvo igual; que 2 de cada 10 cree que bajó un escalón y 5 de cada 10 opina que bajó 2 o más escalones. O sea, 7 de cada 10 (71,6 %) considera que bajó su ubicación en la escala social respecto de hace 10 años. Sólo 1 de cada 10 cree que subió. Como vemos en la encuesta, los entrevistados jóvenes asumen que su situación social es inferior a la de sus padres, con lo cual confirman en el plano subjetivo lo que desde los estudios cuantitativos se viene afirmando, la existencia de un proceso de movilidad social descendente. Ante la dificultad de nombrar a los de más abajo en la escala social, se los coloca en un universo diferente como si existiera un cerco. Detrás de ese cerco, están los pobres que se convierten en delincuentes, en algunos casos los inmigrantes de países limítrofes y el movimiento piquetero.

Percepción de desmovilidad laboral

+ +alto padre	45	8,7
+alto padre	91	17,5
casi igual	87	16,8
mas bajo	122	23,5
++bajo	97	18,7
nunca trabajo	40	7,7
7	36	6,9
98	1	0,2
Total	519	100

Fuente: CEDOP, Ana Wortman, septiembre-octubre/base 519 casos. Datos propios.

Lo que demuestran los datos es que el imaginario inclusivo de país de clases medias ha desaparecido, y es reemplazado por un imaginario de un país segmentado. Esta representación de un país dividido, desigual y fundamentalmente de falta de igualdad de oportunidades se expresa en el modo como se representa imaginariamente el orden social. Esta representación, en términos de “los que tienen el poder” estaría dada en, por un lado, la clase política en su mayoría corrupta, y por otro, en sectores de la sociedad que han acumulado dinero en esta última década. La acumulación de la riqueza se expresaría en un estilo de vida fastuoso y exhibitivo, producido por la participación en actividades económicas

no del todo transparentes (coimas, negociados, corrupción, prebendas, “timba” financiera) las cuales generarían un enriquecimiento vertiginoso, el cual permite formar parte de un espectro social legitimado fundamentalmente por el dinero⁷¹. Este espacio social de poder está conformado por empresarios, la “farándula televisiva” y la política. En el otro polo social están los que trabajan, fundamentalmente con esfuerzo. En este espacio social se sitúan las clases medias empobrecidas, golpeadas por la desocupación, y la economía informal. Si bien estos sectores establecen una distancia con aquellos que hicieron dinero sin esfuerzo, cuestión fundamental para definir su *ethos*, se colocan también a cierta distancia de quienes se encuentran más abajo en la escala social.

8.3.2 *La Argentina ya no es un país rico*

Las imágenes que transmitieron los medios⁷² sobre los saqueos y la violencia en general en los acontecimientos de diciembre de 2001 parecen haber impactado fuertemente en el imaginario de las clases medias. A partir de diciembre comienza a correrse un velo frente al conjunto de los sectores medios. “Antes no se veía”, comentan los entrevistados ante las terribles imágenes de saqueos y de personas hambrientas visibilizadas en esos días. Comienza a reconocerse que la pobreza, fenómeno pensado como novedoso, existía hace ya un tiempo largo.

Cuando se dice que “no se veía”, en realidad lo que se dice es que no se veía en Buenos Aires. Se acepta que la pobreza acompaña al país y al interior hace ya mucho tiempo. ¿Qué impacto tiene que la pobreza se vea en Buenos Aires? Buenos Aires es visualizada como una vidriera hacia el mundo entero, como si de lo que pasara en el interior nadie se enterara: lo importante finalmente es lo que se muestra desde esta ciudad. Así se instala otra frase para dar cuenta de la Argentina actual, “la Argentina dividida”. Si bien esto no es nuevo,

⁷¹ Es sugerente en este sentido el planteo de Bauman acerca de cuáles eran los valores que promovía el capitalismo fordista en términos del hombre exitoso y sobre qué valores se asienta el hombre exitoso posfordista. Ver Bauman (1999) *La globalización, sus consecuencias humanas*.

⁷² Martín Hopenhayn en “Vida insular en la aldea global” reflexiona en torno a las nuevas contradicciones del actual capitalismo en el marco de la llamada globalización. Una de ellas se vincula a la globalización comunicacional: los flujos de información y la circulación de imágenes en la nueva industria comunicativa son instantáneos y globalizados. Esto imprime en quienes participan percepciones paradójicas. De una parte, sensación de protagonismo, porque a través de Internet son muchos los que hacen circular sus discursos con un esfuerzo mínimo. De otra parte, sensación de anonimato al contrastar nuestra capacidad individual con el volumen inconmensurable de mensajes y de emisores que están presentes a diario en la comunicación interactiva a distancia. Junto a este proceso de simultaneidad, se da otro de profunda separación de mundos de vida entre las distintas clases sociales, a partir de la tendencia regresiva de distribución del ingreso.

ya que alude precisamente a esta dicotomía entre el desarrollo asimétrico de la ciudad de Buenos Aires y el resto del país, reaparece para dar cuenta de la desigualdad social. Ahora la fractura no es entre un Buenos Aires rico y el resto pobre, sino que el cerco es otro: ahora Buenos Aires está dividida. Se alude a esta fractura en el país cuando se intenta explicar qué pasó el 19 y el 20 de diciembre.

De todos modos a las clases medias, como a quienes se encuentran más abajo en la escala social, les preocupa fuertemente la cuestión del desempleo, problema al que colocan en primer lugar. Asimismo reconocen que en el marco de esta sociedad empobrecida, donde ellos también se han empobrecido, se hace cada vez más difícil progresar. La falta de perspectivas, la imposibilidad de pensar en el futuro, un profundo sentimiento de frustración los lleva a recuperar sus antiguas identidades de origen, a través de los trámites de ciudadanía. Los entrevistados en general han sacado sus ciudadanías de origen o están pensando en ello. Si para un sector el progreso individual y familiar está depositado en la obtención progresiva de objetos materiales a lo largo del ciclo vital (electrodomésticos, la casa y el auto y de confort hogareño, hacerse un viajecito, etc.), en otros está puesto en estudiar, en obtener credenciales educativas, etc.

Pero como uno de los fundamentos de la existencia de las clases medias es el discurso moral⁷³, se pretende salvar esta lógica excluyente afirmando que la pobreza “antes” era distinta; los pobres se imaginan como menos “malos” y menos identificados con la delincuencia. La pobreza no aparecía como amenazante. Ese antes aparece como impreciso, y también este tipo de afirmación constituye un enunciado de sentido común, que todos parecen entender pero nadie puede explicar, ¿en qué se diferencia la pobreza actual con un antes y cuando podemos situar a ese “antes”? Una de las cuestiones a las que se alude y que mencionaba más arriba para definir un ethos de clases medias, es la cuestión del trabajo con esfuerzo. Los pobres actuales no tendrían incorporado como valor la llamada cultura del trabajo. Lo cual probablemente sea muy cierto, si cotejamos esta falta con el alto porcentaje de jóvenes y no tan jóvenes desocupados, subocupados y/o pertenecientes a la economía informal. Estos jóvenes permanecen en un trabajo por espacios irregulares de tiempo. En el caso de conseguir un empleo, desconocen los derechos laborales, y más aun, la

⁷³ En *La distinción* (1984) Bourdieu establece una distinción entre las clases medias-medias, fundadas en un discurso de la voluntad y las viejas clases medias, en las que prevalece el discurso moral.

sindicalización, otrora esenciales y distintivo en las clases trabajadoras argentinas. Es decir que si hay algo que diferencia a las clases medias de las clases populares (ex clase obrera), es la existencia de un conjunto de valores y de saberes que les permite readaptarse a la crisis y subsistir dignamente. En los entrevistados se pueden observar ejemplos de nuevos “empleos” también vinculados a la economía informal como el de “remisero”⁷⁴ para los hombres y vendedoras de purificadores de agua, cacerolas o ropa a domicilio para las mujeres. Así la clase media, incluso aquella que tiene un nivel educativo universitario, acepta con dolor el realizar trabajos de menor “valía” para subsistir y acusa a quienes están más abajo de “no querer trabajar”. Este imaginario del “rebusque” o la “creatividad” se puede detectar en ciertas notas que se elaboran en el noticiero *Telenoche*, de Canal 13, en las cuales se puede traslucir el siguiente mensaje “no todo es negro, siempre hay una salida y podemos vivir felices”. Es muy común mostrar en dichas notas a sujetos que, siendo profesionales, “sobreviven” a la crisis con una sonrisa haciendo jugos en la calle. El mensaje también se funda en el sentido común: no hay que ser ambicioso, la felicidad se encuentra en las pequeñas cosas de la vida. En consecuencia, se manifiesta en estas notas un tono terapéutico, como si la crisis los hubiera ayudado a descubrir una vocación oculta, así como también cierto discurso promovido por la publicidad ponderando “las cosas pequeñas” frente a lo inalcanzable del dinero y las cosas materiales.

En esta articulación entre el discurso televisivo y cierta moralina de las clases medias, se construye un imaginario de la resignación que contribuye a paliar el conflicto social que subyace en estas “nuevas” prácticas sociales, potenciando las diferencias con quienes están más abajo en la escala social.

Asimismo, que se piense a la Argentina como un país pobre implica pensarlo como un país atrasado y premoderno. Esta relación con algo del pasado y perimido aparece cuando se habla de “los cartoneros”, lo cual revela una forma curiosa de reconocer estas nuevas formas de explotación social o más que nuevas, la extensión que estas tienen en gente que no siempre ha sido pobre. También se habla de hambre, lo cual aparece como inaceptable en términos de pensar el país como moderno o adelantado. Reconocer la existencia de hambre y desnutrición en la Argentina, implica colocarla en el lugar de países como la India. Sin embargo, reconocer

⁷⁴ Desconozco la existencia de estudios sobre el crecimiento desmedido de los “remiseros”, pero en general, en conversaciones se puede apreciar que hace unos años atrás, estos hombres de más de 40 años y en particular de más de 50 tenían un empleo en relación de dependencia, ya sea en el Estado o en empresas nacionales.

este costado no del todo admitido en términos históricos no impide insistir en la diferencia. La Argentina es pobreza y hambre ahora, pero también sigue generando recursos, sus habitantes participan en concursos de ciencia, matemática, medicina, etc., y ganan. En un momento en que se tiene la sensación de vivir en un país saqueado, los sectores medios apelan al patrimonio y al capital cultural, a un recurso que ha construido a lo largo de su historia y le da identidad. También pretenden revelar su modernidad en el discurso sobre la mujer, el reconocimiento de la igualdad de oportunidades y la tecnología, como puerta de acceso al mundo.

En este mismo sector social, la relación con lo cultural mantiene la misma significación pero en el contexto de crisis de la sociedad de consumo comienzan a emerger nuevas dinámicas sociales.

Capítulo 9

Clases medias y proyectos culturales. Procesos emergentes de una situación novedosa en el marco de la globalización cultural

9.1 Cine y libros postcrisis, ¿consumos de clases medias? El cine en casa. El impacto de Internet

En capítulos anteriores se ha desarrollado la relación entre clases medias y consumos culturales, poniendo el foco en el devenir del cine y la televisión. Asimismo, se contextualizó esa relación en un marco de transformación profunda y dramática de la estructura social argentina, en la cual los sectores medios se fragmentaron y asumieron las características, no sólo producidas por la crisis económica argentina, sino por la dinámica del capitalismo posfordista. En los siguientes apartados se abordará la tercera parte de esta tesis.

Me pregunto, entonces, por el vínculo de las clases medias y la cultura después de la crisis del neoliberalismo cuando ya una parte de la sociedad se cuestiona la exaltación de ciertas prácticas vinculadas al individualismo, al consumo y la reclusión en lo privado, en el marco de procesos de globalización cultural.

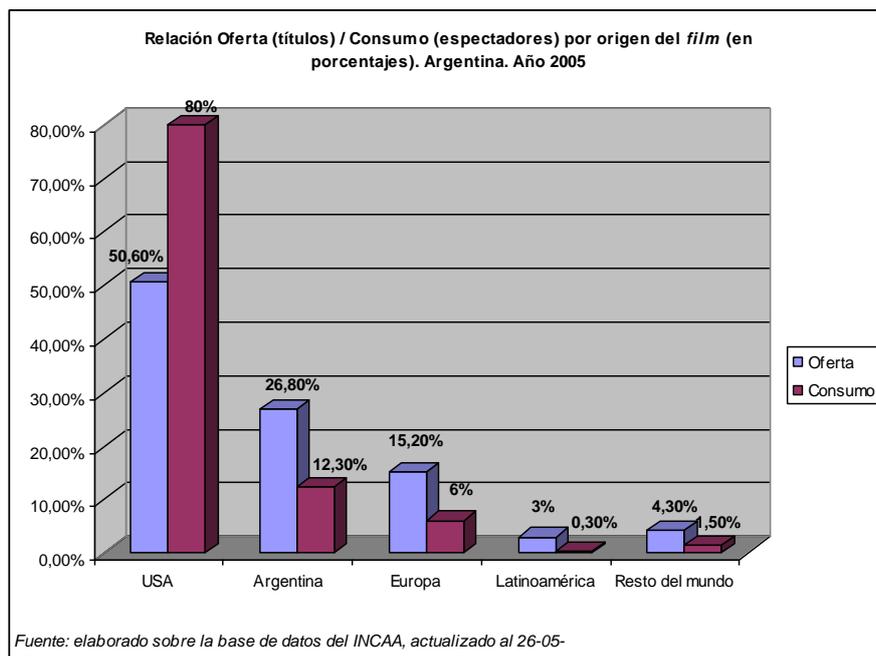
He argumentado que un conjunto de procesos: sociales, culturales y económicos, han incidido en el debilitamiento del otrora masivo público de cine en las salas de exhibición en la Argentina. Asimismo se ha modificado el gusto estético, las características del espectador, reorientándose el consumo de cine hacia la esfera de lo privado, particularmente a partir del acceso masivo a la renovación del equipamiento tecnológico en el hogar. Argumenté que este proceso no implica necesariamente disminución de la vida pública o disminución del consumo cultural en el espacio público⁷⁵. En relación con la modificación del gusto, se puede apreciar a partir de los datos existentes el crecimiento exponencial del consumo de cine norteamericano en forma paralela al debilitamiento del consumo de cine europeo, situación además provocada por el dominio norteamericano de las distribuidoras⁷⁶. Es muy interesante observar la relación entre oferta y consumo de cine norteamericano y luego entre oferta y espectadores de cine argentino. Es decir que si bien es importante la oferta de cine

⁷⁵ Tal como se afirma en otros casos nacionales, tomando como variable cierta transformación de las ciudades como consecuencia de la prevalencia del mercado en la organización social.

⁷⁶ En efecto, me pregunto si el gusto y el éxito por este estilo de cine sólo debe ser explicado por el poder de distribución de estas películas como resultado de la dominación norteamericana, o si los norteamericanos han sabido captar una búsqueda inconsciente del sujeto contemporáneo por la acción.

norteamericano, más importante aun es la relación entre el porcentaje de público de dicho cine y el de cine de otros orígenes. En el caso del cine argentino ocurre al revés, ha aumentado la oferta en salas de exhibición de cine argentino, pero carece de público. Es evidente el declive del público en salas de cine argentino, el cual solo aumentó en los primeros años del tercer milenio a partir del surgimiento de una nueva camada de directores de cine, que el periodismo dio en llamar “nuevo cine argentino”.

El cine ocupa un nuevo lugar en el marco de la cambiada estructura de clases argentinas, y constituye, esencialmente una salida para las clases medias altas según observamos en los datos correspondientes a la segunda mitad de los noventa. Se puede afirmar entonces que el cine es un buen ejemplo de las transformaciones y fragmentaciones de los sectores medios, ya que su consumo en salas de exhibición se redujo junto con el descenso del consumo mundial, paralelo al crecimiento de la importancia de la TV y de las transformaciones de la industria cinematográfica, pero también acompañó la debacle de los sectores medios y sus reconfiguraciones.



Por otra parte, numerosas publicaciones advierten que el problema de los públicos de

cine no es sólo de la Argentina. Como señala el director canadiense Atom Egoyan (2006), “el problema es hallar un público. Las películas ahora se hacen accesibles por Internet y se pueden ver por la computadora, pero no genera una experiencia comunitaria como el cine”.

Comentado [WT6]: Falta numero de pagina

Si en los años noventa fueron la televisión y la *videocassetera* las acaparadoras del interés por las pantallas, en el nuevo milenio el cine es consumido a través de los reproductores de DVD. Un dato elocuente del interés por el cine en el hogar lo expresa el alto nivel de ventas de reproductores de DVD. En el año 2007 se incorporaron al parque de reproductores de DVD hogareños del país 1.000.000 más de equipos, representando un crecimiento de casi un 25 % en relación con el año 2006. Así el parque de reproductores de DVD en los hogares ascendería a 5.000.000 de unidades, representando una penetración de esta tecnología de un 50 % en el país. Paralelamente el alquiler de películas en el año 2007 ha caído entre un 10 y un 15 % en comparación con el año anterior. Este fenómeno, el aumento de equipos de reproducción y la baja de alquileres, podría explicarse por la expansión de copias no autorizadas⁷⁷.

Posesión de equipos reproductores de VHS / DVD en hogares según nivel socioeconómico. Argentina. Año 2006			
Posee / No posee	Nivel socio-económico		
	Alto y medio alto	Medio y medio bajo	Bajo
Sí	88,1 %	85,0 %	64,4 %
No	11,9 %	14,2 %	35,6 %
Ns / Nc	0,0 %	0,8 %	0,0 %

Fuente: elaborado sobre la base de datos del Informe N° 3, noviembre de 2006, Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC), Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación.

Actualmente, Internet constituye el instrumento tecnológico por excelencia cuyo consumo va en aumento, según lo revelan diversas consultoras del área tecnológica. El 34 % de los argentinos tienen acceso a Internet, ya sea en sus casas, sus oficinas o en cibercafés, cifra que sobresale con respecto a indicadores del resto de América Latina. Es importante señalar que si bien el público que asiste a los cibercafés o cibers es bastante diverso, una proporción importante proviene de chicos de la calle (Finquelievich y Prince 2007).

⁷⁷ http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/?menu_id=6933

Internet. Total accesos residenciales. Argentina. Años 2001-2006		
Año	Total usuarios	Diferencia
2001	1.544.552	-
2002	1.468.073	-4,95%
2003	1.629.134	10,97%
2004	1.876.019	13,16%
2005	2.222.738	18,48%
2006	2.504.780	12,68%

Fuente: elaborado sobre la base de datos del INDEC.

Nota: las cifras comprenden tanto a los llamados usuarios libres como a los dos tipos de abonados dial up y banda ancha.

Con datos del INDEC al tercer trimestre de 2007 y estimaciones hacia fin de año, la cantidad de usuarios de Internet en el país ascendió a la cifra de 16.000.000. En tanto que alcanzarían a 3.000.000 las conexiones domiciliarias en todo el país, representando un crecimiento del orden del 20 % en relación con el año anterior, es decir 2006. Es de destacar que el 80 % de las mismas, es decir 2.400.000 conexiones domiciliarias son de banda ancha, con un crecimiento interanual del orden del 90 %. Esto pone de manifiesto un fenómeno: si el crecimiento del total de conexiones fue del 20 % y el de banda ancha fue del 90 %, es que continuó la migración de las conexiones domiciliarias de *dial up* y *free* hacia la banda ancha. Por otra parte con esa cantidad de conexiones residenciales y conociendo el total de hogares en el país, se puede inferir el grado de penetración de esta tecnología en Argentina, que sería del 24 %. Para tener una idea de qué significa este valor, se sabe que los Estados Unidos y Canadá tienen 74 % y 67 % respectivamente y Brasil 16 %.

Internet, evolución de tipo de conexión residencial. Argentina. Años 2001 a 2007							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Dial Up	756.365	631.616	602.643	555.469	508.608	381.064	s/d
Free	652.021	704.080	816.653	886.065	919.597	727	s/d
Banda Ancha	136.166	135.897	213.538	434.485	794.614	1.396.264	2.400.000
Total	1.544.552	1.471.683	1.632.834	1.876.019	2.222.819	2.504.780	3.000.000

Fuente: INDEC 19-09-07. Resto del año estimaciones de consultora privadas.

No hay datos que confirmen modificaciones en el índice de concentración de la banda ancha en la región central del país, por donde corren los cables de fibra óptica que conectan el país a la red. Los mismos atraviesan las regiones de las ciudades de Buenos Aires y su área de influencia y de Rosario, Córdoba y Mendoza. En este corredor se concentra, según mediciones hechas desde el año 2006 el 88 % de las conexiones domiciliarias de banda ancha del país.

En cuanto a la existencia de PCs en Argentina, según estimaciones de una consultora privada (*TradeConsulting*) en el año 2007 se habrían vendido 1.714.800 unidades y un 20 % de las mismas serían portátiles. Luego, descartando aquellas que se van convirtiendo en obsoletas, se podría estimar que el parque de PCs del país rondaría unos 7.000.000 de equipos, de los cuales un 50 % serían domiciliarios.

En relación con otro consumo emblemático de las clases medias argentinas, podemos señalar que ha repuntado la industria editorial, la cual constituyó una de las industrias culturales más pujantes junto con el cine en los años cincuenta.

Libros. Títulos editados y ejemplares impresos por año. Argentina. Años 1994-2005

Año	Títulos editados	Promedio ejemplares impresos por título publicado	Ejemplares impresos
1996	8.835	4.787	42.296.878
1997	10.374	5.137	53.289.819
1998	11.535	4.724	54.490.652
1999	12.291	5.851	71.914.910
2000	11.717	6.338	74.264.135
2001	12.378	4.444	55.005.271
2002	9.537	3.458	32.976.283
2003	13.040	2.522	32.891.546
2004	16.059	3.157	50.694.156
2005	17.359	3.391	58.871.911
2006	19.426	3.664	71.182.551

Fuente: elaborado sobre la base de datos del ISBN Argentina y la Cámara Argentina del Libro (CAL).

Nota: tanto los títulos editados como los ejemplares impresos registrados son aquellos inscriptos en el ISBN (International Standard Book Number).

Es importante señalar que, si bien por los bajos costos es mucho lo que se publica

actualmente en la Argentina, no ocurre lo mismo con las ventas, situación similar a la que denuncian los directores de cine argentino.

9.2 Los nuevos intermediarios culturales

En un texto ya clásico de la teoría sociológica, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Daniel Bell da cuenta de cómo se ha transformado el vínculo entre cultura y sociedad a partir de la segunda mitad del siglo XX. Hasta ese entonces, la sociedad burguesa establecía las pautas de la cultura y todo aquello que se salía de sus pautas era rechazado, aislado, expulsado. Adorno diría que el arte, la creación artística que se destacaba con posterioridad, era aquella que se constituía más allá del estilo, precisamente del estilo impuesto por las pautas sociales (Adorno y Horkheimer, 1947). Se puede decir que esta instancia social articuladora comienza a modificarse con el crecimiento de lo cultural a partir de la ampliación de la industria cultural. La diseminación de la cultura produjo una transformación de su rol en la sociedad y de las pautas de regulación de la misma. Productores culturales, tales como artistas, pintores, productores de cine, y universidades comenzaron a determinar qué era lo que el público debía ver. Si la alta burguesía otrora controlaba el arte, es decir una instancia social, ahora los productores culturales son los que imponen el gusto al público. La cultura se ha hecho autónoma y autodeterminada. Esta disociación entre cultura y sociedad es el rasgo característico de los conflictos culturales del capitalismo tardío. Asimismo la cultura se ha subdividido entre una cultura integrada con la lógica de la sociedad de masas, entendida como diversión y una cultura antagónica que se separó de la sociedad y se incorporó a movimientos contraculturales. [Scott Lash \(1997a\)](#) plantea que el posmodernismo tiende a ser conservador al desaparecer la clase obrera como motor social. La emergencia de las llamadas nuevas clases medias, derivadas del rol que asumen los servicios en el capitalismo postfordista, supone la conformación de un *ethos* que no cuestiona el orden social. Sin embargo, sostiene al mismo tiempo que el crecimiento del espacio de la cultura promueve una desdiferenciación de las esferas y es en este punto donde considera que los individuos se relacionan unos a otros en torno a problemas vinculados con la diferencia cultural, generándose otro tipo de articulaciones y conflictos. A partir de esta situación surgen movimientos sociales de corte local y comunitarista.

Ahora bien ¿cuál es el proceso social que sostiene esta transformación del vínculo entre sociedad y cultura? Para Bourdieu, la camada de profesionales vinculados al *design*

publicitario y a la construcción de un bien como marca (gerentes de *marketing*) constituyen la expresión de la emergencia de nuevo actor social, la llamada nueva pequeña burguesía. Esta nueva pequeña burguesía se caracteriza por tener un vínculo distinto con el conocimiento y las credenciales educativas. De acuerdo a la demanda de la nueva economía, estas nuevas clases medias están más estrechamente vinculadas con las demandas del mercado y si bien necesitan legitimarse a través de la educación, sus trayectorias son más cortas. La cultura no forma parte de un *habitus* constituido en la familia, la trayectoria social y la acumulación de credenciales. Estas nuevas profesiones se incluyen dentro de lo que Bourdieu denomina intermediarios culturales.

La nueva pequeña burguesía se realiza en las profesiones de presentación y representación (representantes de comercios y publicitarios, especialistas de relaciones públicas, de la moda y de la decoración, etc.) y en todas las instituciones dedicadas a la venta de bienes y de servicios simbólicos. Se trata de profesiones nuevas con cierto grado de indeterminación. Son los encargados de hacer accesible la cultura⁷⁸ (Bourdieu, 1988: 363).

De allí se puede entender que el discurso publicitario adopta formas y significantes de la alta cultura, de la plástica y de la música, pero, al igual que el periodismo, aplana las profundidades de la cultura.

Entonces los nuevos intermediarios culturales (antes podían ser el cura, la maestra, el político) están ocupando posiciones estratégicas en los medios, han asumido toda una serie de géneros intermedios (formas menores y marginales del arte legítimo).

King, en la introducción de Featherstone (1990) habla de “profesionales del *design*”. Según King, las transformaciones que genera el proceso de globalización económica inciden en el surgimiento de nuevas versiones profesionales. A la vez, este proceso incide en el modo de organización de las ciudades, en la arquitectura y también en las industrias culturales.

Esta tesis de la ampliación de la esfera de la cultura, formulada inicialmente por Daniel Bell, trabajada por Scott Lash y luego por Featherstone, se articula con el análisis de Robert Reich acerca de las características de la actividad económica actual, la cual puede ser dividida en cuatro amplias categorías. Los manipuladores de símbolos, personas que inventan

⁷⁸ La cultura media debe una parte de su encanto, ante los ojos de las clases medias que son sus privilegiados destinatarios, a las referencias a la cultura legítima que encierra y que inclinan y autorizan a confundirla con ella (inmediata accesibilidad y signos externos de legitimidad cultural).

ideas y maneras de hacerlas deseables y vendibles, forman la primera clase. Las que participan en la reproducción del trabajo (educadores o técnicos del Estado), constituyen la segunda clase. La tercera está compuesta por las personas empleadas en servicios personales que requieren un encuentro cara a cara con los destinatarios de los servicios: los vendedores de productos. Y finalmente está la cuarta clase, a la que pertenecen las personas que en el último siglo y medio formaban el sustrato social del movimiento obrero, “las partes más desechables, más prescindibles, intercambiables del sistema económico” (citado por Wortman, 2004: 29).

Si bien la proliferación de intermediarios culturales es un rasgo del capitalismo tardío, en el marco del capitalismo posfordista, son aquellos vinculados con las tecnologías y la publicidad los que tienen un poder mayor, lo cual produce modificaciones tanto en la estructura social, en las clases medias, en la orientación de los consumos culturales y en sus gustos.

9.3 La cultura, otra vez esa palabra incómoda

En la sociedad de consumo, la cultura como valor, como esfera autónoma de la modernidad, en tanto ética, pierde trascendencia para los sujetos. Ya no tenemos herramientas que nos acerquen a la cultura universal –arte y ciencias–, como sí había en otros tiempos, según argumentaba Romero (1986), a partir de la proliferación de pequeñas editoriales que proponían colecciones para clases medias y populares ávidas de conocimientos accesibles. Esta representación –la cultura como cultivo, es decir la posibilidad de modelar ciudadanos cultos– ya no forma parte del horizonte de la educación de las clases medias en general. De ahí también la dificultad de que existan intelectuales en el sentido moderno de la palabra (Bauman 1997). La pérdida de la autonomía de la cultura en el capitalismo financiero hace que desborde de significaciones en consonancia con el neoliberalismo por un lado y el papel que comienzan a asumir las ONGs y organismos internacionales, frente a un Estado Nación en crisis asumiendo nuevos caminos, por otro.

Asimismo esta nueva significación es adoptada por los nuevos movimientos sociales, en un contexto de conflictos sociales de nuevo tipo y también como herramienta laboral y legitimadora del capitalismo de signos y espacios. Como ya señalé en un trabajo anterior, con la transición a la democracia, la cuestión cultural asume múltiples significados y es desde esa

multiplicidad desde donde se generan proyectos y acciones sociales, que históricamente tenían otro nombre. En ese sentido se puede afirmar que en la manera de generar proyectos culturales se observa la consolidación de la democracia a lo largo de más de veinte años. Aunque con el crecimiento de la crisis social reaparece esta instancia de generación de proyectos culturales, ahora más sobrecargados de necesidades y demandas.

En este punto hay que señalar que en este nuevo dinamismo influye la emergencia de nuevas instituciones, nuevas formaciones y nuevos movimientos, parafraseando a Raymond Williams, los cuales inciden en la producción de sujetos interesados en la actividad cultural como praxis. En efecto, se han desplegado en Buenos Aires nuevos ámbitos de formación en disciplinas artísticas, tanto públicos como privados. A pesar de no contar con datos estadísticos que fundamenten nuestras afirmaciones, se puede observar el crecimiento de escuelas de cine y de los alumnos de cine⁷⁹, escuelas de teatro, la creación del IUNA (Instituto Universitario Nacional de Arte). Por otra parte, las carreras artísticas pasaron del nivel terciario a nivel universitario y están asociadas a la proliferación de ámbitos que albergan nuevos saberes, nuevas credenciales y legitimaciones. Diversos estudiosos de la sociedad y la cultura contemporánea han señalado la inflación del ámbito de la cultura y cómo la cultura atraviesa la sociedad. Las artes no industriales, como el teatro, la plástica, la música también están atravesadas por estos procesos.

A pesar de los diversos significados que ha ido asumiendo la palabra cultura, aún mantiene para un sector de la sociedad un costado asociado a las bellas artes y a las clases altas (que, por otra parte, ya no mantienen tal vínculo con la alta cultura). Generalmente la denominación “centro cultural” alude a un lugar de exposiciones de artes cultas, vinculado a políticas oficiales, a una concepción no participativa de la cultura, distinta de la que tiene este sector antes mencionado. Por eso frente a la definición de algunos espacios en términos de centros culturales, se manifiesta cierto rechazo. Lo cultural tendría que ver para este colectivo con las bellas artes en un sentido tradicional por un lado, con otras clases sociales, y también con cierto estilo de políticas culturales que ellos rechazan. Quienes coordinan o participan de estos nuevos espacios manifiestan un rechazo por el adjetivo “cultural”. Se adjudica esta característica precisamente a lugares a los que asisten públicos y se contraponen a una noción de cultura en la cual todos son productores activos y pueden ser alternativamente actores,

⁷⁹ La cantidad de alumnos existentes actualmente en las escuelas de cine supera a la existente en países más desarrollados, generando desmesuradas expectativas para un país subdesarrollado.

consumidores, sujetos móviles en un espacio cultural. En esta concepción sobre lo cultural, prefieren hablar de espacio, centro popular, centro de ideas.

Si en los noventa se promovía una noción de la cultura de tipo espectacular y mediática (Wortman, 1997), aquí, en contraposición, aparece otra noción concebida como espacio de reflexión, con un intento de generar espacios alternativos a la sociedad de consumo, donde lo que medie las relaciones sociales no sea la adquisición de bienes materiales sino de gustos y prácticas de tono comunitario. Aunque uno de los ejes de la convocatoria consiste en una identificación con el espacio territorial en el que habitan, suele ser escaso el vínculo con dicha base social. En contraposición a la cultura como ornamento de los años noventa, se recrea una versión de la cultura como espacios de concientización post noventa.

Lo cultural aparece más bien como material de múltiples vertientes a través del cual construir nuevos valores de solidaridad, cooperativismo y producción social. Si bien en este marco la cultura es un recurso, aparece entremezclada con la idea anterior de valor, de recurso simbólico, legitimador de las clases medias, pero asume cierto sentido pragmático en el contexto de la crisis social promovido por los organismos internacionales.

Ahora la cultura aparece como una excusa para reunirse, para pensar, para salir de la sociedad de consumo, desarrollar la imaginación. Esta es una dimensión frecuente en los llamados centros culturales autogestionados anteriormente mencionados. En estos espacios se manifiesta una defensa de la gratuidad, aunque se acepte que es necesario cobrar para mantener los gastos mínimos, pero no para el lucro. Es posible constatar que en estos espacios se reproduce la lógica de la escuela pública y de los espacios públicos en general, abiertos, así como el hecho de garantizar que todos pueden entrar y circular como forma de resistencia a la lógica privatista de los noventa.

Este argumento –el de ofrecer a los vecinos del barrio un espacio donde estar, donde reunirse, para generar proyectos en común– es recurrente en los entrevistados. En la Argentina durante muchos años múltiples espacios eran gratuitos y/o de bajo costo, esto permitía la libre circulación, la comunicación, la generación de proyectos colectivos, la creencia en el valor de la igualdad; este imaginario de espacio abierto se reitera en los proyectos culturales barriales. Frente a un escenario de exclusión, privatización, prohibición

de la libre circulación y zonas excluyentes, se demanda la apertura de espacios abiertos a todos.

9.3.1. En búsqueda de un nuevo lugar social

A continuación abordaré los procesos sociales y culturales que configuran las llamadas nuevas clases medias en términos de imaginarios sociales, con el propósito de dar cuenta de las heterogeneidades más significativas de este momento histórico, las cuales se fundan en una creciente desigualdad, a la vez que generan un modo diferenciado de apropiarse de los bienes simbólicos a partir de distintos grados de interrelación con los procesos de globalización económica y cultural. Estoy hablando de dos actores sociales emergentes como consecuencia tanto de los cambios ocurridos en nuestro país a partir de la última dictadura militar, pero fundamentalmente por las políticas económicas de los noventa en el marco del neoliberalismo así como también como consecuencia de los procesos de globalización económica y cultural.

Por un lado, haré referencia a las clases medias empobrecidas, o nuevos pobres. Por otro lado, y como contracara de este proceso, abordaré las llamadas nuevas clases medias, o nuevos burgueses. Si se acepta el concepto nuevos pobres, se debería hablar, como lo hace el sentido común, en términos de nuevos ricos. Desde mi perspectiva, sostengo que se puede hablar de clases medias empobrecidas o nuevos pobres si se piensa lo social como relaciones sociales producidas en el marco de la dinámica del capitalismo actual y las formas que este asume en la sociedad argentina actual, con otros sectores favorecidos de la sociedad, como las llamadas nuevas clases medias. Estas nuevas clases medias enriquecidas se erigen como modelo cultural hacia el conjunto de la sociedad, al imponer nuevos estilos y éticas de vida, y demandar nuevos saberes, nuevos usos de la ciudad, del tiempo libre, etc. Sus formas de distinción de clase se apoyan en lo que Ortiz (1994) denomina cultura de las salidas, más que en la apreciación “naturalizada” de las llamadas artes cultas, hoy en profunda transformación.

Teniendo en cuenta estas transformaciones, establezco como hipótesis de desarrollo de esta tercera parte de la tesis, una idea que se deriva de investigaciones que he realizado en estos últimos años sobre identidades sociales y consumos culturales. Por un lado, es posible detectar un vínculo entre clases medias, trayectorias sociales y culturales y la creencia y la

práctica de la cultura como valor, como barniz de legitimación y de afirmación en un lugar social. Por otro lado, sostengo que en las nuevas generaciones y en un sector de las clases medias favorecidas por los cambios estructurales emerge otra concepción de la cultura, que adopta un sentido más instrumental. Es posible detectar un vínculo entre clases medias estetizadas, y la creencia y la práctica de la cultura como un recurso económico. Aunque también esta idea de recurso atraviesa la conflictividad social, asumiendo significados diversos. Se abordarán ambas articulaciones pensadas como emergentes de distintos momentos de la modernidad que adoptan un formato peculiar en la Argentina postnoventa.

9.3.2 Cultura como recurso, ¿siempre significa lo mismo?

Viste que te ponen esa imagen, porque uno tiene esa idea de no sentirse atado, la tecnología me libera.

Ejecutivo Arnet, 33 años

Así como se reducen consumos culturales vinculados a lo que Habermas denominaba publicidad burguesa, como la literatura y la lectura del diario, aumentan otros vinculados a la proliferación y dinámica de las nuevas tecnologías, tanto en el tiempo del trabajo como en el tiempo libre. Este es un fenómeno posible por la política económica vigente durante los años noventa y que quedó fuertemente arraigado en las prácticas de las clases medias urbanas. Aunque no sólo por las condiciones económicas, sino por transformaciones sociales, educativas y culturales.

Si bien se mantiene la cultura de las salidas en las clases medias (Ortiz, 1994), la renovación permanente de las nuevas tecnologías convoca una y otra vez a la permanencia en el hogar como centro del consumo cultural, así como también, sostengo, se reformula la oferta cultural y es otro el espectador de la cultura (Wortman, 2003).

Televisiones, computadoras, equipos de audio, *home theaters* seducen a las clases medias nuevamente, como lo hicieron en los años noventa. Así las nuevas generaciones se han vinculado con el consumo cultural en forma más mediatizada que generaciones anteriores y esta parece ser la pauta recurrente en quienes de grandes definen su vocación en relación con el uso de la tecnología vinculada a la cultura y el arte. Cine, fotografía, música, publicidad, video clips, Internet son los consumos culturales habituales de quienes tienen algo

más de 30 años. Pero fundamentalmente: tecnología. El acceso y familiaridad con las nuevas tecnologías empuja a los jóvenes a convertirse ellos en productores culturales. Es decir que las nuevas tecnologías tienen múltiple impacto no sólo en el consumo cultural sino también en la conformación de nuevas formas de capital cultural y en consecuencia en la generación de una nueva dinámica laboral que amplificó la existencia de actividades, en la cual la cultura tiene una presencia creciente.

Como se ha señalado en el libro *Imágenes publicitarias, nuevos burgueses*, los noventa en la Argentina constituyen un momento de inflexión en diversos planos de la vida social. Esto ha sido señalado por investigaciones de corte sociológico fundamentalmente, y también político.

De las entrevistas a jóvenes de 30 y 40 años surge que la explosión comunicacional de los noventa incidió en el rumbo que adoptaron sus vocaciones y supuso una ruptura con el estilo de formación universitaria para la cual fueron formados sus padres. Por otra parte, la paridad cambiaria posibilitó el viaje en forma permanente. De ahí que sus profesiones estén orientadas en la perspectiva y la conciencia de la globalización, se piensen estrategias a partir de habitar un espacio mundo, viajes que han dejado marcas a lo largo de su infancia y adolescencia. La marca del viaje es muy fuerte en la construcción de estilos de vida y en su mundo simbólico en general (comidas, decoración, salidas, vestimentas, etc.). El valor central de estas subjetividades es: ser y parecer móvil. “Estuve en Dinamarca, después estuve en Londres, después volví. Volví a Dinamarca. Volví. Estuve en Milán terminando y después volví. Anduve por varios lados...”, dice Carolina, 35 años, diseñadora de indumentaria.

Con relación a los consumos culturales, a la modificación de pautas propias de las clases medias, un ejemplo recurrente de los cambios culturales y sociales es el cine, (Wortman, 2003). Si bien se ha podido comprobar la disminución del consumo de cine en el espacio público y también la disminución de los públicos de cine cultural, es más difícil de precisar si existe desinterés por el cine en general, porque en los últimos años debido a la expansión de las nuevas tecnologías hogareñas y el cable, la gente consume cine, aunque de otras características y con otras prácticas.

Fuimos los primeros en tener VHS. En el '83 tuvimos VHS, que había muy poca gente que lo tenía y después ya televisores más grandes. Tuvimos de '21, de '26, de '29, de '32. Siempre fue ver lo más grande posible y ahora tenemos uno de '53. Claro como

un micro cine con DVD, *home theater*, todo. Pero ahí estaba puesto el interés por la tecnología (Lucio, 32 años, fotógrafo).

En entrevistas realizadas a jóvenes pertenecientes a la llamada nueva pequeña burguesía, en el sentido en el que la define Bourdieu (1988b), el consumo de cine, videos y TV por cable ocupa un lugar destacado. También la adquisición de tecnología hogareña y videofilmadoras. Que continúa y hasta se acentúa el interés por el cine, se puede apreciar en la cantidad de estudiantes de cine que existen en las escuelas de formación de productores culturales⁸⁰ (cine). También han surgido una gran variedad de carreras asociadas a las nuevas tecnologías que impactan en las artes visuales: diseño de páginas *web*, diseño gráfico, publicidad, diseño de arte y sonido, animación, edición, etc. Nuevas generaciones, nuevas elecciones, nuevas formas de hablar, de relacionarse. Asimismo se visualiza otra perspectiva del trabajo, en relación con la vida, el uso del tiempo libre y la colonización de la esfera laboral de la totalidad de la vida. Se podría aplicar aquí el concepto de Bauman del trabajo como entretenimiento, situación que encubre nuevas formas de explotación expresadas con un *ethos* optimista.

Más productividad, porque estás más tiempo trabajando para la compañía. Pensá en los empleados: a las seis se van y hasta las nueve del otro día no pasa nada. Yo me voy y puedo seguir trabajando, tengo todos los archivos en mi casa... Si me llama un cliente al celular fuera de hora puedo contestarle, de otro modo tendría que pedirle que me llame al otro día a las nueve. Más que nada es el tiempo de productividad, tengo más tiempo que otras personas que no tienen la portable, inclusive hay estudios que dicen que incrementando en dos horas el tiempo de productividad se paga el costo de una portable por el incremento de la productividad (Rodrigo, 30 años, ejecutivo en empresa trasnacional de banda ancha).

Esta constatación empírica, es expresada en el análisis teórico de la esfera de la cultura en el capitalismo tardío, desde Adorno en adelante. Autores como Scott Lash (1997a) por ejemplo, al referirse a la modernidad tardía, hablan de la existencia de un nuevo régimen de significación. La cultura ya no conforma una esfera autónoma separada como en la

⁸⁰ Pero particularmente en los años noventa, como resultado de fuertes transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales que tendieron a modificar las relaciones entre lo público y lo privado, se abrieron un sinnúmero de espacios de formación de carácter privado vinculados al formato audiovisual (cine, publicidad y televisión). En este sentido aparece una oferta de lo más diversa tendiente a canalizar la demanda de jóvenes ávidos por insertarse en la nueva cultura mediática; se trata, en su mayoría, de escuelas en las que se conjugan el cine y la televisión y que, por lo general, se ofrecen como tecnicaturas capaces de brindar, en un lapso breve, titulaciones que sirvan como instrumento de incorporación al mercado de trabajo como ser: *Buenos Aires Comunicación* (BAC), *Taller Escuela Argentina (imagen)* (TEA imagen), *Taller Escuela de Buenos Aires (TEBA)*, *Centro de Investigación y Experimentación en video y cine* (CYEVIC), *Centro de Investigación Cinematográfica* (CIC), por mencionar sólo algunas (Torre y Zarlenga, 2006: 5 y 6).

modernidad, sino que estas nuevas expresiones culturales atraviesan la esfera económica. En el capitalismo tardío, la esfera económica no podría existir sin la esfera cultural, ya que el diseño atraviesa la vida social, la estética y otorga a los objetos un alto valor. Hago referencia a la cultura en sus formas dominantes, como lógica cultural del capitalismo tardío. Obviamente siguen existiendo las otras formas de la cultura letrada, de la representación discursiva, pero en el marco del capitalismo actual, las formas de representación emergentes están asociadas a los signos.

Según desarrolla Featherstone (1995), en la modernidad tardía se manifiesta una proliferación de productores culturales, no sólo vinculados con el arte entendido en un sentido convencional, sino como productores de signos. Así es como cambian las formas de percepción, las sensibilidades. También podría incluirse en esta proliferación de signos a los creativos publicitarios, y fundamentalmente a los diseñadores. Estos cambios aluden a una serie de cuestiones de más largo alcance vinculadas al desarrollo de las fuerzas productivas, procesos de globalización económica y cultural y las formas que asumen las relaciones de producción en el capitalismo posfordista. Por su parte, la psicoanalista [Sueley Rolnik \(1996\)](#) alude de manera sugerente a cómo el capitalismo informacional absorbe esta creciente creatividad.

Si bien la investigación tiene más de dos décadas, el capítulo titulado “La buena voluntad cultural” de *La distinción* de Pierre Bourdieu es iluminador para pensar distintas éticas de las clases medias, siguiendo la diferenciación que hace de las distintas fracciones de las clases medias, asociadas a formaciones, capitales culturales y económicos. A pesar de que esta conceptualización puede resultar desactualizada, Bourdieu establece una relación entre saberes y ética en las distintas fracciones de las clases medias, aspecto que resulta estimulante para pensar el problema en la Argentina.

Ya en los años sesenta y setenta, Bourdieu percibe la emergencia de una nueva pequeña burguesía vinculada al mundo de la publicidad, al capitalismo financiero y *marketing*, situación que se incrementará con la recepción de los discursos de la globalización, evidentes en las nuevas generaciones. El punto es que Bourdieu no problematiza las transformaciones al interior de la cultura teniendo en cuenta la creciente presencia de la industria cultural en las sociedades contemporáneas, ya que los límites entre alta y baja cultura, como fueron planteados en la modernidad, ya aparecen de forma más

indefinida y compleja si se quiere (Huysen, 2002).

9.4 Proyectos culturales autogestionados, ¿una nueva identidad de las clases medias?

Luego de dar cuenta de procesos culturales novedosos a partir del impacto de la globalización cultural en el campo cultural, caracterizado ahora por la pérdida de autonomía y por la diseminación de lo cultural hacia distintos planos sociales, donde el papel de los nuevos intermediarios culturales es fundamental, me abocaré a presentar diversos aspectos observados en mis investigaciones que dan cuenta de una nueva forma de presentación de las clases medias en relación con esta esfera. La perspectiva que desarrolla Yúdice (2003) en ese sentido provee de elementos productivos para pensar nuevas formas de apropiación de la cultura, a lo cual se suman las especificidades nacionales.

Luego de la vigencia de un orden económico neoliberal que ha arrasado con ciertas formas sociales, aparecieron en diversos países proyectos culturales autogestionados, como fue el caso de la Argentina. En el marco de una crisis social inédita que ha reformulado la estructura social de nuestro país y su dinámica estatal en un plazo relativamente breve en términos históricos, es posible observar la emergencia de una diversidad de proyectos culturales.

Como es sabido en nuestro ámbito, las políticas económicas monetaristas de los años setenta y neoliberales de los noventa han modificado profundamente el tejido social de las sociedades latinoamericanas, convirtiendo a nuestro continente en el más desigual del mundo. En ese contexto, ubico el experimento de estas recetas financieras al amparo de la dictadura militar primero y de las debilidades del sistema democrático después, dadas las nuevas formas del capitalismo globalizado.

Estas debilidades se manifiestan en la incapacidad de intervención en el plano estatal sobre la creciente desigualdad social y cultural, dejando a una sociedad arrojada al mercado, expuesta a la desintegración de su tejido social. Sin embargo, algunos sectores de las ex clases obreras, profundamente golpeadas por estos procesos y fundamentalmente por la desocupación a largo plazo, y también de las clases medias, atravesadas por el empobrecimiento y la falta de perspectivas, desarrollan proyectos sociales. Creo que los proyectos culturales ocupan un lugar relevante y asumen múltiples significaciones. Diversos

movimientos sociales, como el movimiento de trabajadores desocupados, asambleas, así como también grupos de universitarios, constituidos como colectivos al calor de los acontecimientos de diciembre de 2001, se han ido transformado en centros culturales que desarrollan proyectos educativos y de difusión cultural, en los cuales se destacan nuevas apropiaciones de la esfera cultural, de los bienes simbólicos, como una estrategia de inclusión social, de recuperación de la ciudadanía avasallada y de formas organizativas que cuestionan las jerarquías, las estructuras verticales, rescatando la autogestión y las formas cooperativas.

Dentro de las diversas organizaciones sociales que pretenden responder a necesidades no satisfechas por el Estado y menos aún por el mercado, más recientemente, ante la situación de desempleo, subempleo y empleo en negro que genera una sociedad excluyente y con un alto porcentaje de excluidos, se constata la emergencia de nuevas formas de asociatividad que tienen como fundamento la acción cultural, entendida esta en un sentido amplio.

9.4.1 Cultura y crisis

Siguiendo la impronta de los centros culturales barriales y la dinámica social que generaban en la transición a la democracia (Wortman, 1996), han surgido nuevos centros culturales, los cuales adoptan distintos perfiles y estilos en algunos barrios de la ciudad. Se puede advertir que estos espacios socio culturales no son todos iguales. Como resultado de observaciones, postulo la existencia de cuatro tipos de centros culturales.

En primer lugar centros de difusión cultural: talleres de formación que adoptan la forma de microemprendimientos individuales. Según he podido apreciar, estos espacios sociales que asumen la forma de ámbitos de difusión cultural dan cuenta de distintas acepciones de lo artístico, reflejando la explosión o desborde cultural del capitalismo actual a los que he aludido más arriba (fenómeno que Yúdice da en llamar la cultura como recurso material). Obviamente, en la diversidad y precariedad social existente, estos espacios culturales reproducen las tipologías de aquellos que son más comerciales en términos de apropiación de campos artísticos.

La coordinadora de un centro cultural, creado hacia el año 1999, expresa algunos objetivos de su trabajo de la siguiente manera:

(tratamos de) ver qué cosas nos parece que hay que hacer y qué de nuestro saber puede ayudar a trabajar estas cuestiones (...) Estas son poblaciones que atraviesan situaciones de vulneración de derechos. Digamos, a lo mejor no están en condiciones de reclamar cosas que no tienen y que deberían tener, entre otras esto: espacios para poder jugar, acceso a la información, acceso a la cultura, a la recreación... (Casa Abasto).

Un segundo tipo de centros culturales lo constituyen espacios político culturales, con tono ideológico en el cual lo cultural aparece como toma de posición frente a la cultura. En este tipo de espacios son frecuentes actividades tales como la exhibición de ciclos de cine documental, cursos de formación (talleres de radio, periodismo), debates. Muchas veces estos lugares son promovidos por ex militantes de izquierda sin pertenencia partidaria en la actualidad⁸¹

Mate (amargo) es el eje de la batalla cultural, de discusión e interacción con el oyente. Centro de ideas y los oyentes, la revista y los oyentes... Una especie de militancia de la comunicación. Centro de Ideas, porque creemos que hay una batalla cultural, entonces tenemos que aportar, dado que el público que viene, que es el público de Mate, que es el público militante, que es la juventud. Entonces, el año pasado dimos cinco cursos (Centro de Ideas y programa de radio autogestionado Mate Amargo).

Nosotros en el caso particular de este centro popular de La Boca, empezamos a armarlo desde el 2000, empezamos a reciclar el lugar, y surge la idea a partir de un grupo de amigos, y fundamentalmente por ver que había mucha gente, gente muchos conocidos, gente que uno conocía en ese momento o que ya tenía conocimiento antes, bueno de toda la vida, que empezaba a organizarse a tratar de reunirse. Reunirse para pensar, para ver cómo hacer algo con la realidad, ¿no? Preocupados por la realidad social, entonces, en nuestro caso decidimos que este lugar que estaba abandonado, bueno hacer un lugar abierto a las inquietudes de toda la gente que quiera organizarse, de facilitarle el espacio y bueno después poder hacer algún tipo de actividades. De hecho ahora se hacen cine, bueno estamos tratando de ver si podemos hacer la campaña de alfabetización "yo sí puedo", estamos tratando de llevarla adelante (Centro Cultural Todesca).

Otros son menos pretenciosos y si bien surgieron en el contexto de la crisis social y de imaginarios de 2001, como ámbito político cultural, se han ido debilitando paulatinamente y sostienen algunos grupos de discusión y reflexión conformados por personas provenientes del ámbito universitario no académico. Estos se han convertido en un espacio barrial que alberga distintos profesores de talleres y en ellos no se visualiza un proyecto de política cultural de la sociedad civil evidente.

Después La Fragua se muda por acá, por Díaz Vélez, se va del Tinkunaku y se llama La Fragua. Fue la primer Fragua. Hay gente que ya no está, gente que sigue estando, gente

⁸¹ Existe en las Asambleas Barriales un claro intento por devolverle a la cultura su dimensión política, eficazmente ocultada por el discurso hegemónico de los años noventa.

que cambió, y después vino la incorporación nuestra, que nosotros nos dedicamos netamente al arte. Entonces le dimos un costado cultural, y a pesar de que venía con esa idea, y la idea de que funcione el taller, se pudo llevar a cabo más organizadamente, ahora sí con más fusión la cosa, con compañeros que vienen más de la facultad, de política, o de trabajo social, y por otro lado nosotros nos dedicamos al arte. Costó al principio esa unión, como una incorporación interna de adaptación (Centro Cultural La Fragua).

Un tercer tipo manifiesta cierto interés por formas artísticas alternativas, se constituyen como espacios de experimentación, pero que dada su juventud no tienen lugar en ámbitos más institucionalizados. También articulan sus búsquedas artísticas en el marco de una nueva sensibilidad y estilos de vida, paralelos a los de las estrategias de la sociedad de consumo. También con el propósito de comprender la proliferación de estos espacios, detecto aquellos que vinculan lo social y lo cultural más nítidamente, son espacios de formación, con la existencia de talleres, tienen espacios de puesta en escena de bandas, teatro, etc. Las fiestas que se organizan se promueven para hacer donaciones a sectores sociales de menores recursos, promueven valores de solidaridad.

[el proyecto “Saquito el Grito”] inicialmente era una propuesta de tipo artístico-comunitaria (...) hoy en día el evento mensual no sabemos si lo seguimos haciendo o no, o si lo vamos a trabajar más afuera, más en la calle, más con la gente, otro tipo de laburo, estamos en un proceso de ver qué pasa. También tiene una página de Internet el evento, se pueden ver los eventos que se hicieron antes, hay espacio para que artistas plásticos, músicos, puedan mostrar todo lo que es el espacio virtual (...) Empezó en el 2003, entonces empezó con amigos músicos, amigos pintores, gente de teatro, había unos cuadros en el fondo, tocamos con una banda. Era una cosa muy chica, apuntando a esos objetivos, con el tiempo fue creciendo y creciendo. En este momento, el evento es grande (La Casona de Humahuaca).

[...] y los partidos no los saciaban, las asambleas se comieron a sí mismas en las ansias de poder, y en todos esos mecanismos se fagocitaron, se empezaron a necesitar espacios donde la gente pudiera venir y hacer, sentir otra cosa; y a partir de eso se genera, o sea aparecen un par de chicos, encuentran el espacio. Eran pibes que en general hacían actividades vinculadas con el teatro. Encuentran el espacio y se dan cuenta que era bárbaro para un teatro. O sea, la primer imagen del inconsciente colectivo dentro de este lugar fue ‘bueno vamos a hacer un súper teatro’, hacer una sala a la que todos tuvieran acceso. Eso también es como un *leit motiv* de la casa, digamos, que nada, es que siempre, como condición *sine qua non* el acceso sea irrestricto. (Centro Cultural La Sala).

No necesitaba que nosotros tuviéramos un gran desarrollo intelectual del proyecto. El proyecto es un espacio para las personas que no tienen ningún otro espacio. Y nada, básicamente es eso, fulano que viene a bailar tap, mengano a dar su clase de tela, una chica que da danza afro, un montón de gente que viene (Centro Cultural La Kasa de las Estrellas).

El cuarto tipo de centro cultural barrial manifiesta un tono explícito más social. Es

importante señalar que muchos de estos espacios son coordinados por profesionales que fueron golpeados por la crisis y que asumen esta forma autogestiva promovida inicialmente por el neoliberalismo y cierto clima de época, pero que después ha asumido un lugar muy creativo y otras funcionalidades.

[...] siempre están los tiempos sujetos al trabajo, los tiempos sujetos al estudio, y en el tiempo libre muchas veces no se sabe qué hacer y cómo hacer. Entonces empezó dentro de lo que es la línea de recreación educativa (...) que trae a Freire, a Pichón, a Winnicott tratando del juego, una línea que intenta cambiar un sistema de reproducción de modelos. No intentamos hacer una reproducción de modelos sino esto: que se pueda ser protagonista de la historia, que cada persona que participe, cada pibe que participa, cada joven o cada adulto pueda gestar y generar una movida y una vida cotidiana diferente a la presentada... a la televisión, a los grandes medios, esto básicamente (Centro cultural La Vereda).

Lo cultural adopta, en este cuarto tipo de centro cultural, un sentido terapéutico. Es el caso de un grupo de psicólogos que ven las consecuencias en el plano de la salud mental de la situación de precariedad y amenaza subjetiva que supone la crisis, la falta de trabajo, la amenaza permanente de la caída y promueven actividades artísticas para niños y adolescentes. Lo cultural aquí es percibido como práctica de contención. Es importante destacar que en todos nos encontramos con profesionales universitarios, que en la crisis económica y social de fines de los noventa quedaron desocupados y encontraron en estos emprendimientos la posibilidad de reinserción social.

Sin embargo a pesar de que los proyectos no se presentan como ideológicos, al estilo de los generados en los años setenta, es importante señalar las diferencias entre lo que los organizadores manifiestan en el discurso y lo que se genera a partir de la apertura de un espacio. La gran diversidad de actividades que se presentan en estos lugares revela a su vez la creciente existencia de un nuevo tipo de trabajo, productores culturales, artistas, espacios de formación, instituciones terciarias, universitarias... En los fundamentos de la creación de estos centros suelen aparecer imaginarios flotantes sobre la militancia, totalmente descontextualizados en el mundo actual. Ciertas alusiones revolucionarias no conciben con el escenario político actual a nivel micro, ni con los valores predominantes en la juventud, ni tampoco con sus prácticas. Lo evidente en todos los casos es que vienen a ocupar un espacio promovido por los centros culturales barriales creados en la transición a la democracia, por un lado, y el Estado, por otro. No se puede desvincular la historia de las clases medias, sus valores y sus creencias de haberse gestado en una sociedad que garantizaba la educación

pública gratuita, siendo este un valor que parece no haber desaparecido en su base material e imaginaria

Nosotros laburamos muy fuerte con estas dos fuertes ideas que es el tema de la cultura y fortalecer la educación pública, y en el fondo seguir manteniendo ciudadanía, que fue lo que de alguna forma nos impulsó el laburo más de campo de terreno, cuando empezamos a notar una fuerte crisis de la política, de separación en el tema de la representación, se empezó a descuidanizar, si es que existe tal término, y nuestro criterio siempre es trabajar esa idea. Y en gran medida han reemplazado al Estado... nuestro laburo empieza también a sentir esa separación, no es casual que empiece en los noventa, cuando empezamos a sentir que el Estado desaparecía, o que la gente no encontraba más lugares, en la política del espectáculo vos eras... si te alcanzaba la plata terminabas en el *shopping*, o no tenías lugares, porque la lógica de principios de los noventa y que agarró una inercia muy fuerte, los espacios autogestivos sirvieron mucho para cumplir una tarea que de alguna manera tiene que cumplir el Estado (Centro Cultural el Barrio).

9.4.1.1 Espacios, propósitos, apropiaciones

Es de destacar la gran cantidad de actividades que se realizan en estos espacios. Se pueden enumerar las siguientes: talleres de formación artística, danzas, aprendizaje de instrumentos, trabajos corporales diversos (en general de origen no occidental), trabajos manuales, teatro, literatura, fotografía, aprendizaje de tango, folklore, candombe, artes circenses, ciclos de cine debate. También en estos lugares se difunden espectáculos de proyectos alternativos y nuevos grupos, ya sea teatrales, musicales, de danza. Pero lo significativo, y en relación a mi preocupación por el público de estos espacios culturales, consiste en que ante la pregunta por la asistencia a determinado recital o muestra de plástica, los asistentes rechazan denominarse de esa manera. En este imaginario ser público alude a ser espectador, a no tener ningún tipo de lazo con el que representa o presenta una obra teatral, canta o baila, supone una actitud pasiva. En estos espacios se pone de manifiesto que quienes asisten no constituyen un público de esa actividad en particular, sino que confían en lo que el espacio les brinda. Prefieren definirse ya a partir del vínculo afectivo que mantienen con algún miembro del Centro o como participantes de las actividades del Centro en general. En el acto de participar de dichas actividades, entre otras cosas, está la asistencia a actividades artísticas diversas. Se establece una especie de identificación con el lugar, ya que allí lo cultural supone constituir un espacio de mediación, de encuentro con otros.

En nuestras entrevistas hemos constatado que quienes allí asisten no habitan en el entorno barrial, a pesar de que los coordinadores de los Centros manifiestan recurrentemente

interés en recrear lazos de sociabilidad a nivel barrial. En general estos espacios aparecen en barrios en los cuales cohabitan clases medias, clases medias empobrecidas y sectores marginales. Sin embargo, las formas de llegada se realizan generalmente a través del correo electrónico, no tienen impacto particular en las inmediaciones del espacio barrial. Los participantes, en su mayoría jóvenes, tienen un alto nivel cultural y educativo y utilizan este espacio para la experimentación, dan lugar a la enorme proliferación de productores culturales que se han generado en Buenos Aires en los últimos años y dan cuenta de lazos preexistentes. También allí se va a buscar un espacio para compartir actividades que transmitan valores en común. Se autodenominan “participantes” de los espacios, donde se puede “charlar”, compartir la música, la literatura, o cualquier otra actividad cultural. Esta idea de sociabilidad y de encontrar un espacio común, mediatizado por el arte y la cultura, también está presente en los organizadores.

Es cierto lo que me gusta de... tiene un sabor a convivencia, un sabor a compartir cosas, a aprender muchísimo. Yo lo tomo como un lugar de aprendizaje también muy fuerte. Y no el único pero el más fuerte que tengo hasta ahora, en este momento de mi vida. Este año, particularmente estos últimos meses yo me estoy replanteando el por qué cuando la gente me pregunta ‘¿vos qué estudiás?’ yo contesto ‘no, no estudio’. Está bueno decir, mirá, no estudio en instituciones oficiales, ponele. Estoy en un Centro Cultural en el cual estoy haciendo de todo. En ese hacer de todo estoy aprendiendo muchísimo. Y estoy conociendo mucha gente. Todos estamos relacionándonos con... (Centro Cultural La Sala).

Porque... no sé, es como que... me gustan más los puntos de encuentro para charlar, y esas cosas que... o quizás obras de teatro, obras de danzas... pero, los boliches no me van... (Asistente a evento en Casona de Humahuaca).

¿Qué opina de la existencia de estos lugares?

Me parece bueno que existan estos espacios, porque cumplen la función de reunir gente con los mismos intereses y que pueden generar vínculos (Asistente a evento en Casa Brandon).

Me parecen que son muy necesarios por el tema de la cultura, con todo lo que podés llegar a ver, como muestras de fotos y pinturas; y la gente que viene puede compartir esas cosas, y compartir un momento todos juntos. Son espacios que muestran actividades para gente que elige ver ciertas cosas (Asistente a evento en Casa Brandon).

Lo cultural constituye entonces un espacio de socialización y de encuentro, más que una búsqueda de disfrute de lo artístico en sí mismo. También está presente la recuperación del espacio público, tema central de la vida democrática y defensiva frente al consumismo privatista que tiende a aislar, individualizar. En general estos espacios cuentan con un bar, el cual se argumenta que sostiene económicamente el lugar, pero sabemos que este ámbito es

propicio para el establecimiento de lazos sociales entre pares.

9.4.2 Las búsquedas alternativo experimentales, cultura culta, cultura popular ¿o qué?

Es habitual, cuando se habla de consumos culturales y arte, sostener una división clásica moderna entre cultura culta y cultura popular que en el devenir artístico no contiene la diversidad y pluralidad de búsquedas y prácticas actuales. Hablar de cultura culta y cultura popular supone una organización social más estratificada, más al estilo europeo clásico moderno, no contemporáneo, y no permite reconocer las múltiples fusiones derivadas o producidas en sociedades aluvionales o de intensa movilidad social que han generado una cultura de la mezcla como la que caracteriza a Buenos Aires.

En la actualidad, en Buenos Aires existe una multiplicidad de desarrollos artísticos que desbordan estas clasificaciones y/o divisiones clásicas a tener en cuenta para abordar las formas del consumo cultural: música electrónica, artes circenses, acrobacia, malabares, música de fusión, nuevas formas de rock, *performance*, videoarte, instalaciones, intervenciones urbanas. Además de las combinaciones peculiares que por su historia se han producido en Buenos Aires, se deben señalar los procesos que al interior del campo artístico se denominan posmodernos. Estas nuevas formas de desarrollo artístico sumamente creativas se dan en ámbitos donde se mezclan o combinan las artes. Es posible nombrar numerosísimas propuestas y estilos de propuestas culturales. Se trata de recitales de música, acompañados con lectura de poesías y muestras de plástica, con *performances* de danza y acrobacia, entre otras combinaciones, presentados en general en espacios no convencionales. Es también en estas manifestaciones culturales donde se pone en escena una transformación del sentido de lugar y emergen nuevas sensibilidades. Se hace teatro en lugares que no son teatros, son bares con teatro, donde también se presentan grupos de música. Hay una transformación de los espacios culturales de puesta en escena del hecho artístico. Las exposiciones de pintura se hacen en bares, donde también se canta y se actúa. Se proyecta cine en espacios que no son necesariamente cines.

También estas nuevas formas de presentación de lo artístico se articulan con la conformación de un espacio público de nuevo tipo. La difusión de estas actividades se realiza a través de sitios de Internet. De esta manera el mundo virtual aparece como espacio articulador de una sociabilidad alternativa orientada a un público juvenil dado que son los

jóvenes quienes más consumen este medio y han crecido con él. Se constituye así un espacio público de límites indefinidos. Sin caer en cierto optimismo de tono anarquista, Internet habilita la puesta en escena de otras modalidades de comunicación que caracterizan estas manifestaciones artísticas no consagradas. Hay una postura político cultural de no formar parte de la construcción mediática de los grandes medios de comunicación. Así, colectivos de artistas plásticos no consagrados aún en el campo se comunican a través de sitios de Internet, como también quienes hacen intervenciones urbanas como *stencils* (también existen numerosísimos sitios de escritores, músicos, etc).

Sin embargo, dada la proliferación o la constatación de que existe un público para estas manifestaciones artísticas de corte alternativo experimental, páginas de Internet de consumo masivo como las de Ciudad Internet, del grupo *Clarín*, entre otras, le otorgan un espacio creciente a estos nuevos espacios de difusión de arte experimental, ya percibido como mercado, para fracciones de clases medias estetizadas vinculadas a nuevos saberes.

9.5 La cultura ¿reemplaza a la política? Se potencian nuevas concepciones de sociedad civil

Diversos ensayos que se proponen develar las causas de los acontecimientos de diciembre de 2001⁸², hacen alusión a la conformación lenta de un movimiento social paralelo a la política nacional, cuyo origen remoto estaría vinculado al peso que la cuestión de los derechos humanos fue adquiriendo en la trama de la política y la sociedad en la última década. Según señalan autores como Zibecchi (2003), Peruzzotti (2002), en diferentes registros y lenguajes disciplinarios, este movimiento habría incidido en la conformación de nuevas formas de organización social y política en Argentina. Para Zibecchi en particular estos movimientos habrían modificado las formas organizativas, fundadas en estructuras verticales y burocráticas de la política y de las instituciones en general, acompañando las formas de

⁸² En la fecha indicada se produjeron varios episodios en forma simultánea que expresan un antes y un después en la historia política y social argentina: saqueos espontáneos y organizados por caudillos políticos de zonas empobrecidas, los cuales se montaron en la agudización del hambre en masas desempleadas; protesta callejera masiva de sectores medios afectados por las últimas medidas económicas; crisis institucional debida a la pérdida de legitimidad creciente del gobierno de la Alianza; falta de apoyos políticos; enfrentamiento entre el Parlamento y el Poder Ejecutivo; etc. La ferocidad de la represión policial junto con la fuerza y masividad de la protesta, otorgaron a dichas jornadas aspectos de estallido social. Este escenario callejero atrajo poderosamente la mirada internacional sobre las consecuencias del experimento neoliberal aplicado en la Argentina en los últimos veinticinco años. En este contexto, imaginarios constitutivos del mito argentino comenzaron a caer.

socialización de las nuevas generaciones ya menos vinculadas con instituciones y estructuras.

Este movimiento, asimismo, no estaría exento del proceso que diversos sociólogos dan en llamar la extensión de la cultura a diversas esferas de la sociedad. Como ya fue dicho anteriormente, con relación a cómo la globalización cultural genera nuevos significados de la palabra cultura, autores como Lash y Urry (1997a), Featherstone (1995), Yúdice (2003) entre otros, señalan que la dimensión y el alcance adquirido por las industrias culturales en la sociedad contemporánea, debilitan el peso de lo social como marco de referencia de la acción y en su reemplazo se instala la cultura, lo cual generaría un nuevo tipo de reflexividad subjetiva que denominan estética. Para Lash y Urry, la reflexividad es una forma característica de la subjetividad en las sociedades del capitalismo tardío. Al irse debilitando paulatinamente las estructuras sociales, el individuo tiene mayores posibilidades de desplegar su creatividad. Interviene más autónomamente en los procesos laborales y sociales. Si bien construyen esta categoría a partir de la lectura de Giddens y Beck, quienes proponen el concepto de reflexividad cognitiva, la aproximación que realizan a la filosofía, a la teoría estética y a la sociología clásica, los lleva a revisar dicho concepto y a proponer en las sociedades del capitalismo de la post organización, el concepto de reflexividad estética. Si la reflexividad cognitiva se funda en un sujeto racional, centrado, que actúa socialmente a partir de saberes expertos, y que enuncia juicios mediados por categorías universales, no ocurre lo mismo con la reflexividad estética. Esta reflexividad sería consecuencia, en parte, de la expansión de las industrias culturales en la sociedad contemporánea, así como también de la proliferación de productores culturales, dada la demanda de cultura que se manifiesta en diversos aspectos de la sociedad (Featherstone, 1997). Diversidad cultural, minorías multiculturalismo, turismo cultural, diseño de la vida cotidiana, diseño de la tecnología, diseño de la imagen desparrraman nuevos universos simbólicos a los actores sociales. Los signos lo impregnan todo. Desde esta perspectiva es que Lash y Urry optan por definir la reflexividad como estética. En esta predomina un tipo de juicio fundado en categorías no mediadas, que apelan más a la sensibilidad que a la razón en sentido moderno.

En ese marco es posible comprender el fenómeno que se presencia en los grandes centros urbanos de estetización de los movimientos sociales, así como el creciente interés por las actividades culturales en las formas asociativas recientes (Yúdice, 2003).

En la actualidad aparece como una nota distintiva de los espacios sociales emergentes

la significación que se le da a la cultura como ámbito generador de significados alternativos al modelo económico hegemónico de la década anterior, donde la palabra resistencia se reitera. En las entrevistas realizadas a los organizadores de los centros culturales era frecuente escuchar que las actividades culturales ofrecidas pretendían hacer reflexionar a los públicos en torno a una vida menos poblada de objetos materiales, de generar valores de solidaridad, convivencia, estilos de vida no consumistas, formas cooperativas. Asimismo la tendencia de los artistas a asociarse se orienta en esta dirección. Entre sus fundamentos aparece la crítica a la lógica mercantil de la industria cultural dominante e hiperconcentrada y apuntan a recuperar la dimensión crítica del arte. Ahora bien, este discurso de resistencia no se presenta necesariamente como un discurso ideológico articulado. No tiene una dimensión contrahegemónica en el sentido que lo plantea Williams (1980) ni mucho menos. Se trata de buscar un espacio propio en un contexto dominado por la concentración *massmediática*, donde predomina una lógica mercantil. Si la cultura no fue asumida como política cultural explícita durante los noventa, considerada sin utilidad ni provecho económico, por el contrario, esta comienza a invadir la esfera social, pero como forma de resistencia en grupos sociales juveniles y en nuevas formas de asociatividad cultural⁸³.

Si bien estas nuevas formas de resistencia comienzan en el marco de la crisis económica del menemismo, hacen eclosión, o al menos se hacen visibles, con los acontecimientos de diciembre de 2001, los cuales para estos jóvenes organizadores imponen un antes y un después en la sociedad argentina. Ellos dicen “todo se vuelve más real”.

La composición de estos imaginarios llamados de resistencia en las agrupaciones sociales emergentes se funda en diversos componentes. Por un lado, observamos la recuperación y reivindicación de un pasado previo a la transición democrática. Ante el fracaso del discurso de los beneficios que traería la democracia institucional, reemerge el discurso político ideológico de los setenta, revisitado. Cabe señalar que algunos entrevistados que participan en acciones culturales vinculadas a espacios sociales de lucha, como fábricas recuperadas, o centros culturales autogestionados provienen de la experiencia de militancia en agrupaciones como *Hijos* y luego han pasado por la práctica teatral alternativa y experimental.

⁸³ Las reflexiones que se presentan sobre este tema derivan de entrevistas realizadas en el marco del Proyecto UBACYT 052 2004-2007, radicado en el IIGG-FCS, a espacios culturales situados en fábricas recuperadas, centros culturales derivados de asambleas y nuevos productores culturales, como el caso del nuevo cine documental. Las entrevistas a las que aludo en este trabajo fueron hechas junto con Sebastián Benítez Larghi, Nicolás Grossman, Viviana Molinari y Claudia Uhart.

Así es posible constatar que se produce una apropiación selectiva de los imaginarios de los años setenta, en el marco de la experiencia cultural de los noventa y así como también de nuevas procedencias político-culturales. Lo presento así porque pasados unos años, se manifiesta una idealización del pasado, a la vez que, por otro lado, se hace explícita una crítica profunda a los partidos de izquierda tradicionales, a su dinámica estructural y organizativa, y se presenta una subjetividad de nuevo tipo. Fundamentalmente se puede observar la presencia de una nueva subjetividad más desestructurada que la del militante de izquierda moderno encuadrado en la línea del partido. Quienes participan en los nuevos movimientos sociales también están atravesados por estilos organizacionales de corte más horizontal, democrático, igualitario y hedonista. Precisamente una característica de los centros culturales de nuevo tipo y los colectivos de artistas es la práctica asambleística e informal.

Por ejemplo, el profesor de un taller de construcción de tambores y percusión cuenta sus objetivos:

[...] hacer un lugar donde la gente se capacite y mediante este periodo... uno gana una confianza, gana experiencia, y bueno algunas cuestiones humanas mas; qué se intenta hacer con esto: es prepararnos para los otros trabajos donde..., son mediante un régimen verticalista, que es una de las cosas que se trata de combatir a través de la cultura. Tanto sea en relación..., hablo en lo que a mí respecta, a estar en comunidad tocando todos y teniendo una dependencia absoluta el uno del otro para llevar lo que es la canción, para eso sirve el ensamble y lo que es la misma relación pero en dependencia de trabajo, o sea plantear la horizontalidad.

El fragmento da cuenta de una tendencia presente en todos los espacios observados, donde la búsqueda de la horizontalidad, de un modo de organización social menos rígido y más equitativo, y la cultura como punto de encuentro son elementos constitutivos de estas experiencias.

Asimismo, se percibe una exaltación de ciertas figuras políticas de esos años como el Che Guevara, pero en términos míticos, como emblemático de la elección de un estilo de vida no burgués, por la opción por una causa, la búsqueda de ideales, pero con una vivencia de lo moderno distinta de las generaciones anteriores. Se puede observar en las asociaciones de músicos, de fotógrafos, colectivos de artistas plásticos, la preocupación por la búsqueda de nuevos estilos de vida, con cierta reminiscencia comunitaria al estilo *hippie*, un cuestionamiento de las estructuras burocráticas de corte instrumental, la recuperación de formas cooperativas pero sin pensar en transformaciones totalizadoras de la sociedad. En esta

resistencia cultural aparece una intencionalidad orientada a la difusión de valores no mercantiles, cuyas producciones culturales comienzan a circular en una esfera pública no mediática tradicional promovida por un conjunto de grupos musicales independientes, colectivos de arte, artistas no convencionales.

Por otra parte, estos nuevos promotores culturales alternativos cuestionan a los artistas del espectáculo o industria cultural. En los centros culturales se pretende generar una nueva concepción cultural no pensada como autoreferencial, no para sí mismo, para el campo, sino como un espacio que tenga en cuenta “los intereses de la gente”, pero no en el sentido del realismo imperante en los años setenta, sino desde una recuperación de lo corporal. Aparece con frecuencia en estos espacios el uso de prácticas como *clown*, malabares y murga.

Otros sujetos, otras subjetividades se producen socializadas entre el mito del paraíso consumista, la amenaza de la exclusión social, el irresuelto desempleo y el empobrecimiento creciente de la sociedad así como el debilitamiento de las instituciones de la modernidad. La escuela, el trabajo, la fábrica, la familia no constituyen referentes de socialización para las jóvenes generaciones herederas de cierto capital político y cultural⁸⁴. No están acostumbrados a la organización, a las pautas, a las normas. Encuentran en la cultura y en la estetización un espacio para construir nuevos estilos de vida. No siendo la corporación transnacional el espacio de inclusión de ciertas clases medias, la cultura, la industria cultural, las organizaciones y proyectos culturales y sociales de nuevo tipo resultan instancias atractivas para las nuevas generaciones socializadas tempranamente con las industrias culturales como la televisión, la música, Internet, la cultura informática, telefonía celular, a la vez que el *management*, y formas organizativas de la sociedad civil.

Básicamente la gente viene a buscar conocimiento, un conocimiento no clásico, que no estén ligados a estructuras, o por antiguos o porque ya no operan más, vienen a buscar herramientas para iniciar su creatividad, para aumentarla, técnicamente.” Y agrega: “[...] yo trato de actualizar la propuesta a medida de cómo va cambiando el mundo, lo que va emergiendo, no es lo mismo lo que necesita la gente ahora que lo necesitaba cuando yo empecé acá, y tampoco es el mismo conocimiento que tengo y experiencia que tenía (Entrevistado N° 9).

Es posible suponer que esta expansión de la cultura surge en un contexto de cierre de los campos culturales consagrados que incluyan a la proliferación de productores culturales. Se puede constatar que algunos de los espacios culturales que surgen vinculados a otras

⁸⁴ Sugiero en este aspecto revisar [Bauman \(2001a\)](#).

prácticas sociales y requerimientos ciudadanos, como fábricas recuperadas y asambleas barriales convertidos en centros culturales, no necesariamente están destinados a los sujetos urgidos por una carencia social, sino que en muchos casos configuran un espacio autoreferencial. El desarrollo de las nuevas tecnologías, la digitalización e Internet, configuran una nueva dinámica en la conformación de esferas públicas de la cultura y de nuevos públicos.

Según he podido comprobar, la emergencia de centros culturales autogestionados en espacios abandonados de la ciudad y en fábricas e instituciones en crisis es promovida por sujetos desocupados. Se parte de un diagnóstico de la carencia de opciones culturales para una sociedad acosada por la crisis y la desintegración social, cuya única opción son ofertas mercantiles. En quienes encaran estos proyectos se observan trayectorias personales vinculadas a militancia social. Se verifica una respuesta subjetiva frente al desempleo, que incluye la dimensión cultural y que asume el reconocimiento de nuevos derechos. La cultura aparece como ámbito de generación de recursos y búsqueda de otros estilos de vida, también se observa búsqueda de sentidos en prácticas culturales no occidentales, dato observable a partir de la oferta de actividades artísticas no convencionales (capoeira, danza afro, danza butoh, yoga, etc). No todos los centros culturales son iguales, en algunos casos se recoge la práctica profesional universitaria de profesiones como médicos, psicólogos, educadores.

Los proyectos que desarrollan estos profesionales precarizados responden a necesidades otrora satisfechas por el Estado. La crisis de cierto modelo profesional aparece como resultado de diagnóstico de la sociedad contemporánea, provocado por la exacerbación del neoliberalismo, pero también de una tímida reemergencia de búsquedas vitales menos estructuradas, las cuales pueden comprenderse a partir del aporte de Lash y Urry con la categoría de reflexividad. Lo que caracterizaría por este otro lado entonces a las prácticas de los espacios culturales autogestivos, sería no tanto la influencia directa del uso de las nuevas tecnologías, sino más bien de una creciente reflexividad que acompaña a las prácticas sociales contemporáneas. En ese sentido, una artista plástica comenta, en relación con las actividades que desarrolla:

[...] creo que el juego, el arte, que es la herramienta que tenemos acá, es un recurso de encuentro..., de encuentro subjetivo y de valoración de la estima y de construcción de personas autónomas. A partir de la construcción de personas autónomas estamos hablando de gente con capacidad de reflexión, de poder pensar, de poder elegir, de poder darse cuenta que puede...

Del discurso neoliberal y de la presencia fuerte de las agencias internacionales, estos nuevos trabajadores han adoptado el discurso acerca de la capacidad individual para gestionar proyectos. A pesar de la profunda crisis de sentido que atraviesa aún la sociedad argentina, se pueden visualizar valores incuestionados como la cultura y la educación. Así se observa que la cultura asume distintos usos: estetización de la protesta social como recurso económico, legitimación de luchas sociales fundadas en otras sensibilidades.

Como el desempleo es vivido como enloquecedor y destructor de los lazos sociales cotidianos, se adopta el concepto de empresa social derivado de prácticas psiquiátricas como la de emergencia social. Esta reivindicación retorna en el marco del ensayo de nuevas formas de hacer política distanciadas de los partidos políticos y de las viejas formas de hacer política, influenciadas por nuevos discursos ideológicos promovidos por los movimientos sociales antiglobalización.

En síntesis, si bien se puede afirmar que el modelo cultural hegemónico de los años noventa ha dejado de integrar imaginariamente el conjunto de la sociedad, la emergencia de nuevas formas asociativas y nuevos estilos de vida, aún no logra plasmarse en formas políticas ni creencias colectivas que se extiendan al conjunto de la sociedad.

9.6 Sociedad civil, movimientos sociales y cultura

En los años ochenta, en el marco de la crisis de los llamados socialismos “reales”, es decir a partir de la crisis del Estado burocrático soviético, de sus Estados satélites y de la demanda societal de “democratización”, de una democratización no formal fundada en nuevos estilos de vida y nuevas formas de ciudadanía, el concepto sociedad civil ha sido objeto de revisiones y actualizaciones teóricas de distinto signo.

Es sabido que en el mundo desarrollado los llamados nuevos movimientos sociales se vinculan con el mejoramiento de la calidad de vida, el reconocimiento de identidades sociales de corte subjetivo, vinculadas al derecho de elegir vidas múltiples, lo cual incluye entre diversas cuestiones de orden privado pero con impacto público, nuevas formas de vivir la sexualidad, el uso del espacio, los derechos civiles, estilos de vida, movimientos de consumidores, etc.

En nuestros países y en el Cono Sur en particular estos debates tienen diferentes recepciones según las clases socioculturales, adoptan un formato local y están atravesados por otras conflictividades sociales y políticas. Así se debe resaltar la importancia que han cobrado en estos últimos veinticinco años los movimientos por los derechos humanos y luego los movimientos por las identidades feministas, juveniles, atravesados ambos por cuestiones políticas, sociales y económicas y más recientemente estético-expresivas. Pasados los tiempos de dictaduras y persecuciones ideológicas, los movimientos de derechos humanos resignifican su presencia e inciden en las formas de hacer política.

La cultura constituyó el blanco de las derechas y de los gobiernos militares y represivos, dado el alcance y el tono crítico que asumió, particularmente en el Cono Sur y en particular en la Argentina. Como una forma de reparar esta situación, el gobierno de la transición democrática otorga particular importancia a la cultura, ya que se la considera como un ámbito generador de nuevas relaciones y prácticas sociales. Un concepto muy difundido de este momento es el de cultura política, nuevas significaciones, nuevos imaginarios, nuevas formas de sociabilidad, nuevos espacios (Wortman, 1996).

La conformación de una esfera pública de la cultura con el propósito de recomponer el tejido social destruido por la dictadura y también por los efectos de nuevas formas de relación social, como consecuencia del neoliberalismo de entonces, constituía un propósito de la refundación de una sociedad democrática. El Estado asume la conformación de una esfera pública fundada en la acción cultural, así como la formulación de políticas culturales y la promoción cultural en general. El punto fue que este proyecto de democratización a través de iniciativas culturales se enfrentó con otros componentes de poder, aún persistentes y quizás más poderosos en el contexto de las transformaciones del capitalismo y de la incorporación de nuestro país al sistema económico mundial.

Por otra parte, este proceso fue acompañado por la articulación de una esfera pública vinculada a la cuestión de los derechos humanos. Si bien este tema de la agenda democrática no tuvo un alcance masivo, tuvo una importante recepción en el marco de los imaginarios y de repercusión internacional con relación a otros países con experiencias semejantes, ocupó la escena pública mediática y tuvo efectos a largo plazo en relación con la credibilidad de la población en el sistema democrático como única forma de gobierno y cierta reactividad frente

a posibles reparaciones represivas.

Sin embargo, un interés por lo cultural comienza a modificarse con la crisis política del menemismo y del modelo económico que lo sustentaba. La sociedad civil comienza a percibirse como algo distinto del mercado, emergen nuevas concepciones de la acción social, con el propósito de responder a necesidades antiguamente satisfechas por el Estado. Como la sociedad de consumo demuestra que no puede satisfacer las ilusiones que crea, los sujetos comienzan a imaginar formas de sociedad alternativa. Debe señalarse que en esta recuperación de lo cultural inciden los movimientos sociales y la divulgación de nuevos significados promovidos por los movimientos de crítica a la globalización neoliberal.

El mito de la sociedad de consumo no se consuma porque en el escenario social aparecen más pobres que consumidores. En una sociedad transformada y despedazada abruptamente por el neoliberalismo pero también largamente por la desindustrialización, reiteradas dictaduras y represiones, etc., diversas esferas sostienen la necesidad de reconstruir nuevos sentidos de las prácticas sociales. Pienso que la cultura se constituye en un espacio de generación de sentidos en la vida cotidiana opuestos a los establecidos por el capitalismo consumista, esto es el mundo de la vida no colonizado por la razón instrumental. Ante la constatación del fracaso de paraíso consumista, comienzan a reemerger sentidos arrinconados y sentidos nuevos.

Capítulo 10

Reflexión final: entre lo culto y lo popular, una cultura media

A través de la realización de esta tesis me he propuesto demostrar el derrotero de las singulares clases medias argentinas a partir de emblemáticos consumos culturales del siglo XX y comienzos del XXI. En cada uno de los momentos descriptos se puede comprobar cierta articulación entre condiciones económico-sociales y tipos de consumos culturales.

Las décadas del diez, veinte y treinta fueron la expresión de la conformación social, cultural e imaginaria de unas clases medias que paulatinamente iban adquiriendo –con sacrificio, gente en el camino, también deserciones y retornos a países de origen– un lugar social promisorio. Si como inmigrantes e hijos de inmigrantes desarrollaron proyectos culturales, como argentinos se constituyeron a través de nacientes y prolíficas industrias culturales, como la radio, el cine y los libros. El cine, ámbito elegido en primer lugar en esta tesis, constituyó un ejemplo de un importante desarrollo cultural que como industria comenzó a tener límites en el marco del avance del dominio económico y cultural norteamericano, post segunda guerra mundial. Según he mostrado en la tesis, es notable el crecimiento numérico de salas, espectadores y producción nacional en la Argentina hasta la década del cincuenta. Esta última comenzó a mermar a partir de los cambios de posicionamiento de la Argentina en el mercado mundial, aunque no así salas y espectadores, hasta la transformación definitiva de la Argentina, hacia el año 1974.

Los años sesenta fueron particularmente importantes en cuanto a niveles de bienestar de la sociedad argentina, los cuales también asumieron una faceta cultural significativa. Cabe destacarse de esos años el crecimiento de la matrícula universitaria, la industria editorial y del número de lectores, la emergencia de una nueva literatura, la ampliación del campo de las artes plásticas, la proliferación de cineclubs y el éxito notable del cine europeo. También se evidencia una renovación del cine argentino a partir del surgimiento de una nueva generación de directores de cine que inciden en la renovación estética y una cierta recuperación de público para un renovado cine argentino. A partir de los datos existentes podemos comprobar en estos años hasta 1974 un singular desarrollo del campo intelectual y artístico. Los años de la dictadura militar fueron particularmente trágicos con respecto al campo cultural. Escritores, actores, directores de cine, músicos, intelectuales fueron asesinados, perseguidos, exiliados, censurados, formaron parte de listas negras. La estrecha relación de las clases medias con este campo colocó al conflicto social en su interior dado el alto grado de politización de dicha

esfera. Los niveles de represión, persecución y la planificada política de desaparición de personas, ya sea vinculadas a la militancia política, a la esfera cultural o del campo profesional en general, así como también a sectores de las clases obreras sindicalizadas, provocaron la destrucción del espacio público y en consecuencia incidieron en la significativa disminución de los consumos culturales. A partir de esos años estos se replegaron en el espacio privado. Solo se sostuvieron algunos espacios micro, en los cuales se intentaba construir algún tipo de sentido mediante actividades artísticas y/o intelectuales. Con la crisis de la dictadura militar, en particular a partir de la fracasada Guerra de Malvinas, comienzan a abrirse lentamente diversos espacios públicos, los cuales posibilitaron el resurgimiento de actividades culturales y artísticas y la conformación paulatina de públicos de la cultura. En ese contexto comienzan a resurgir la exhibición de cine y la realización de recitales de rock, pero ya no volvieron a tener el impacto de décadas anteriores, en consonancia con el empobrecimiento de la sociedad argentina. Fueron precisamente las actividades juveniles las que más éxito tuvieron en esos años, dado el impacto represivo que había tenido la dictadura en la población juvenil.

En forma paralela al empobrecimiento cultural que se extiende durante la dictadura militar, la televisión asume un crecimiento sugerente. La aparición de la televisión color y la política económica de apertura de la economía incidieron, en el marco del debilitamiento de la vida pública, en la compra masiva de televisores y en que la televisión se instale como una forma de consumo cultural dominante en la vida de los argentinos. Esto se pone de manifiesto en las investigaciones sobre consumo cultural que se realizan hacia fines de los ochenta y particularmente en los noventa, en las que se destaca el alto grado de inscripción a la televisión paga. Notablemente Argentina aparece como el mayor consumidor de esta oferta cultural, llegando a ocupar hacia 1995 el cuarto lugar en el mundo.

La cuestión cultural constituyó un eje prioritario durante los años de la primavera alfonsinista. Todo era cultura, la política se convirtió en generar cultura política y las políticas culturales se orientaron en ese sentido. A pesar de los vaivenes y de las discusiones bizantinas en torno a qué significados y prácticas de la cultura debían ser transmitidos en la acción cultural, se desarrollaron un sinnúmero de planes culturales, así como también eventos de discusión en torno a qué áreas de cultura se debía prestar atención. En ese marco el cine se transformó en el escenario de una democracia argentina hacia el resto del mundo y obtuvo importantes premios internacionales ya que muchas películas se orientaron a representar y

reflexionar en torno al pasado reciente.

Si se tuviera que dividir en momentos históricos la relación de las clases medias con la cultura, es posible afirmar que hasta los años ochenta la cultura constituía un valor para las clases medias. Con la transformación de la esfera de la cultura como consecuencia de la globalización y del capitalismo posfordista, la cultura se constituye como un recurso en el sentido desarrollado anteriormente. Según he escrito en investigaciones anteriores (Wortman, 2003), la vinculación de los hombres con las prácticas artísticas derivadas de la cultura constituyó un fundamento de legitimación para la burguesía en ascenso en la modernidad y también un modelo de civilización para el conjunto de la sociedad. Si antes de la Revolución Industrial, las culturas tradicionales constituían fuentes de legitimación del orden social, la autonomía de las artes devino de la aparición de las sociedades industriales (Ortiz, 1994). Según Bourdieu (1967) los juicios estéticos son ordenados según los valores clásicos (es decir, aquellos cuya validez está históricamente definida por la sociedad burguesa del siglo XIX y difundidos por la educación, escuela, museos, libros, programas culturales de la radio y la televisión). Por otra parte, desde una perspectiva identificada con la alta modernidad, Habermas (1981) concibe que sus ideales aún no han sido completados. En ese sentido considera a la experiencia estética fundamental para disminuir la distancia entre la cultura de los especialistas y la colonización del mundo de la vida. Con Habermas, puedo fundamentar mi hipótesis de trabajo: la cultura como valor constituyó una significación imaginaria dominante extendida a un conjunto vasto de la sociedad en un momento anterior de la Argentina, vinculada a la vigencia de una sociedad más integrada, con movilidad social ascendente en el marco de un estado social contenedor de las desigualdades sociales, que actualmente se ha reducido a algún sector de los nuevos pobres, así como también adopta otros carriles.

Si se toma la definición de Habermas en torno al lugar de la cultura en la modernidad, se puede pensar que la sociedad argentina fue profundamente moderna, teniendo en cuenta sus especificidades, como señala Sarlo en *La modernidad periférica* (1991). En efecto, tanto para Habermas como para Bourdieu, la autonomía de la esfera cultural da cuenta de este proceso, precisamente un logro de la modernidad consistió en emitir un juicio externo de los poderes económicos y políticos, en torno a la producción cultural. Esta búsqueda de autonomía en los proyectos culturales se puede ver ya a principios del siglo XX. El singular

desarrollo cultural ha constituido un objeto recurrente en los analistas de la cultura argentina, en particular los modos de conformación del campo cultural y artístico, los cuales incluyen la formación de un vasto público de bienes culturales. Según han desarrollado diversos investigadores de la historia cultural argentina, el acceso a los bienes culturales (libros, teatro, cine) ha constituido un valor en la conformación de la subjetividad, la formación ciudadana. Desde una perspectiva sociológica, sostengo que este proceso está estrechamente relacionado con el modo peculiar de existencia de las clases medias y populares de los grandes centros urbanos.

Así es como la Argentina se ha diferenciado de otros países latinoamericanos por la constitución temprana de una creciente y diversa clase media, así como también por un incipiente y pujante desarrollo cultural. Es necesario pensar ambos procesos en forma conjunta.

Tempranamente se constituyó una densa trama entre el peso que el Estado y la generación del ochenta otorgaron a la educación pública, con las prolíficas formas organizativas de las asociaciones de inmigrantes, junto con los partidos políticos identificados con las luchas y el mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, los cuales promovieron un lugar significativo de la cultura en un sentido pedagógico y político. Así la alfabetización masiva de los hijos de inmigrantes fue acompañada por la labor educativa de instancias de la sociedad civil, como señala Dora Barrancos (1996). De esta manera se fue constituyendo un público receptivo de ofertas artísticas e intelectuales de diverso tipo. También es importante señalar cómo en la ciudad de Buenos Aires se fue generando una cultura de mezcla según elige definir Beatriz Sarlo en *Una modernidad periférica*. Algunos artistas plásticos y escritores viajaron a Europa e incorporaron vanguardias y propuestas estilísticas tanto en la pintura, el dibujo como en la escritura.

Se puede afirmar entonces que se constituyó una articulación entre condiciones sociales que dieron lugar a la formación de nuevos públicos de la cultura en forma paralela al surgimiento de productores culturales que no eran de la elite, sino de las incipientes clases medias. Es en estos proyectos culturales, en los organizadores culturales de cines, teatros, y proyectos editoriales donde podemos encontrar a extranjeros e hijos de extranjeros. Junto con el mejoramiento de las condiciones sociales se fue transformando y ampliando el llamado

campo intelectual. En efecto, este no estaba formado solo con escritores, artistas de la elite, de origen burgués, sino que tempranamente junto con este nuevo público fueron surgiendo intelectuales, que Romero y Gutiérrez (1989) llaman mediadores. Se podría decir intelectuales que escribían en los periódicos, en folletines, revistas, ya no asociados a la llamada alta cultura y sí más vinculados a las nuevas formas de producción cultural asociadas a la industria cultural. Estos sujetos tienen trayectorias intelectuales más erráticas y en muchos casos son autodidactas.

Como señala Romero (1986) en relación con la proliferación de editoriales entre los años veinte y los cuarenta, se manifestaba una intencionalidad de formar ciudadanos cultos en sus gestores. Cada proyecto editorial tenía como base distintas maneras de concebir a un sujeto de cultura. En general la idea giraba en torno al acceso a la cultura universal, aunque también se trataba de conocer la producción local. Por otra parte, si bien el arte y la llamada alta cultura no constituyeron el eje de la formación de la escuela pública, se manifestaba cierta admiración por sus productos.

Y en esta representación de cómo se forma un ciudadano culto pongo la atención con relación a mi hipótesis de la cultura como valor, entendida como instancia de legitimación de una clase atravesada por cambios sociales, económicos y culturales en tanto un barniz diferenciador de las clases medias con respecto a las clases trabajadoras. Sostengo que esta dimensión de la cultura tuvo vigencia hasta mediados de la década del setenta, coincidente con cierta dinámica local de la sociedad capitalista industrial. Vislumbro esta significación imaginaria, entre otras, por ejemplo en el proyecto editorial de EUDEBA y el Centro Editor de América Latina (Wortman, 1997). Esta consideración tuvo también vaivenes y conflictos, ya que como señalan diversos autores, la cultura argentina estuvo permeada por la política y la política por la cultura (Svampa, 1995). La Iglesia, el nacionalismo, la intervención recurrente de las FFAA en la vida política argentina le imprimieron sentidos extraculturales a sus puestas en escena. La inestabilidad institucional le otorgó a la cultura diversos significados que iban más allá de lo que históricamente se concibe como perteneciente a su esfera. Esto provocó una creciente politización de la cultura, de los artistas y los intelectuales en los años sesenta y setenta, perdiendo autonomía el campo cultural. En el marco del agudo conflicto político existente en nuestro país, artistas e intelectuales fueron silenciados y perseguidos en un contexto de miedo, inestabilidad e inseguridad que provocó cierto consenso

por parte de un sector de las clases medias al golpe militar que se avecinaba, situación que fue aislando a algunas fracciones de la esfera cultural.

Cultura e intelectuales eran sinónimo de izquierda y el comportamiento subjetivo de las clases medias comenzó a orientarse, facilitado por la dinámica económica, hacia el consumo como ética de vida, coincidente en los noventa con el proceso social que generaron las nuevas tecnologías. Aunque es también desde lo cultural desde donde se manifiesta una creciente resistencia a la dictadura militar. Es desde este espacio, además, desde donde se produce, en parte, el resquebrajamiento de la dictadura.

Asimismo, la amplia extensión de los bienes culturales⁸⁵ a vastos sectores sociales ha incomodado al poder, razón por la cual el campo intelectual y artístico ha sufrido persecuciones, censuras, listas negras. Hubo momentos de la historia argentina en los que fue posible desarrollar con más libertad la acción cultural, pero en otros la cultura fue más sojuzgada y perseguida si esta ponía en peligro los valores e ideologías sobre los cuales se sostenía el orden político y social. Creatividad y censura empujaron a los productores culturales a la politización creciente, siendo los años setenta un momento de escasa autonomía de lo artístico cultural de la causa política militante imperante. La derechización del gobierno peronista a mediados del año 1974 llevó al exilio a un importante número de actores de teatro y cine, comenzando un momento negro de la producción cultural argentina.

En ese desplazamiento, la sociedad de consumo comenzó a ocupar el lugar de lo cultural, lo imaginario empezó a desplazar a lo simbólico, terreno facilitado por la creciente presencia de la cultura mediática y de la cultura norteamericana en la cultura universal (García Canclini, 1995). Un mundo onírico estimulado por una economía sostenida por el dólar barato empujó a estas clases medias, otrora admiradoras, aunque no siempre consumidoras de la cultura, a la adquisición compulsiva de bienes.

⁸⁵ Mas allá de los mitos, los datos sobre cantidad de editoriales, tiradas de los diarios en las primeras décadas del siglo XX, el alcance de la literatura de folletín que menciona Beatriz Sarlo, la cantidad de cines existentes en la ciudad de Buenos Aires, la producción cinematográfica, la cantidad de salas teatrales dan pistas no del todo sistemáticas de este fenómeno cultural.

Por su parte, esta idea de la cultura como valor podría asociarse a lo que **Jameson (1996)** denomina espacio de semiautonomía de la cultura en el capitalismo industrial. Si bien la mercantilización de la obra de arte forma parte de la esencia del capitalismo, aún existía la posibilidad de un espacio de autonomía, de un impulso autónomo y liberador. En el marco de la lógica cultural del capitalismo tardío, este impulso autónomo, esta semiautonomía estaría sofocada y no habría espacio para proyectos netamente culturales.

Según he desarrollado anteriormente, la esfera de la cultura no dejó de estar presente, a pesar de la escasa importancia que asumió el ámbito de la cultura durante el menemismo, y en los gobiernos neoliberales en general. En la Argentina, se sabe, siempre hay algo que decir en torno a la cultura aunque ya poco importe. En el marco de la política de privatizaciones que signaron los años noventa en la Argentina, el ámbito de las comunicaciones ocupó un lugar muy relevante. En ese contexto, favorecido por la política de convertibilidad, se produjo un proceso de concentración mediática, el cual constituyó el basamento del imaginario cultural del menemismo. Se generó un nuevo *ethos* cultural⁸⁶. Si bien las políticas culturales no formaron parte del discurso político, sí, en cambio constituyó parte de la estrategia política cultural del menemismo el énfasis puesto en favorecer la concentración de medios de comunicación, poder al que se enfrentan la capacidad de los gobiernos democráticos posteriores.

Es sabido que en el marco del neoliberalismo prima el interés por las ganancias que pudieran generar las industrias culturales, fundamentalmente la TV y posteriormente Internet. Frente al desinterés público estatal político por la cultura y el arte, se instaló la sociedad de consumo como escenario de satisfacción de intereses individuales. La cultura dejó de ser un valor ya que se conformó una sociedad orientada a la capacitación: el conocimiento debía tener alguna utilidad. Las personas ahora ya no tenían que ser cultas sino capacitadas, su saber debía servir para algo en el mercado de trabajo y se creó un imaginario en torno al cual la falta de capacitación era la explicación frente al aumento del desempleo, limitando y ocultando las verdaderas razones de la reducción del mercado laboral.

A partir de un imaginario de corte neoliberal, la educación formal en general se orientó en ese sentido, debilitando todo aquello que tuviera relación con la formación, con la llamada

⁸⁶ Hemos escrito largamente sobre este tema en nuestro libro en colaboración *Imágenes publicitarias/nuevos burgueses*. Editorial Prometeo. Buenos Aires, 2004

cultura universal, con el saber. Predominó entonces el saber técnico para el mercado de trabajo, es decir, aquel saber que tuviera valor en el mercado. Si la sociedad civil era sinónimo de mercado, poco lugar había para lo cultural. La mercantilización de la sociedad y la cultura fue casi absoluta, quedando relegados a una minoría marginal aquellos que pensaban diferente. Si un libro debía venderse como un detergente, poco importaba su contenido, su valor simbólico. Prácticamente el conjunto de la sociedad orientó sus acciones en torno al consumo de objetos para el goce individual.

En reemplazo de los centros culturales de la transición, se instalaron el *shopping* y la televisión en la vida cotidiana. Si la política era concebida antes como espacio de participación, estética y concepción, se la concibe ahora como administración y como técnica, como saberes expertos. Se debilitó el campo cultural en general y desapareció el debate desde diversos ámbitos por las políticas culturales. Se consagraron estilos de vida vinculados con el consumo y el goce en el espacio privado orientado al equipamiento hogareño, lo cual restó interés social y público a la acción cultural: se volvió innecesaria.

El debilitamiento de los grandes relatos como eje de la política incidió en el escaso interés por la cultura.

En esta década se conjugaron dos cuestiones que implican nuevas formas de construcción de subjetividades. Por un lado la incorporación omnipresente de los medios masivos de comunicación en la dinámica social, en combinación con la expansión del mercado a todas las esferas de la vida social. Lo que se plantea es la dificultad de construir subjetividades, cuando desaparece la cuestión simbólica, producida anteriormente por la escuela, la familia, la cárcel, las formas disciplinarias del Estado Nacional. Por otro lado, se desvanece el hombre ilustrado como metáfora de la formación de un capital simbólico. Frente a este tipo de hombre y subjetividad, se constituye una subjetividad llamada *massmediática*, atravesada por conexiones, por redes, pero no articulada simbólicamente. Como acertadamente señala González Requena (1992), es el discurso televisivo dominante el que genera sujetos constituidos en la fascinación imaginaria que no permite en el fondo ver al otro, sino quedar entrampado en la metáfora de Narciso, en la relación especular de la madre y el hijo. Desparece la ley, la palabra, el símbolo; aparece el espejo, la imagen, los medios de comunicación, la computadora: todos ellos hechos para mí. En ese sentido, también nos ayudan a pensar en esta nueva subjetividad las reflexiones de Lash (1997a) y las de

Lewkowicz (2004).

Este desfondamiento del Estado Nación, esta dificultad de subjetivar a partir de la ausencia del plano simbólico en la vida social, ha generado la necesidad de modificar nuestras formas de pensar y de representar lo real. Si bien ciertas formas de lazo social hoy son impensables, surgen otras, a partir de la necesidad de dar respuesta a otras manifestaciones de lo social. Las luchas hoy no dan cuenta de grandes colectivos, son más locales, menos utópicas, más anárquicas, remiten a otras subjetividades y otras maneras y estilos de vida, como señala Lash (1997a).

En el marco de la amplia receptividad de estos discursos como “modernos” debe pensarse la fuerte penetración de las nuevas tecnologías, como la televisión por cable, la *videocassetera*, la computadora con todas sus posibilidades como el correo electrónico y la Internet, el DVD, los juegos infantiles, los CDs; todo lo cual ha generado en el ámbito hogareño un sinnúmero de posibilidades de disfrute de la cultura que años atrás no era posible. La intensa publicidad que acompaña la televisión en la vida cotidiana sobre las oportunidades que genera el uso de la Internet y la computadora expresa el grado de receptividad de los discursos tecnológicos en la sociedad argentina y la fuerza con que el interior de los hogares, en términos de equipamiento, se está transformando. La casa recupera cierta centralidad como ámbito del consumo cultural, aunque a diferencia del típico hogar burgués (Habermas, 1981) donde lo privado era lo íntimo y se constituía la subjetividad privada para desenvolverse en el espacio público, ahora –a partir de Internet– la casa es el marco del vínculo globalizado del sujeto con el mundo cultural, de procesos comunicacionales y de circulación de mensajes, a través de ordenadores y la televisión satelital.

En la tercera parte de esta tesis pretendí dar cuenta de nuevas modalidades de consumo cultural vigentes en la ciudad de Buenos Aires en un entorno de crisis social a la vez que de transformaciones en el modo de oferta cultural en un marco de un profundo reordenamiento del escenario cultural a nivel global. Si en la modernidad, el arte se presentaba en espacios especialmente creados para ello (salas de cine, salas de teatro, museos para las artes plásticas, teatro para conciertos), en la modernidad tardía nos encontramos con espacios donde se mezclan y se intercalan las exhibiciones. Las definiciones y las disciplinas artísticas son menos precisas, los espacios también. Esto modifica la forma de circulación del arte y

también las formas de recepción. Ya Benjamín nos advertía acerca de la crisis de la actitud contemplativa frente a la obra de arte, con la emergencia del cine en la historia del arte occidental. El sujeto que se distrae se completa en la modernidad cultural tardía.

Asimismo estos procesos de transformación del vínculo entre la producción y recepción de diversas manifestaciones artísticas se articulan con procesos sociales peculiares de cada historia social, política y cultural. En el caso de Argentina, se puede vislumbrar una historia de articulación de cultura y política que en el mundo post noventa adquiere nuevas significaciones, a la luz de procesos históricos propios del país. Esta perspectiva propone advertir una vez más acerca de la complejidad de la cuestión de los consumos culturales. Si generalmente se realizan estudios sobre cómo las políticas culturales inciden en las formas del consumo cultural, aquí me propuse indagar qué efectos tiene en los modos de apropiación de la cultura la existencia de estos nuevos espacios culturales. También queda planteada para otra investigación la posibilidad de reflexionar más en profundidad sobre esta nueva forma de vinculación de las clases medias con la cultura, a partir del nuevo significado que adopta la cuestión del capital cultural planteada por [Bourdieu \(1988b\)](#), si la cultura se constituye en un recurso.

También en ese marco se ponen en evidencia nuevas clasificaciones de lo que se considera cultural, las cuales resignifican las modernas divisiones entre lo culto y lo popular y cómo la globalización pone en circulación una intensa diversidad cultural que incide en estas ya cuestionables divisiones.

Es evidente a esta altura del desarrollo social e histórico que es necesario revisar ciertos conceptos que se imponen como verdades reveladas sin incorporar la dinámica societal, histórica y económica de nuestras sociedades. Uno de ellos ha sido el de campo cultural, el cual se funda en una construcción cultural de la modernidad y particularmente del Primer Mundo. Cierta ahistoricidad y predominio de la lógica estructuralista ha obturado su complejización, en un contexto social, económico y cultural en el que el predominio de la industria cultural transforma la escena de la producción de bienes simbólicos de manera radical, lo cual empuja a realizar permanentes revisiones de cierta sociología producida en el contexto de sociedades modernas.

Las experiencias culturales autogestionadas se desarrollan en una sociedad desigual,

más inequitativa que la de la floreciente década del sesenta. A partir de las entrevistas realizadas se pueden observar varias cuestiones en relación con nuevas significaciones de la cultura en la sociedad argentina actual y para las clases medias en particular. Por un lado, la utilización de la cultura como un signo de distinción con relación a otras clases. El empobrecimiento de vastos sectores de estas clases lleva a que la cultura se convierta en un recurso simbólico que les posibilita afianzarse en un contexto de incertidumbre y riesgo de precarización social y personal. Muchos de los proyectos culturales que se emprenden se apoyan en un recurso simbólico acumulado en otros tiempos y, dado el desempleo, varios de estos realizadores terminan convirtiendo sus proyectos en trabajos de tiempo completo. Pienso que esta utilización del capital simbólico se apoya en significados difundidos por los cada vez más presentes organismos internacionales, que han descubierto en la cultura un recurso económico. Nuevamente entonces a la cultura se le adjudican un sinnúmero de usos, los cuales también forman parte de la lógica del capitalismo actual. Pero si el sistema económico le asigna un signo mercantil a la cultura, en estos emprendimientos la cultura aparece como un recurso personal para sus emprendedores, por un lado y como fundamento discursivo contrario a la sociedad de consumo, por otro. Estas formas de resistencia cultural conviven con muestras de fragmentación educativa y rasgos del impacto de la globalización cultural en los consumos culturales. Es evidente que la idea de la cultura como valor se ha resignificado, como se han resignificado las clases medias en el ámbito social y en su relación con la política. Estrategias de corte instrumental atraviesan sus estilos de vida, así como una sensibilidad desencantada e inmediatista. Sigue siendo en el ámbito cultural donde es posible visualizar algún encantamiento.

Bibliografía general consultada

Achugar, Hugo (1998): "La incomprensible invisibilidad, o acerca de cultura, valor y trabajo en América Latina", en Seminario Internacional *Integración económica e industrias culturales*, convocado por el SELA, la UNESCO, el Fondo Nacional de las Artes y el Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, (30 y 31 de julio: Buenos Aires).

Adelario, Fernando (1999): "La balada de los cines que resisten a los *shoppings*", *Página 12*, Buenos Aires, 16 de agosto.

Adorno, Theodor y Max Horkheimer (1987): "La industria cultural, el iluminismo como mistificación de las masas" en *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Albornoz, Luis A (2000): *Al fin solos... La nueva televisión del MERCOSUR*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.

Altamirano, Carlos: Cultura, lengua y sociedad en “Raymond Williams”, *Punto de vista*, año IV, núm. 11, marzo 1981, pp. 20 -23.

----- (1983): “Algunas notas sobre nuestra cultura”, *Punto de Vista*, año VI, núm. 18., agosto.

----- (1988): “Raymond Williams 1922-1988”, *Revista Punto de Vista*, año XI, núm. 33, setiembre-diciembre.

Ameztoy, Virginia (1997): “Cine argentino, el continuo regreso de los exilios”, en Ana Wortman (comp.), *Políticas y espacios culturales en la Argentina. Continuidades y rupturas en una década de democracia*. Buenos Aires: Editorial Eudeba.

Antonelli, Mirta (comp.) (2004): *Cartografías de la Argentina de los noventa. Cultura mediática, política y sociedad*. Córdoba: Ferreira Editor.

Antunes, R. (1997): *¿Adiós al trabajo? Ensayo sobre las metamorfosis y la centralidad del mundo del trabajo*. Caracas: Piedra Azul.

Ansaldo, Waldo (1997): “Fragmentados, excluidos, famélicos y como si eso fuese poco, violentos y corruptos”, en *Revista Paraguaya de Sociología*, año 33, núm. 98, enero-abril 1997, pp. 7-36.

Anuario Industrias culturales de Ciudad de Buenos Aires. Disponible online en http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/anuario_2005.pdf

Arizaga, María Cecilia (1997): “A la neotelevisión de fin de siglo en la Argentina” en Ana Wortman (comp.), *Políticas y espacios culturales en la Argentina. Continuidades y rupturas en una década de democracia*, Buenos Aires: Carrera de Sociología, Oficina de Publicaciones del CBC, pp. 107-133.

----- (1998): “Si querés llorar, llorá” en *Revista La Marea*, año 4, núm. 12, invierno, pp. 56-59.

----- (2000) “Murallas y Barrios Cerrados. La morfología espacial del ajuste en Buenos Aires”, en *Nueva Sociedad*, año 28, núm. 166, marzo-abril, pp.22-32.

----- (2005) *El mito de la comunidad globalizada. Las urbanizaciones cerradas*. Buenos Aires: El cielo por asalto.

Arizaga, María Cecilia y Ana Wortman (1998-1999): “La vida cotidiana en la pantalla televisiva” en *La Marea*, año 4, núm.13, verano, pp. 20-24.

Agostinis, Silvia (1999) “Ciudad: exclusividad y pobreza. El signo de los noventa” en Filmus, Daniel, (comp.) ob. Cit

Artopoulos, Alejandro, (2007) “Sistemas emergentes de innovación, Buenos Aires, hub de producción audiovisual” en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/aartopoulos.html>

Baczko, B. (1991): *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Balandier, G. (1993): *El poder en escenas. El poder de la representación y la representación del poder*. Barcelona: Paidós.

Barbero, Jesús Martín y otros (eds.) (1999): *Cultura y globalización*. Bogotá: CES/Universidad Nacional.

- Barbero, Jesús Martín y Fabio López de la Roche (1998): *Cultura, medios y sociedad*. Bogotá: CES/Universidad Nacional.
- Barrancos, Dora (1996): *La escena iluminada. Ciencias para Trabajadores 1890-1930*. Buenos Aires: Editorial Plus Ultra.
- Basile, Teresa (2002): “La universidad popular de las Madres de la Plaza de Mayo. Emergencia de nuevas prácticas en cultura y poder en la Argentina de la postdictadura”, en Daniel Mato (coord.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas sobre cultura y poder*. Caracas: CLACSO.
- Basualdo, Eduardo (2001): *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina*. Buenos Aires: UNQ/FLACSO/IDEP.
- Battle, Diego (1999): “El cine enfrenta la crisis del esplendor”, *La Nación*, junio.
- Bauman, Z. (1999): *La globalización, sus consecuencias humanas*. Buenos Aires: FCE.
- (2001a): *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.
- (2001b): *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.
- Beccaria, Luis y Néstor López (1996): *Sin trabajo. Las características del desempleo y sus efectos en la sociedad argentina*. Buenos Aires: UNICEF- Losada.
- Bechelloni, Giovanni: “¿Televisión espectáculo o televisión narración?”, en VVAA, *Videoculturas de fin siglo*. Madrid: Editorial Cátedra, Signo e Imagen, pp. 55-67.
- Becerra, Marina (2007): “Educación popular y ciudadanía moderna en las propuestas de Enrique Del Valle Iberlucea” en Jornadas de Sociología, Panel “Campo cultural, política y clases medias en la Argentina. Iniciativas y tensiones”, *Centro Cultural Ricardo Rojas*, 6 de noviembre.
- Bell, Daniel (1976): *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires: Alianza.
- Benítez Larghi, Sebastián (2004): “El lugar de Internet en la formación de los movimientos sociales” (policopiado).
- Benjamín, Walter (1987): *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus.
- Berger, Peter y Thomas Luckmann (1968): “La sociedad como realidad subjetiva” en *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu.
- Bocock, Robert (1993): *El consumo*. Madrid: Editorial Talasa.
- Bologna, Sergio (2004): *Crisis de la clase media y posfordismo*. Madrid: Akal.
- Borón, Atilio, Julio Gambina y Nahum Mingsburg (1997): “Pensamiento único y resignación política: los límites de una falsa coartada”. Biblioteca virtual de CLACSO. <http://clacso.org>
- Bourdieu, P. (1967): “Campo intelectual y proyecto creador” en Jean Pouillon (ed.), *Problemas del estructuralismo*. México: Siglo XXI.
- (1988a): *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- (1988b): *La distinción*. Madrid: Taurus.
- (1990): *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- (1991): *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

----- (2003): “El mercado de los bienes simbólicos” en *Creencia artística y bienes simbólicos*. Córdoba: Aurelia Rivera.

Braun, Clara y Cacciatore, Julio (1996) “El imaginario interior: el intendente Alvear y sus herederos. Metamorfosis y modernidad urbana” en Vázquez Rial, ob. Cit, pp . 31-72

Brunner, José J., (1988) *Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales*. Santiago: FLACSO.

----- (1997) *Globalización cultural y posmodernidad*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.

Burkart, Mara (2007): “La clase media se ríe de sí misma y se burla del poder: Satiricón, Chaupinela y Humor”, en *50º Aniversario de la Carrera de Sociología y VII Jornadas de Sociología*, mesa Campo cultural, política y clases medias en la Argentina. Iniciativas y tensiones, Centro Cultural Ricardo Rojas, Buenos Aires, 7 y 9 de noviembre. Calabrese, Omar (1990): *La era neobarroca*. Barcelona: Cátedra.

Calderón, Fernando y Mario dos Santos (1995): *Sociedades sin atajos. Cultura, política y reestructuración en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.

Camarero, Hernán (2002): “La experiencia comunista en el mundo de los trabajadores, 1925-1935”, en *Prismas. Revista de historia intelectual*, Universidad Nacional de Quilmes, núm. 6.

----- (2007) *A la conquista de la clase obrera. Los comunistas y el mundo del trabajo en la Argentina 1920-1935*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Carli, Sandra (2003): “Educación pública, historia y promesas”, en Myriam Feldfeber (comp.), *Los sentidos de lo público. Reflexiones desde el campo educativo*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.

Castagnola, José Luis, Pablo Mieres y otros (1990): “Un modelo teórico para el análisis de las identidades sociales”, en *Documentos de trabajo*. Montevideo: Claeh.

Castel, R. (1997): *La metamorfosis de la cuestión social*. Buenos Aires: Paidós.

Castells, Manuel (1996): *La sociedad red*. Barcelona: Alianza Editorial, 3 v.

----- (2003): *La Galaxia Internet*. Barcelona: Editorial de Bolsillo.

Castoriadis, C. (1995): “La cultura en la sociedad democrática”, en *Revista de Occidente*, abril, pp. 57-73.

----- (1983): “Institución imaginaria de la sociedad y la religión”, en *Vuelta*, núm. 87, pp. 4-10.

Casullo, N. (comp.) (1990): *El debate modernidad-posmodernidad*, Buenos Aires: Editorial Punto Sur.

----- (1998): *París 68, las escrituras, el recuerdo y el olvido*. Buenos Aires: Manantial.

COPUB – Centro Opinión Pública de la Universidad de Belgrano (2005): “Los hábitos de los jóvenes porteños”, disponible online en <http://www.diversica.com>, 26/05/2005.

Cheresky, Isidoro (1999): “La ciudadanía, la opinión pública y los medios de comunicación Ciudadanía y política en la Argentina de los noventa”. Disponible online en <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/La%20ciudadania%20y%20opinion%20publica.pdf>.

Cibotti, Ema (2000): “Del habitante al ciudadano: La condición del inmigrante”, en Mirta Lobato (dir.), *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*. Buenos Aires:

Sudamericana, pp. 365-408.

Ciria, Alberto (1995): *Más allá de la pantalla. Cine argentino, historia y política*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Clarín (2005): “El feroz rodrigazo” Suplemento Especial. Disponible online en <http://www.clarin.com/suplementos/especiales/2005/08/28/1-01405.htm>

Colombo, E. (comp.) (1990): *El imaginario social*. Montevideo: Ediciones Nordam-Tupac.

Coriat, B. (1992): *Pensar al revés*. México/Madrid: XXI Editores.

Cosentino, Olga (2000): “El Teatro San Martín canta las 40”, en *Clarín*, 24 de mayo.

Crompton, R. (1994): “Estilos de vida, categorías de consumo y comunidades de conciencia”, en *Clase y estratificación. Una introducción a los debates actuales*. Madrid: Editorial Tecnos.

Curran, James; David Morley y Valerie Walkerdine (comps.) (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

De Ipola, Emilio (comp.) (1998): “Identidad y lazo social”, en *La crisis del lazo social. Durkheim, cien años después*. Buenos Aires: Eudeba.

Del Brutto, Bibiana (1996): “Los porteños y el cine”, en Horacio Vázquez Rial (coord.), *Buenos Aires 1880-1930. La capital de un imperio imaginario*. Madrid: Alianza, pp. 378-394.

Delgado, Victor y Martí, Lucía (1998) “Medios: un poder dentro del poder” en *Revista La Marea* N°um 13, Buenos Aires, pp 40-47

Delich, F. (2002): *La crisis en la crisis*. Buenos Aires: Eudeba.

Dieter Evers, Hans (1997): “La globalización y las dimensiones sociales y culturales de la expansión del mercado” en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, núm. 2, abril-junio, pp. 3-22.

Douglas, Mary y B. Isherwood (1979): *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo.

Dubet, Francois y Danilo Martucelli (2000): *¿En qué sociedad vivimos?* Buenos Aires: Losada.

Eder, Rita, (1979): “El público de arte, una encuesta”, en *Punto de Vista*, año 2, núm. 5, marzo, pp. 7-23.

Egoyan, Aton “Encontrar público para el cine” en *Revista Ñ*, “Como cambió el cine”, núm. 152, 26 de agosto de 2006.

Elias, Norbert (1988): *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México: FCE.

España, Carlos (2006): “La industria del cine argentino pierde peso”, en *Perfil*, Buenos Aires, 30 de diciembre.

Ewen, Stuart (1998): *Todas las imágenes del consumismo*. México: Grijalbo.

Fabbri, Paolo (1996): *La táctica de los signos*. Buenos Aires: Gedisa.

Featherstone, Mike (ed.) (1990): *A cultura global*. Sao Paulo: Editora Vozes.

----- (1995) *Undoing culture, Globalization, postmodernism and identity*. London: Sage.

----- (org.) (1996): *A cultura global*. Sao Paulo: Editora Vozes.

- (ed.) (1997): *Cultura global. Nacionalismo, globalizacáo e modernidade*. Petropolis: Editora Vozes.
- (2000): *Cultura del consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Feijoó, María del Carmen (1992): “Los gasoleros. Estrategias de consumo de los NUPO”, en Alberto Minujin y otros (comp.), *Cuesta abajo. Los nuevos pobres: efectos de la crisis en la sociedad argentina*. Buenos Aires: UNICEF/Losada. Pp. 229-253.
- (2001): *Nuevo país, nueva pobreza*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Filmus, Daniel (1999): *Los noventa. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*. Buenos Aires: FLACSO-Eudeba.
- Finquelievich, Susana; Alicia Vidal y Jorge Karol (1992): *Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- (2007): *La innovación ya no es lo que era: impactos meta-tecnológicos en las áreas metropolitanas*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Finquelievich, Susana y Alejandro Prince (2007): *El (involuntario) rol social de los cibercafés*. Disponible online en <http://www.oei.es/tic/rolcibercafes.pdf>
- Ford, Anibal; Jorge Rivera y Eduardo Romano (1983): *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Editorial Legasa.
- Franco Bianchini and Michael Parkinson (eds.) (1993): *Cultural policy and urban regeneration. The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- García Canclini, Néstor (1979) *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- (1982): *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen.
- (1984) “Gramsci con Bourdieu: Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular”, *Revista Nueva Sociedad* Núm 71, marzo- abril, Caracas, 69-71
- (ed.) (1987a): *Políticas culturales en América Latina*. Buenos Aires: Grijalbo.
- (1987b): “Cultura y política. Nuevos escenarios para América Latina” en *Nueva Sociedad*, núm. 92, noviembre-diciembre.
- García Canclini, N. y otros (1991): *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la ciudad de México*. México: UAM.
- García Canclini, N. y Mabel Piccini (compiladores) (1993): *El consumo cultural en México*. México: Ediciones Mexicanas.
- (1993): “Cultura y sociedad: homogeneización y pluralidad cultural. Universalismos y particularismos” en *Fermetum, Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, año 3, núm. especial 6 y 7, enero-agosto, pp. 76-94.
- (1994): *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía.
- (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- (1999a): *Las industrias culturales en la integración en América Latina*. Buenos Aires: Eudeba.

- (coord) (1999b): *Ciudad y comunicación en la ciudad de México*. México: Grijalbo, 2 v.
- (1999c): *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- (2007): *Lectores, espectadores e internautas*. Buenos Aires: Gedisa.
- García Raggio, Ana María (1998): “Transitando por los márgenes: las transformaciones del trabajo y el debilitamiento de la ciudadanía”, en Emilio de Ipola (comp.), *La crisis del lazo social. Durkheim, 100 años después*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 9-35.
- Gay, Peter (1992): *La educación de los sentidos. La experiencia burguesa de Victoria a Freud*. México-Buenos Aires: FCE, 2v.
- Germani, Gino (1942): “La clase media en la ciudad de Buenos Aires” *Boletín del Instituto de Sociología*, I, 105-126.
- (1944): “Sociografía de la clase media en Buenos Aires: las características culturales de la clase media en Buenos Aires estudiadas a través de la forma de empleo de las horas libres”, en *Boletín del Instituto de Sociología*, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, núm. 2 y 3.
- (1950): “La clase media en la Argentina, con especial referencia a sus sectores urbanos”, en *Unión Panamericana, La clase media en Argentina y Uruguay. Cuatro colaboraciones*. Buenos Aires: Ediciones Theo Crevenna.
- (1955): *Estructura social de la Argentina. Análisis estadístico*. Buenos Aires: Ediciones Solar.
- Germani, Gino (1963) "Movilidad social en Argentina ". en: Lipset & Bendix *Movilidad Social en la sociedad industrial*, Buenos Aires: Eudeba
- Getino, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: Fundación Ciccus.
- (2006): *El Capital de la cultura*. Buenos Aires: Parlamento Cultural del MERCOSUR.
- Gibaja, Regina (1964) *El público de arte..* Buenos Aires. Eudeba
- Gilman, Claudia (2003): *Entre la pluma y el fusil. Debates y dilemas del escritor revolucionario en América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Giunta, Andrea (1996): *Vanguardia, internacionalismo y política. Arte argentino en los sesenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Gociol, Judith y Hernán Invernizzi (2003): *Un golpe a los libros*. Buenos Aires: Eudeba.
- (2006): *Cine y dictadura*. Buenos Aires: Capital intelectual.
- Gounet, Thomas (1999): “O Toyotismo como o “Momento Predominante” do complexo de reestruturação produtiva”, en *Fordismo e Toyotismo na Civilização do Automóvel*. São Paulo: Boitempo, pp. 13/53.
- González Requena, J (1992): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Barcelona: Cátedra Imagen.
- Gramsci, Antonio (1972): “Americanismo y fordismo”, en *Notas sobre Maquiavelo, la política y el Estado moderno*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, pp. 285-322.

Granese, Alberto (1990): "Valores ético-educativos y valores estéticos en la cultura de los media", en VVAA, *Videoculturas de fin siglo*. Madrid: Editorial Cátedra, Signo e Imagen, pp. 117-129.

Grimson, Alejandro y Mirta Varela (1999): *Audiencias y poder*. Buenos Aires: Eudeba.

Gutierrez, Leandro y Luis Alberto Romero (1989): "Sociedades barriales, bibliotecas populares y cultura de los sectores populares: Buenos Aires 1920-1945", en *Desarrollo Económico, Revista de Ciencias Sociales*, vol. 29, núm. 113, abril-junio, pp. 33-63.

Gutierrez, Leandro, Luis Alberto Romero y otros (1984) "La cultura de los sectores populares: manipulación, inmanencia o creación histórica", pp 11-14.

Gutiérrez, Alicia B (1994): *Pierre Bourdieu: las prácticas sociales*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Guattari, Felix y Suely Rolnik (2006): *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Habermas, Jurgen (1994): *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.

Hall, Stuart (1980): "Encoding/decoding", en S. Hall y otros (ed.), *Culture, media, language*. Londres: Hutchinson. Traducción de Silvia Delfino disponible online en <http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=71&pdf=si>

Harvey, David (1993): *Condição Pós-Moderna*. San Pablo: Ed. Loyola.

Hobsbawn, Eric (1977): "Clases obreras inglesas y cultura", en VVAA, *Niveles de cultura y grupos sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

----- (1990): "La transformación de las artes", en *La era del imperio, 1875-1914*. Buenos Aires: Grijalbo Mondadori.

Hoggart, Richard (1990): *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México: Grijalbo.

Hopenhayn, Martín (1994): *Ni apocalípticos ni integrados. Aventuras de la modernidad en América Latina*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

Hopenhayn, M. (1995) "Disquisiciones sobre mercado y cultura en la cultura chilena en transición". *Revista Cultura*. Chile,

----- (1999): "Vida insular en la aldea global", en Barbero y otros, *Cultura y globalización*. Bogotá: CES, Universidad Nacional de Colombia.

Huyssen, Andreas (2002): *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.

Jameson, Frederic (1996): *Teorías de la posmodernidad*. Buenos Aires: El Cielo por Asalto.

----- (1998): *El giro cultural*. Buenos Aires: Editorial Manantial.

Jensen, K.B y S.J. Jankowski (eds.) (1993): *Métodos cualitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

Kandel, Pablo (2005): *El "Rodrigazo", un ajuste que dejó su huella en los argentinos*, en *Clarín*, Buenos Aires, 4 de junio.

Karol, Jorge y Susana Finquelievich (1990): *El impacto de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

King, John (1980): *El Di Tella y el desarrollo cultural argentino en la década del sesenta*.

Buenos Aires: Ediciones de Arte Gagaglione.

Kliksberg, Bernardo y Luciano Tomassini (comp.) (2000): *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Buenos Aires: FCE.

Krischke Leitao, Debora; Diana Nogueira de Oliveira Lima y Rosana Pinheiro Machado (2006): *Antropología e consumo. Diálogos entre Brasil e Argentina*. Porto Alegre: Editora Age.

Lacarrieu, Mónica y Marcelo Álvarez (comps.) (2002): *La indigestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.

Laclau, E. (1993): *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Buenos Aires: Nueva Visión.

----- (1996): *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.

Landi, Oscar (1984): "Cultura y política en la transición a la democracia", en *Nueva Sociedad*, julio-agosto, pp. 65-78.

----- (1987): "Campo cultural y democratización política" en Néstor García Canclini (comp.), *Políticas culturales y crisis de desarrollo en América Latina*. México: Grijalbo.

----- (1988): *Reconstrucciones. Las nuevas formas de la cultura política*. Buenos Aires: Editorial Punto Sur.

----- (1992) *Devórame otra vez, qué hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la TV*". Buenos Aires: Planeta.

----- (1999) "La cultura grúa", en *Clarín*, Buenos Aires, 18 de julio.

----- (2001a) "La nueva industria de la comunicación en la Argentina". Buenos Aires, *Nuevos Documentos del CEDES*.

----- (2001b) "La crisis y los consumos culturales", en *Clarín, suplemento Zona*, Buenos Aires, junio.

Landi, Oscar y otros (1987): *Medios, transformación cultural y política*. Buenos Aires: Punto Sur.

Landi, Oscar y otros (1990): "Públicos y consumos culturales en la ciudad de Buenos Aires". Buenos Aires, *Documentos CEDES*.

Lash, Scott (1997a): *Sociología del posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.

----- (1997b) "La reflexividad y sus dobles: estructura, estética, comunidad", en U. Beck, A. Giddens y S. Lash, *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza.

Lash, Scott y John Urry (1998): *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires: Amorrortu.

Larrain, J. (1995): *Modernidad, razón e identidad en América Latina*. Caracas: Editorial Andres Bello.

Lechner, Norbert (ed.) (1982): *¿Qué significa hacer política?* Lima: Desco.

----- (2000): "Nuevas ciudadanías" en *Revista Estudios Sociales*, núm. 5, enero, pp 20-26.

----- (2002): "El capital social como problema cultural", en *Revista Mexicana de Sociología*, año 2, vol. 64, núm. 2, abril-junio, pp. 91-109.

- (1999): “Los condicionantes de la gobernabilidad democrática en América Latina de fin de siglo”, en Daniel Filmus (comp.) Ob.cit
- Lerer, Diego (1999): “El futuro está aquí”, en *Clarín*, Buenos Aires, 8 de octubre.
- Lewkowicz, Ignacio y M. Cantarelli (2003): *Del fragmento a la situación*, Buenos Aires: Altamira.
- Lewkowicz, Ignacio (2004): *Pensar sin Estado. La subjetividad en la era de la fluidez*. Buenos Aires: Paidós
- Lipovetsky, G. (1983): *La era del vacío. Ensayos del individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1990): *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Lojkine, J. (1995): *A revolução informacional*. San Pablo: Cortez.
- Lopez, Artemio y Romero, Martín (2005) *La declinación de la clase media argentina. Transformaciones de la estructura social (1974-2004)*, Buenos Aires, Libros de eQUIS.
- Lozano, Elizabeth (1991): “Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos”, en *Diá-logos de la comunicación*, núm. 30, junio, pp. 19-25.
- Lozano, Claudio (2001): “Contexto económico, político y social de la protesta en la Argentina contemporánea”, en *Informe Central de Trabajadores Argentinos, octubre*. Buenos Aires. Disponible online en www.cta.org.ar/documentos
- Mangone, Carlos (1997): “Revolución Cubana y compromiso político en las revistas culturales”, en Enrique Oteiza (comp.), *Cultura y política en los años sesenta*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, pp. 187-207.
- Malosetti Costa, Laura (2001): *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Marafioti, Roberto y Hugo Cormick (1995): “Consumos culturales en jóvenes ingresantes de las Universidades de Buenos Aires y de Lomas de Zamora”, en *Revista de Ciencias Sociales*, Universidad Nacional de Quilmes, mayo.
- Margulis, Mario y Marcelo Urresti (1994): *La cultura de la noche*. Buenos Aires: Biblos.
- (1996): *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos.
- Martín Barbero, Jesús y Fabio López de la Roche (1999): *Cultura y globalización*. Bogotá: CES-Universidad Nacional de Colombia.
- (2000) *Cultura, medios y sociedad*. Bogotá: CES-Universidad Nacional de Colombia.
- Martín Barbero, J. (1992): “Industrias culturales: modernidad e identidad”, en Cuadernos de Comunicación y Cultura, núm. 15, pp. 9-20.
- Marx, K. (1983): “Manuscritos Económico-Filosóficos, Primeiro Manuscrito”, en F. Fernandes (org.), *Marx & Engels: História*. São Paulo: Ed. Ática.
- Marx, Karl y Friederich Engels (1848): “Burgueses y proletarios”, en *Manifiesto del Partido Comunista*. Disponible online en <http://www.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/47mpc/i1.htm>

- Mateu, Cristina (2007) *Alcances y límites de la industria cinematográfica argentina en el período 1935-1955* Tesis de Maestría en Historia Económica, Facultad de Ciencias Económicas, UBA
- Mato, Daniel (2001): “Desfetichizar la globalización: basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones, mostrar la complejidad y las prácticas de los actores”, en *Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización-2. Caracas y Buenos Aires: UNESCO/IESALC y CLACSO*, pp. 147-179.
- Maunás, Delia (1995): *Boris Spivacow, Memoria de un sueño argentino*. Buenos Aires: Colihue.
- Mazziotti, Nora y Patricia Terrero (1983): “Migraciones internas y recomposición de la cultura popular urbana Análisis a través de los medios masivos de comunicación social. 1935-1950” en *Informe final Programa de Becas Cono Sur VIII. 1983-84*. Buenos Aires: CLACSO (mimeo).
- Minujin, Alberto y Gabriel Kessler (1994): *La nueva pobreza en la Argentina*. Buenos Aires: Planeta.
- Minujin y otros (1995): *Cuesta abajo: los nuevos pobres: efectos de la crisis en la sociedad argentina*. Buenos Aires: Punto Sur.
- Mitjavila, M. (1994): “Identidad social y comunidad”, en *Cuadernos del CLAEH*, 2ª serie, año 19, pp. 64-78.
- Mongin, Oliver (2007): *La condición urbana. La ciudad a la hora de la mundialización*. Buenos Aires: Paidós.
- Mons, Alan (1994): *La metáfora social. Imagen, territorio, comunicación*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Morley, David (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Muraro, Heriberto (1972): *Neoliberalismo y comunicación de masas*. Buenos Aires: Eudeba.
- (1985): “Difusión de las tecnologías electrónicas en la Argentina durante el período de apertura externa de su economía”, en Documento A. 7.1 IPAL, Lima, enero.
- (1987): *Invasión cultural, economía y comunicación*. Buenos Aires: Legasa.
- Naisbett, J. (1990): *Megatendencias 2000*. Bogotá: Editorial Norma.
- Nazer, Hernán y Leonardo Moretta (1997): “Nuevas formas de acción cultural”, en Ana Wortman (comp.), *Políticas y espacios culturales en una década de democracia*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC, Carrera de Sociología.
- Neiburg, Federico y Mariano Plotkin (comps.) (2004): *Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en la Argentina*. Buenos Aires: Paidós.
- O'Donnell, Guillermo (1997): *Contrapuntos*. Buenos Aires: Paidós.
- Ortiz, Renato (1994): *Mundialización y cultura*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- (1998): *Los artífices de una cultura mundializada*. Buenos Aires: Fundación Social-Siglo del Hombre.
- Palermo, V. y M. Novaro (1996): *Política y poder en el gobierno de Menem*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Peruzzotti, Enrique (2002): “Emergencia, desarrollo, crisis y reconstrucción de la sociedad civil argentina”, en Aldo Panfichi (comp.), *Sociedad civil, esfera pública y democratización*

en *América Latina: Andes y Cono Sur*. México: FCE.

Pinkney, Tony (1997): "Introducción del compilador: modernismo y teoría cultural", en Raymond Williams, *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*. Buenos Aires: Editorial Manantial, pp.15-51.

Portantiero, Juan C. (1983): "Nacionalismo y democracia en el novecientos" en *Punto de Vista*, año 6, núm. 18, agosto.

Renaud, Alain (1990): "Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo imaginario", en VVAA, *Videoculturas de fin siglo*. Madrid: Editorial Cátedra, Signo e Imagen, pp. 11-27.

Revista *Debates en la sociedad y la cultura*, Buenos Aires, abril-mayo de 1985.

Revista *El Periodista*, "De película: más cines cerrados, mayor precio de las entradas, menos espectadores", núm. 186, Buenos Aires, abril de 1986, p. 22.

Revista *Ñ*, "Como cambió el cine", núm. 152, 26 de agosto de 2006.

Rolnik, Suely (1996) "Cultura: ¿un concepto reaccionario?" en Guattari, Felix y Rolnik, Suely (ob.cit), pp 23-37

Romero, Luis A. (1986): "Buenos Aires en la entreguerra, libros baratos y cultura de los sectores populares", en *Documento CISEA*, Buenos Aires.

----- (1995): "Una empresa cultural. Los libros baratos", en L. Gutiérrez y L. A. Romero, *Sectores populares, cultura y política*. Buenos Aires: Sudamericana, pp.45-67.

Roffo, Analía (2004): [Entrevista con Tulio Halperin Donghi] "Kirchner es hoy la mejor de las soluciones posibles", *Clarín*, 12 de septiembre.

Rosanvallon, Pierre y Fitoussi (1994): *La nueva era de las desigualdades*. Buenos Aires: Manantial.

Rubinich, Lucas (1987): *Tomar la cultura del pueblo, bajar la cultura al pueblo. Dos nociones de acción cultural*. Buenos Aires: Gecuso-Fundación del Sur.

Sarlo, Beatriz (1979): "Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad", en *Punto de Vista*, año 2, núm. 6, julio, Buenos Aires, pp. 9-19.

----- (1983): "La perseverancia de un debate", en *Punto de Vista*, año 6, núm. 18, agosto, pp. 3-5.

----- (1984): "Argentina 1984: la cultura en el proceso democrático", en *Nueva Sociedad*, núm. 73, julio-agosto.

----- (1985): *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires: Editorial Catálogos.

----- (1987): "Políticas culturales: democracia e innovación", en *Punto de Vista*, núm. 32, abril- junio, pp. 8-14.

----- (1988): *Buenos Aires, una modernidad periférica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

----- (1991): "Un debate sobre la cultura", en *Nueva sociedad*, núm. 116, noviembre-diciembre.

----- (1993): *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión.

----- (1994a): *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Ariel.

----- (1994b): "Políticas culturales. Hoy: los medios audiovisuales", en *La Ciudad Futura. Revista de Cultura Socialista*, núm. 41, pp. 15-18.

- (1996): *Instantáneas*. Buenos Aires: Ariel.
- (1997): *La máquina cultural*. Buenos Aires: Planeta.
- Sassen, Saskia (2007): *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz editores.
- Sebrelli, Juan José (2003) *Buenos Aires, vida cotidiana y alienación*. Buenos Aires, editorial sudamericana.
- Seivach, P. (2003): “Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires”, en Cuadernillo CEDEM, núm. 4.
- Sennet, Richard (2006): *La cultura del nuevo capitalismo*. Buenos Aires: Anagrama.
- Sigal, Silvia (1991): *Intelectuales y poder en la década del sesenta*. Buenos Aires: Ediciones Punto Sur.
- Silverstone, Roger (1996): “La suburbanización de la esfera pública”, en *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, pp. 95-135
- Simmel, Georg (1903): “La metrópoli y la vida mental”. Disponible online en <http://www.scribd.com/doc/6602952/Simmel>
- Sklair, Leslie (2003): *Sociología del sistema global*. Barcelona: Gedisa.
- Schmucler, H. (1988): “Innovación de la política cultural en la Argentina”, en Fernando Calderón y Mario Dos Santos (eds.), *Hacia un nuevo orden estatal en América Latina*, vol. 8 Innovación cultural y actores socioculturales. Buenos Aires: CLACSO, pp. 125-213.
- Schutz, Alfred (1974): *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Subirats, E. (1996): *La cultura como espectáculo*. Madrid: FCE.
- Sunkel, Guillermo (1999): *Los consumos culturales en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- (ed.) (2006): *El consumo cultural en América Latina*. Segunda edición ampliada y revisada. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Sunkel, Guillermo y Carlos Catalán (1990): “Consumo cultural en Chile: la élite, lo masivo y lo popular” en *Documento de trabajo*, núm. 455, agosto. Santiago: FLACSO.
- Svampa, Maristella (1994): *El dilema argentino: civilización o barbarie. De Sarmiento al revisionismo peronista*. Buenos Aires: El Cielo por Asalto.
- (2000) “Clases medias, nueva cuestión social y marcos de sociabilidad”, en *Punto de Vista*, núm. 67, agosto, pp. 34-41.
- (comp.) (2000): *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*. Buenos Aires: UNGS-Biblos.
- (2001): *Los que ganaron, la vida en countries y barrios cerrados*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- (2005): *La sociedad excluyente*. Buenos Aires: Taurus.
- Tasker, Ivonne (1998) “Aproximación al nuevo Hollywood” en Curran, James, Morley, David y Walkerdine, Valerie (coordinadores) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Buenos Aires: Paidós., pp 323-347.
- Terán, Oscar (1993): *Nuestros años sesentas*. Buenos Aires: El cielo por asalto

Terán, Oscar (coord.) (2004): *Ideas en el siglo. Intelectuales y cultura en el siglo XX latinoamericano*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Terrero, Patricia (1987): "Comunicación e información por los gobiernos autoritarios: el caso de Argentina", en VVAA, *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: DESCO-CLACSO, pp. 23-41.

----- (1993): "Técnica y cultura urbana" en Silvia Delfino, *La mirada oblicua. Estudios culturales y democracia*. Buenos Aires: La Marca, pp. 129 -137.

----- (1999): *Culturas locales y cambio tecnológico*. Entre Ríos: UNER.

----- (1999): "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada", en Guillermo Sunkel, *Los consumos culturales en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Thompson, A (comp.) (1995): *Público y Privado. Las organizaciones sin fines de lucro en Argentina*, Buenos Aires, Unicef-Losada. En particular ver artículo de Inés Gonzalez Bombal y Claudio Lobeto.

Torre, María y Matías Zarlenga (2006): "Los espacios de formación cinematográfica en el surgimiento del Nuevo Cine Argentino", *Jornadas sobre Nuevos intermediarios culturales*, Centro Cultural San Martín. Buenos Aires, 14 de noviembre.

Tosel, André (1995): "Centralité et Non-Centralité du Travail ou La Passion des Hommes Superflus", en Jacques Bidet y Jacques Texier, *La Crise du Travail*, Actuel Marx Confrontation. París: Press Universitaires de France.

Torrado, Susana (1992): *Estructura social de la Argentina, 1945-1983*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Touraine, Alain (1987): *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*. Santiago: PREALC.

Vattimo, G. (1990): *La sociedad transparente*. Buenos Aires: Paidós.

Vázquez Rial, Horacio (1996): *Buenos Aires 1880-1930. La capital de un imperio imaginario*. Madrid: Alianza.

Verón, Eliseo (1974) *Imperialismo, lucha de clases y conocimiento. 25 años de sociología en Argentina...*, Buenos Aires Tiempo Contemporáneo

Vila, Pablo (1985): "Rock Nacional, crónicas de la resistencia juvenil", en Elizabeth Jelin, *Los nuevos movimientos sociales: mujeres, rock nacional*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, pp. 83-156.

Vincent, J. Marie, (1995): "Flexibilité du Travail et Plasticité Humaine", en Jacques Bidet y Jacques Texier, *La Crise du Travail*, Actuel Marx Confrontation. París: Press Universitaires de France.

Virno, Paolo (2004): *Gramática de la multitud*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Walzer, M. (1996): "Multiculturalismo", en *Letra Internacional*, núm. 43.

Warley, Jorge (1993): "Revistas culturales de dos décadas (1970-1990)", en *Cuadernos hispanoamericanos*, núm. 517-519, julio-septiembre, pp. 195-207.

Williams, Raymond (1980): *Marxismo y literatura*. Barcelona: Editorial Península.

----- (1981): *Sociología de la comunicación y del arte*. Buenos Aires: Paidós.

- (1997): *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- (2000): *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Winocur, Rosalía (1996): *El Programa Cultural en Barrios*. México: FLACSO.
- Wortman, Ana (1991): *Jóvenes desde la periferia*. Buenos Aires: CEAL.
- (1995): “En torno de las políticas culturales para jóvenes en sociedades postajuste”, *II Encuentro de Investigadores de Juventud*, organizado por FLACSO, Buenos Aires, diciembre.
- (1996): “TV e imaginarios sociales: los programas juveniles” en Mario Margulis, *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Editorial Biblos, pp. 103-133.
- (1996): “Repensando las políticas culturales de la transición”, en *Sociedad*, núm. 9, septiembre, pp. 63-85.
- (1997): “Políticas culturales o el devenir de la cultura y su significación en la sociedad argentina del ajuste”, en *Revista Paraguaya de Sociología*, núm. 96, pp. 7-26.
- (comp.) (1997): *Políticas y espacios culturales en la Argentina en una década de democracia. Continuidades y rupturas*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC.
- (1997): “Zapping y política: los programas juveniles en los noventa”, en *La Marea*, año 3, núm. 10, invierno, pp. 42-48.
- (1997): “Nuevos sentidos de la palabra cultura en la sociedad argentina del ajuste”, en *Estudios sociales. Revista Universitaria semestral*, año 7, núm.13, 2º semestre, pp. 59-84.
- (1998): “TV y Vida cotidiana”, en *La Marea*, año 4, pp.20-24.
- (1998): “Un análisis de las investigaciones sobre juventud en América Latina”, en Emilio de Ipola (comp.), *La crisis del lazo social. Durkheim, 100 años después*. Buenos Aires: Eudeba.
- “Los consumos culturales en Buenos Aires, entre lo público y lo privado.”
Disponible online en
http://www.mundourbano.unq.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=47&catid=81.
- (2001): “El devenir de lo político cultural en Argentina, nuevas subjetividades del pensamiento”, en *Revista RELEA Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol. 7, núm. 3, septiembre-diciembre.
- (2001): “Globalización cultural, consumos y exclusión social”, solicitado para su publicación en un número sobre *Cultura, medios y política en América Latina*, por la revista *Nueva Sociedad*, núm. 175, septiembre- octubre.
- (2001): “Aproximaciones conceptuales y empíricas: consumos culturales juveniles e identidades sociales en la sociedad argentina del ajuste”. Documento de trabajo del Instituto Gino Germani, núm. 24. Buenos Aires, octubre.
- (2001): “El desafío de las políticas culturales en la Argentina”, en volumen colectivo editado por Daniel Mato *Cultura y globalización en América Latina*. CLACSO-UNESCO, Caracas, con referato.
- (2003): “Subjetividad y sociedad de consumo en la Argentina de los noventa, el impacto del toyotismo”, en *e-I@tina Revista electrónica de estudios latinoamericanos*, vol. 1, núm. 2, enero-marzo.
- (2002): “Vaivenes del campo político cultural en Argentina” en Daniel Mato,

Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en Cultura y poder. Caracas: CLACSO-FACES, UCV.

----- (2002): “Entre la globalización y la exclusión social en la Argentina”, Mónica Lacarrieu y Marcelo Álvarez (comps.), *La (indi) gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos.* Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía, pp. 173-191.

----- (2003): *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa.* Buenos Aires: Editorial La Crujía.

----- (comp.) (2004): *Imágenes publicitarias, nuevos burgueses.* Buenos Aires: Prometeo Libros.

----- (2007): *La construcción imaginaria de la desigualdad social. Nuevos intermediarios culturales mediáticos.* Buenos Aires: Ediciones CLACSO-ASDI.

Yúdice, George (1999): “La industria de la música en el marco de la integración América Latina-Estados Unidos”, en Néstor García Canclini y Carlos Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana.* Buenos Aires: Eudeba.

----- (2003): *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global.* Buenos Aires: Gedisa.

Zallo, R. (1988): *Economía de la comunicación y la cultura.* Madrid: Akal.

----- (1992): *El mercado de la cultura: estructura económica y política de la comunicación.* San Sebastián: Garos.

Zibecchi, Raúl (2002): *Genealogía de la revuelta. Argentina y la sociedad en movimiento.* Montevideo: Editorial Nordam.

Fuentes Primarias

Estadísticos

Encuesta 2001-2002, dirigida por Jorge Raul Jorrot, *Percepción del lugar social de las clases medias*, 500 casos, sexo, edad, nivel medio, Ciudad de Buenos Aires y Área Metropolitana.

Técnicas cualitativas

40 entrevistas hombres y mujeres clases medias empobrecidas.

15 entrevistas hombres y mujeres jóvenes clases medias altas.

Observaciones en Centros Culturales barriales (Almagro, Villa Crespo y Zona Sur de la Ciudad de Buenos Aires).

Asistencia a eventos artísticos.

10 entrevistas a talleristas y artistas promotores de actividades centros culturales barriales.

10 entrevistas organizadores de centros culturales barriales.

10 entrevistas a público de centros culturales barriales.

Fuentes secundarias

Anuario Clarín 1999-2000, Buenos Aires.

Anuario Clarín, 2000-2001, Buenos Aires.

Agencia Nacional de Comunicación. UTPBA, Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (información recibida electrónicamente).

Sitios de Internet, revistas culturales.

Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Elaboración propia sobre la base de datos del ISBN Argentina y la Cámara Argentina del Libro (CAL).

Indec.

DEISICA, Dirección estadísticas del Sindicato de la Industria Cinematográfica.

INCAA, Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales.
