



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Una sala recuperada : los usos sociales del cine : el caso del cine Avenida, de Bolívar, Provincia de Buenos Aires

Autores (en el caso de tesis y directores):

David Vázquez González

Eduardo Alfonso Cartoccio, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2017

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



Universidad de Buenos Aires.
Facultad de Ciencias Sociales.
Carrera de Ciencias de la Comunicación.

Tesina de grado:
**“Una sala recuperada”: Los usos
sociales del cine. El caso del cine Avenida,
de Bolívar, provincia de Buenos Aires.**

Alumno: David Vázquez González. DNI: 23100349.
Mail: davidvazquez88.dv@gmail.com
Tutor de tesina: Dr. Eduardo Cartoccio.
Fecha de entrega: Diciembre de 2016, Buenos Aires.

Índice

Introducción.....	4
Capítulo I: El cine en Argentina, sus inicios. Construcción de un público de masas (1896-1950).	9
1-El cine y sus comienzos en nuestro país. (1896-1930).	9
2-Su consolidación, período de auge, contexto social y comunicacional en el que se instala como medio de comunicación de masas. (1930-1950).	12
3-Un recorrido teórico por autores que problematizaron sobre el cine y sus usos sociales: tecnología-arte-cultura-comunicación.	14
4-Identidades y consumo cultural. El cine y la cultura de masas. Valor simbólico.	17
Capítulo II: Las salas de cine en Argentina, del goce estético compartido al aislamiento (1950-1990). El Cine Avenida de Bolívar, provincia de Buenos Aires.	20
1-El cine Avenida Abre sus Puertas 1951, contexto social y modos de usos.	21
2-Arquitectura de un cine: valor simbólico, patrimonio social y patrimonio cultural: Ir al cine como religión.	28
Capítulo III: La crisis del cine, la decadencia de un medio. Contexto político, económico y social, los años noventa.	32
1-Cambios de hábitos y usos sociales de los bienes culturales. Nuevas tecnologías y políticas de aislamiento.	32
2-El cine Avenida cierra sus puertas: la modernidad y su proyecto inconcluso, período de crisis del cine argentino.	36
Capítulo IV: Resurrección del cine Avenida: recuperar un espacio público, año 2013.	40
1-¿Cómo se re recupera una sala de cine?	40
2-El Avenida abre sus Puertas, octubre del 2013.	42

3-Un cine como un palimpsesto: lo residual, lo emergente y lo nuevo. Una experiencia personal.	45
4-Ir al cine o ir al cine en el Shopping; dos modos de uso diferentes.	47
Capitulo V: El cine Avenida hoy: tres años después, pasado presente y futuro. Un espacio Público.	50
1-Usos y funciones sociales del cine: Política-historia-pensamiento crítico.....	50
2-El cine como espacio Público: del ciclo cine Debate en Bolívar en los años setenta a las escuelas van al cine en el año 2016.	52
3-El cine Gaumont de La Ciudad Autónoma de Buenos Aires; otro caso de una sala recuperada, similitudes y diferencias con el cine Avenida de Bolívar.....	57
4-Viejos y nuevos problemas en el campo de la cultura. El pochoclo como paradigma de consumo.	61
Conclusiones.....	68
BIBLIOGRAFIA	77
ANEXO	80
DOCUMENTO FOTOGRAFICO	80
MAPAS DE CINES INCAA	89
LEYES Y REGLAMENTACIONES CONSULTADAS	92
ENTREVISTAS	93
REFERENCIA A MEDIOS AUDIOVISUALES.....	95

Introducción

Este trabajo tiene como objeto de estudio los modos de apropiación y usos sociales del cine y sus cambios en el tiempo. Tomando como caso particular de investigación el cine Avenida de la ciudad de San Carlos de Bolívar, provincia de Buenos Aires, Argentina. Una sala que abrió sus puertas en el año 1951 y que a fines de los noventa cerró por la falta de asistencia de público, en la misma ciudad que en décadas anteriores colmaba el cine. Este espacio en el año 2013 es recuperado para la comunidad de Bolívar.

La propuesta es abordar el tema de los usos sociales del cine, para ver qué hace la gente con el cine como medio de comunicación, en el desarrollo de este caso particular de Bolívar, dentro de un contexto general dado por las variables políticas, económicas y culturales de la Argentina. Comparar distintos períodos históricos del cine y sus usos sociales, permite entender como este medio de comunicación fue variando su lugar en la sociedad, cómo se relacionó con su público y sus cambios en relación a distintas prácticas sociales que se modifican en el tiempo: “Lo que parece marcar la diferencia y el fin de los medios masivos son los cambios que se producen en las prácticas sociales que, junto con las tecnologías, definen a los medios de comunicación”. (Aprea, 2009: 117)

Las preguntas que surgen en este momento son: ¿cuáles fueron las funciones sociales del cine durante su desarrollo histórico? ¿Cuáles son los modos de apropiación y usos sociales del cine? Teniendo en cuenta que se estaba gestando la reapertura de una sala que durante más de quince años tuvo sus puertas cerradas, ¿cuáles fueron los motivos por los cuales la comunidad de Bolívar dejó de ir al cine? ¿Qué pasó en Bolívar y qué condiciones políticas, sociales y culturales hubo en el país para que esta práctica social corriera el riesgo de desaparecer? ¿Por qué recuperar la sala luego de tantos años? ¿Son los mismos modos de apropiación y usos sociales del cine hoy que en 1951?

Para este trabajo se realizó una recopilación del material en crudo de entrevistas que se usaron para un corto documental ¹ exhibido el día de la reapertura del cine Avenida, son

¹[El documental se encuentra en el dvd (en formato mp4) fue realizado para exhibirse el día de su reapertura y se proyectó a la comunidad durante el primer mes al inicio de cada función con el objeto de que los ciudadanos de Bolívar vean como fue la historia de su cine. Fue una producción de Ideas del Sur, en la cual participe (soy empleado de la productora desde el año 2003). El documental se estrenó en noviembre de 2013.]

testimonios de los empleados del cine antes de su cierre, usuarios del cine en esta primera etapa, figuras del cine argentino y autoridades locales.

Se llevó a cabo una entrevista personal a Analía Carbajo responsable de la Gerencia de Contenidos y Programación del cine Avenida, para ver como es la gestión actual y observar cómo fueron estos tres años desde su recuperación. También se incluye una entrevista personal a Facundo Muñoz Responsable de Cifras, coordinación de Espacios INCAA y Programas Especiales, Gerencia de Exhibición y Medios INCAA. Se ha incluido la recopilación de notas periodísticas gráficas y de una conferencia de prensa televisada brindada por el intendente de Bolívar Eduardo Bucca un año antes de la reapertura, con el inicio de la obra.

En cuanto a la metodología, la propuesta es estudiar la historia del cine Avenida como trabajo de campo, haciendo una investigación que intenta:

1-Construir la historia del cine Avenida desde su apertura en 1951 hasta su cierre en los noventa, observando entrevistas que fueron hechas en el año 2013 para el documental, a distintos actores sociales (Usuarios- dueños y familiares del cine- viejos empleados y nuevas autoridades), para ver las condiciones que provocaron su cierre y los aspectos que posibilitaron su reapertura. Entrevistas a autoridades del cine en la actualidad y personal del INCAA.

2-Hacer un análisis de contenidos de las entrevistas del documental y del material que quedó fuera de edición (crudos), También ver las noticias que circularon en la prensa sobre el proceso de reapertura.

3-Analizar desde lo simbólico el significado del cine cerrado, desde fines de los noventa hasta su reapertura en noviembre del 2013. Tomar el Caso del cine Avenida para describir y analizar las prácticas sociales que configuran los modos de apropiación y usos sociales del cine.

4-Comparar este caso con otros casos y hacer un recorrido por diversos textos que aborden la problemática que arroja el mismo: modos de apropiación y de usos sociales, sus cambios en distintos contextos históricos, hacer un recorrido textual para interpretar y relacionar viejos y nuevos problema en este marco.

El abordaje de los modos de apropiación y usos sociales del cine permitirá analizar de qué manera los cambios tecnológicos y los diferentes momentos económicos fueron redefiniéndolos y alterando las prácticas sociales en torno a este medio de comunicación. Qué vínculo construyó la comunidad de Bolívar con el cine Avenida, reconstruir su historia y ver cómo se logró su reapertura, también comprender el valor simbólico que tiene el cine para la comunidad, articulando relaciones con autores que abordaron el tema de los usos sociales del cine observando lo particular del caso dentro de un contexto político, económico y social a nivel nacional.

Hablar de una sala de cine es hablar de la exhibición del cine, este medio que cuenta, como industria cultural, con tres etapas bien definidas: producción, distribución y exhibición. En este trabajo vamos a centrarnos en el tercer eslabón de esta cadena, para observar los usos sociales y sus cambios; describir la historicidad de estos procesos que determinan nuevos hábitos de consumo en torno a esta práctica cultural de ir al cine.

Poner el foco en el consumo, y partiendo del estudio de este caso particular en el que una ciudad del interior se queda sin sala durante más de una década y finalmente puede recuperarla como espacio cultural nos plantea algunos problemas nuevos como es el de la accesibilidad al cine²; Emiliano Torterola analizando lo que se llamó “El nuevo cine argentino” (1995-2005) dice: “Cerca de trece millones de personas carecen de un cine en su localidad”. (Torterola, 2009: 200), si bien junto con el declive del cine a fines de los noventa cerraron cantidades de salas de barrios, también el cine en el interior sufrió esta crisis, con consecuencias hasta los días que corren.

Paralelamente con este proceso de crisis de los años noventa se dio una nueva modalidad de cines en centros urbanos y de mayor concentración de mercado, la aparición de las multi-salas de cine, generalmente estas salas se encuentran en los shopping, abordar cuáles son las diferencias entre dos modelos de gestión: Las salas como espacios INCAA en relación a las multicines comerciales, y también los diferentes usos y formas de apropiación que proponen estos dos modelos.

²[Un dato que plantea Mariángela Parodi que es docente de Bolívar en el material editado para el documental es que muchos chicos de hasta 12 años no habían ido nunca al cine porque la sala más cercana estaba a 100 km de distancia, entrevista, octubre de 2013].

En el primer capítulo de este trabajo vamos a analizar el cine como un fenómeno de comunicación de masas, ver las funciones sociales que desarrolló desde su aparición y cómo se conformó un público de masas, convirtiendo al cine en un fenómeno de la cultura popular en la Argentina de principios de siglo XX. Este es un capítulo de referencia histórica y exposición de perspectivas teóricas para comprender modos y usos del cine en sus inicios.

En el segundo capítulo vamos a centrarnos en el papel que desarrolló el cine en la construcción de una identidad nacional. El rol que desempeñó como medio entre el Estado y una nueva masa heterogénea en formación y su posterior desarrollo en el tiempo. En este sentido analizaremos el caso del cine Avenida de Bolívar, desde su apertura en 1951 hasta fines de los años ochenta, momento en el cual experimenta un declive de asistencia de público como medio masivo.

En el tercer capítulo, ya en los años noventa, observaremos qué cambios genera la convivencia con otros medios y con nuevas tecnologías, veremos de qué manera los cambios políticos, sociales, económicos y culturales alteraron sus funciones sociales, sus modos de apropiación, sus usos y también su existencia como medio de comunicación, teniendo en cuenta el análisis discursivo de los protagonistas de la historia que dan testimonio en el documental, como trabajo de campo.

En el cuarto capítulo la propuesta es reflexionar sobre el caso particular de un cine que permaneció cerrado más de una década y en el año 2013 fue recuperado para su comunidad, interpretar qué significó para la comunidad de Bolívar tener un cine cerrado en la ciudad; cómo se vieron alterados sus usos y sus modos de apropiación. Reflexionar esta experiencia desde la comunicación como ciencia social. Un hecho de la cultura, como es el cine y los procesos políticos, económicos y sociales que posibilitaron que esta sala fuera recuperada.

En el capítulo quinto vamos a describir los usos sociales del cine Avenida desde su reapertura en el año 2013 y comparar con su primera etapa desde 1951 hasta los noventa, en un principio como un cine comercial y en esta reapertura como una sala municipal con el apoyo del INCAA. Entendiendo al cine como una expresión artística y cultural, que tiene un valor propio dado que puede contribuir a la construcción de identidades sociales y también a la configuración de un pensamiento crítico; desde esta perspectiva observar

diferentes propuestas de usos sociales y modos de apropiación desde dos modelos diferentes: las salas como espacios INCAA en relación a las multicines comerciales generalmente en los shoppings o centros de compras.

En el recorrido de los cinco capítulos vamos a observar de qué manera los cambios que se producen en las prácticas sociales, junto con los cambios tecnológicos, son los que definen al cine como medio de comunicación. Comparar distintos períodos históricos del medio y sus usos, permite comprender como el cine fue variando su lugar en la sociedad, cómo se relacionó con su público y sus cambios en relación a distintas prácticas sociales y sus mutaciones. El interés por el tema surge a partir de participar en la producción y en la realización de dicho documental, para la reapertura de este cine, en el año 2013.

Capítulo I: El cine en Argentina, sus inicios.

Construcción de un público de masas (1896-1950).

1-El cine y sus comienzos en nuestro país. (1896-1930).

En el teatro Odeón, el 28 de julio de 1896, se realizó la primera proyección cinematográfica del país en la ciudad de Buenos Aires. Ese día se proyectaron unas imágenes que habrían sido “La llegada de un tren”, de los hermanos Lumière, estrenados un año antes en París, Francia.³

Las primeras producciones nacionales se registran hacia finales del siglo XIX, relacionadas con el registro de imágenes de la realidad, un cine documentalista que significó la captura de imágenes de la ciudad, el francés Eugenio Py realizó el documental “La bandera Argentina”.⁴ Es considerada la primer producción nacional cinematográfica la bandera flameando en plaza de Mayo, luego le siguieron “Viaje a Buenos aires” en el año 1900 y “La revista de la escuadra argentina” en 1901, por estas producciones empiezan a abrirse las primeras salas en Buenos Aires, que eran cafés o teatros acondicionados para la proyección de imágenes. En el año 1900 se inaugura la primera sala de cine en nuestro país, una sala para la proyección de películas en filmico:

En 1900 se inauguró la primera sala cinematográfica, el Salón Nacional; pronto se abrieron “biógrafos” que incorporaron junto a los filmes de Lumière, las actualidades de Lepage, comenzaron a producirse simultáneamente con los noticiarios, numerosos rollos con espectáculos concebidos especialmente para la filmación. Se rodaba según el sistema

³ [El 28 de julio de 1896 se realizó en el Teatro Odeón de Buenos Aires la primera exhibición de rollos filmados, entre los que habría figurado *La llegada de un tren*, de Lumière. Octavio Getino en Cine Argentino como fuente consultada].

⁴ [El técnico y fotógrafo francés Eugenio Py. Fue éste precisamente el iniciador de filmaciones sistemáticas, realizando en 1897, con una cámara Gaumont, el primer antecedente de película registrada y procesada en el país: “*La bandera argentina*”, un “rollo” de apenas 17 metros. Octavio Getino en Cine Argentino como fuente consultada].

francés, con telones de fondo, adicionándoles a las imágenes discos que se pasaban con un fonógrafo. (Getino, 1998: 13).

En el Plano internacional fue George Méliès con “El viaje a la luna” (1902) quien utiliza este soporte para simular experiencias mágicas, creando elementales efectos especiales, pero muy efectivos para la época, pronto algunos pioneros cineastas captaron las grandes posibilidades que el invento ofrecía para la narración de historias: “Los Lumière, con otra perspectiva, fueron parcos (hasta absurdamente mezquinos) en la ponderación de su invento...no advirtieron, desde luego, las vetas que más tarde descubriría Méliès, Ince Griffith y otros exploradores de lenguajes potenciales del cine”. (Rivera, 1994: 19-20).

En Argentina hubo que esperar hasta 1908 para que se viera proyectado el primer film de ficción que se llamo: “El fusilamiento de Dorrego” un tema de contenido histórico y dirigido por Mario Gallo de origen italiano. Un dato de época lo aporta el periodista Pablo Sirven:

El año 1912 fue record en materia de ingreso de inmigrantes en nuestro país, con un millón y medio de habitantes, uno de cada cinco concentrados en Buenos Aires. César Maranghello, en su *Breve historia del cine*, menciona que “por entonces era raro el pueblo que no contase por lo menos con un cine”. (Maranghello citado en Sirven, 2010: 161).

El historiador Luis Alberto Romero describe este momento histórico de la siguiente manera: “El cine –mudo hasta 1929- ejerció una fuerte atracción, las salas proliferaron en las ciudades y la cultura popular que se estaba acuñando”... (Romero, 2012: 187)

Podemos decir que el momento culmine de esta génesis de la industria fue con el film “Nobleza gaucha” película de 1915, es importante hacer un corte a partir de este film, que tendrá unos años mas tarde (1932) su nueva versión en cine sonoro. Pero ya a partir de esta primera versión se puede pensar el cine como un verdadero fenómeno de comunicación de masas: “En 1915, se estrenó *Nobleza Gaucha*, quizá el primer film que abordaba con cierto nivel crítico algunos aspectos de la realidad argentina, constituyendo a la vez un éxito sin precedentes en materia de público”. (Getino, 1998:14).

La trama de la película aborda el conflicto entre un peón de estancia y su patrón, muestra escenas de la vida rural y urbana. El conflicto es que el patrón villano rapta y lleva a una chica campesina a su palacio en Buenos Aires, es ahí donde un gaucho acude a

su rescate. Esta Película también sirvió como denuncia social sobre la explotación a la cual eran sometidos los peones de campo.

Pero lo destacable de este film son los modos de apropiación y usos sociales que empiezan a definirse como práctica, el cine forma parte de las salidas nocturnas del núcleo familiar y de amistades, pero a su vez “Nobleza Gaucha” fue una ventana donde verse reflejado, (para una masa heterogénea que era el resultado de migraciones internas y externas), en una trama que representaba conflictos sociales, valores y creencias sociales que puso en juego identificaciones y que apasionó a una masa popular deseosa de conocerse y verse a sí misma.

Cuatro años más tarde en 1919 se estrena “Juan sin Ropa” otra de las películas más importantes del período mudo. Dice Pablo Sirven: ...“con su historia centrada en la lucha obrera de la “semana trágica” de 1919, En Buenos Aires *Juan sin ropa* se convirtió en la primera película con contenido social filmada en la Argentina” (Sirven, 2010: 164).

Ya en este momento del cine y sus orígenes vemos la aceptación que como medio de comunicación tiene sobre las clases populares, empieza a convertirse en un fenómeno de comunicación capaz de (a través del melodrama) hablar sobre temas que hacen a la construcción de una identidad ciudadana, como ser el tema de la lucha obrera que se plantea en “Juan sin ropa”: “La semana trágica – así se llamo – galvanizo a los trabajadores de la ciudad y de todo el país...a lo largo de 1919: infinidad de movimientos fueron protagonizados por trabajadores...” (Romero, 2012: 152).

Esta película, que relató dichos conflictos laborales, es un ejemplo del éxito que tenían las producciones con sentido social y crítico y la masiva receptibilidad en la sociedad de esos años. Sobre esta etapa del cine argentino Ana Wortman hace la siguiente reflexión:

En la primera mitad de este siglo la radio y el cine contribuyeron a organizar los relatos de identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales...los hábitos y los gustos comunes, los modos de hablar y de vestir. Podemos afirmar que el cine completaba en la ficción la compleja operación de producción de identidades nacionales...Una sociedad nueva demandaba nuevos imaginarios y relatos no discursivos...” (Wortman, 2007: 106).

Con esa fuerza surge el cine en Argentina, la posibilidad de tematizar mediante una estructura narrativa melodramática sobre los problemas que importaban a las clases populares y que le daban forma y sentido a su cotidianidad. Así empezaba a construir un público de masas que demandaría durante un largo período de este arte, convirtiendo al cine en un verdadero fenómeno de la cultura popular y masiva en Argentina.

Como medio de comunicación, desde su génesis tuvo un gran potencial que desarrollaría todo su volumen y período de auge en décadas posteriores, ya a partir de los años treinta con la incorporación de la sonoridad el proceso se incrementaría. Lo que sigue es su segunda etapa en la construcción de un público masivo, la etapa dorada del cine de 1930 al 1950 período en el que se consolidaría definitivamente como medio de masas en nuestro país.

2-Su consolidación, período de auge, contexto social y comunicacional en el que se instala como medio de comunicación de masas. (1930-1950).

La década del treinta se caracterizó por ser un período oscuro en la historia argentina, denominada en los libros de historia como la década infame, y es un emblema de la infamia el pacto Roca - Runciman⁵ que perjudicaba a la argentina en relación a un tratado con Inglaterra, esta se comprometía a comprar determinada cantidad de carne a la Argentina a cambio de ingresar mano de obra al país libre de impuestos, así como tomar control prácticamente de todas las empresas de servicios públicos, quedando la economía bajo la órbita de los intereses ingleses, este período es también conocido por una de las contradicciones más injustas y paradójicas de nuestra historia, un Estado rico pero un pueblo cada vez mas sometido a problemas económicos y sociales como lo define Octavio Getino.

⁵ [“El pacto Roca-Runciman”. Por éste, Inglaterra se comprometía a seguir comprando carnes argentinas siempre y cuando su precio fuera menor al de los demás proveedores. En cambio, la Argentina aceptó concesiones lindantes con la deshonra: liberó los impuestos que pesaban sobre los productos ingleses y se comprometió a no permitir la instalación de frigoríficos argentinos. Se creó el Banco Central de la República Argentina con funciones tan importantes como la emisión monetaria y la regulación de la tasa de interés, en cuyo directorio había una importante presencia de funcionarios ingleses. Finalmente se le otorgó el monopolio de los transportes de la capital a una corporación inglesa fuente Felipe Pigna, disponible en: http://www.elhistoriador.com.ar/articulos/decada_infame/pacto_roca_runciman.php].

Sin embargo el cine experimentará en este período un crecimiento único en su historia, consolidándose como medio de comunicación de masas. Un dato que expresa su crecimiento son la cantidad de películas estrenadas por año: “En 1932 se rodaron sólo 2 películas, pero ellas serían 6 en 1933, 13 en 1935, 28 en 1937, y 50 en 1939. Ningún otro país del espacio hispanoparlante estaba en condiciones de competir con esos índices de producción”. (Getino, 1998: 17).

Además de la gran producción de películas como señala Getino, es notorio la gran cantidad de salas exhibidoras que se abren durante ese período...” tuvo gran desarrollo durante toda esa “época de oro” el negocio de exhibición. La cantidad de cines en la ciudad de Buenos Aires paso de 320 salas en 1930 a 1130 en 1941”. (Sirven, 2010:168).

Es en esta etapa, a partir de los años treinta y con la llegada de la sonoridad, el cine ofrece a las masas un lugar donde verse reflejada, rescatando los modismos del lenguaje en cuanto a sus formas y tematizando a cerca de los nuevos temas sociales que proponía una ciudad heterogénea y en formación cultural:

La clase media urbana argentina empezó a hacerse habida del consumo de material cinematográfico, haciendo que el cine experimente un crecimiento en cantidad de espectadores y surgen los primeros directores a nivel nacional: (...)Sóffici, quien usaba mucho la literatura argentina como en “Prisioneros de la tierra”; Leopoldo Torres Ríos “La vuelta del nido”; Lucas Demare, Hugo del Carril “Las aguas bajan turbias”, Manuel Romero que junto a Bayón Herrera funda el teatro de revistas y es contratado por Lumiton junto a Niní Marshall para hacer “Mujeres que trabajan”, Mujica “Así es la vida”; Carlos Schlieper inclinado a la comedia, “Papá tiene novia”. Estos estudios producían unas treinta películas por año que se veían en todo Sudamérica y España, con estrellas como Libertad Lamarque, Tita Merello, Luis Sandrini. (Levis, 2007)

Esta nueva práctica social de ir al cine se convierte en un hábito de consumo ineludible para los argentinos, durante este período cada barrio y cada pueblo del interior contaría con una sala propia que pasaría a ser parte de su iconografía, los cines nuclearían a las familias y grupos de amigos, parejas de novios y se convertirá entonces en un lugar de

socialización para las masas. “Las salas barriales fueron durante gran parte del siglo XX un lugar de socialización de las personas, donde se daba el reconocimiento entre vecinos en un evento de tipo social que gravitaba tanto en lo cinematográfico como en lo no cinematográfico (Maggio, 2014: 7 - 8).

Un fenómeno similar al del cine de barrio se replica en todo el país con las salas en las ciudades y los pueblos, abrir una sala de cine es un veredero negocio en las ciudades y pueblos del interior. Ana Wortman aporta los siguientes datos que dan elocuencia del fenómeno comunicacional que significó el cine en este período:

Aludiendo al importante desarrollo cultural de la Argentina en las primeras décadas del siglo, se afirma que en 1933, con 11 millones de habitantes el país posee 2.161 cines. Siendo el país hispano parlante que cuenta con mayor cantidad de salas de exhibición en relación con el número de habitantes, mientras que en 1937 existían 27 empresas productoras (Wortman, 2004: 4).

Luego de esta breve reseña donde vimos como surge el cine en nuestro país y construye en la sociedad de masas su público, vamos a continuar este trabajo viendo el desarrollo del cine como industria cultural, para observar de qué manera se convirtió en constructor de imaginarios sociales, de tematizador de la cultura popular y cuál fue el rol del cine como formador de identidades, el vínculo del cine con su público y la cultura popular.

3-Un recorrido teórico por autores que problematizaron sobre el cine y sus usos sociales: tecnología-arte-cultura-comunicación.

Como vimos en el comienzo de este capítulo, la historia del cine en nuestro país es simultánea a la conformación de una nueva sociedad de masas, caracterizada por las grandes olas migratorias, una sociedad urbana heterogénea (mezcla entre lo urbano y campesino, lo nacional y lo foráneo) que encuentra en el cine un modo de expresión capaz de construir un imaginario que diera sentido a su vida en la ciudad. Entonces ¿qué es lo que tiene esta nueva tecnología de comunicación, que posibilita este fenómeno de masas?

Hagamos un breve recorrido teórico de autores que problematizaron a cerca de nuevos paradigmas relacionados con la tecnología y sus cambios, en relación a la distribución del arte, la construcción de identidades en el campo de la comunicación y la cultura.

Tal vez uno de los primeros en pensar los cambios tecnológicos en relación a la circulación del arte fuera Walter Benjamin, que esto decía sobre el cine:

Del mismo modo en que el agua, el gas y la electricidad llegaron a los hogares desde lejos para satisfacer nuestras necesidades con el mínimo esfuerzo, así nos abasteceremos de imágenes visuales y sonoras que aparecerán y desaparecerán con el simple movimiento de una mano.

(Benjamin, 2012: 65).

Así se refería el autor al nuevo universo tecnológico del cine y la posibilidad de una tecnología que genera nuevas prácticas de consumo estético, la pérdida de la autenticidad de la obra de arte significa una nueva forma de percepción del arte, la reproducción técnica conlleva una nueva forma de experiencia estética. La obra de arte sale al encuentro del público, un público que no contemplara el arte en la soledad y en presencia de la obra, sino que lo hará en el colectivo que propone una nueva forma de consumo cultural.

Con la reproductibilidad técnica se experimentan cambios en el tiempo y espacio que generan cambios en la forma de recepción, la contemplación de una obra de arte como una pintura o un poema, requerían de un tiempo y un espacio de contemplación en presencia de la obra que era único, estas variables con la industrialización y la proliferación del arte, la relación de unicidad frente a la obra y de temporalidad-espacio se ven alteradas, hay un cambio en la forma de consumo del arte: “La masa es una matriz desde la que todo comportamiento tradicional frente a las obras de arte surge hoy bajo una nueva forma(...)El incremento de las masas de espectadores ha producido un cambio en el modo de participación”. (Benjamin, 2012: 129).

Otra característica que Benjamín observó en el cine desde sus primeros años es la posibilidad que tiene el hombre de representar su propio ambiente: “Lo característico del cine radica no solo en la forma en que el hombre se presenta ante el aparato mecánico sino también en la forma en que, por medio de este, representa su propio ambiente (Benjamin, 2012: 118).

Lo importante es que Benjamin empiece a ver desde los cambios tecnológicos cómo se producen cambios de hábitos de consumo, nuevas y diferentes formas de percepción en la recepción de la obra, la producción cinematográfica puede analizarse con más precisión y con más puntos de vista que la pintura o el teatro. Plantea nuevos modos de apropiación y usos sociales en el consumo del arte, el espectador experimenta nuevas formas de percepción, puede verse reflejado a sí mismo, pensar, disfrutar y elaborar un pensamiento crítico sobre lo que observa en las proyecciones cinematográficas.

Esta idea será fundamental en los estudios culturales ingleses, la escuela de Birmingham, estudios que plantean el vínculo de la cultura con el campo comunicacional. Esta escuela estudia las prácticas culturales, sobre todo en aquellos sectores que habían sido señalados como los que iban a protagonizar los cambios sociales y también como estimular, desde la intervención cultural, modos de trabajar las transformaciones sociales, Raymond Williams da una definición antropológica de cultura "...cultura sería el proceso total a través del cual significados y definiciones son socialmente construidos históricamente transformados", así lo expresa Alicia Entel en "Aproximaciones a los estudios culturales".⁶

También, influenciados por Antonio Gramsci, definen a la cultura como un espacio de relaciones de tensión, destacan junto con el concepto de cultura términos como hegemonía, lo emergente y residual. Lo interesante de esta escuela es que plantean a la cultura como un lugar de conflicto de relaciones de hegemonía, infiere que en el consumo cultural existen formas de resistencia ante lo hegemónico dominante, formas alternativas.

Entender estas cuestiones que planteó Walter Benjamín en el plano de la comunicación en relación a la técnica y sus cambios, generan nuevas formas de situarse frente a la experiencia estética por parte de las masas, esta idea va a ser tomada y ampliada por los culturalistas ingleses cuyo estudios estarán orientados a ver qué es lo que ocurre con el consumo cultural con nuevos medios de comunicación masivos, ¿cómo son los usos sociales de los medios?

Este paradigma teórico pone el acento en la recepción, en la posibilidad de construir sentido a través de prácticas de consumo cultural. El culturalismo inglés es un pensamiento

⁶ [Texto leído en módulo III, materia Teorías y Prácticas de la comunicación, cátedra: Alicia Entel, año 1994]

que va a influenciar a muchos autores latinoamericanos a pensar como fue la relación del cine con la masa social en principio del siglo XX en tres ejes: cine- rol del Estado- identidades, fundamentales para comprender los modos de apropiación y usos sociales del cine en esta época, y en su posterior desarrollo histórico.

4-Identidades y consumo cultural. El cine y la cultura de masas. Valor simbólico.

Muchos autores analizaron el cine en Latinoamérica desde una perspectiva culturalista en el campo de la comunicación. Una sociedad como Buenos Aires que se forma con la hibridación de las clases populares, abre nuevas formas de presenciar recorrer y situarse en la ciudad, ¿qué es lo que ocurre en este proceso? Estamos hablando de la primera mitad del siglo XX.

Muchos pensadores coinciden (Barbero, Canclini, Wortman, Sunkel, etc.) en que esta nueva “sociedad de masas” tendrá nuevas demandas y reivindicaciones en la conformación de un nuevo espacio urbano ¿qué rol desempeñará el cine en esta etapa? Según Jesús Martín Barbero para el poder era imprescindible asumir de alguna manera las reivindicaciones que la nueva masa urbana demandaba. En este contexto social el cine va a jugar un papel fundamental como mediador entre el Estado y la sociedad desde la perspectiva del autor. Para Barbero la nueva cultura de masas encontrará en el cine alguna de sus formas básicas de ver el mundo de sentirlo y expresarlo:

La nueva cultura, la cultura de masas empezó siendo una cultura no solo dirigida a las masas, sino que en las masas encontraron reasumidas, de la música los relatos de la radio y el cine, algunas de sus formas básicas del ver el mundo y de expresarlo.” (Barbero, 1987: 173).

En el cine la cultura de masas tuvo su dramatización, proporcionando a la gente de diferentes regiones y provincias una primera vivencia de lo cotidiano y de la idea de nación. Martín Barbero en *De los medios a las mediaciones*, aborda el caso del cine mexicano y vierte conceptos que bien pueden ser utilizados para comprender esta etapa de la sociedad de masas Argentina de mediados del siglo XX y su relación con el consumo audiovisual en el cine, en este caso Barbero atribuye el éxito que tuvo el cine mexicano en este período a

que las masas populares encontraron en el medio la posibilidad de encontrar una explicación pedagógica a su existencia, dice Barbero:

La razón generativa del éxito fue estructural, vital; en el cine este público vio la posibilidad de experimentar, de adoptar nuevos hábitos y de ver reiterados (y dramatizados con las voces que le gustaría tener y oír) códigos de costumbres. No se accedió al cine a soñar se fue a aprender...El cine media vital y socialmente en la constitución de esa nueva experiencia cultural, que es la popular urbana: el va a ser su primer lenguaje (Barbero, 1987: 180-181).

Desde esta perspectiva el cine como medio de comunicación fue el primer lenguaje para expresar una demanda nueva, generada por la masa incipiente, demandas laborales, habitacionales, de relaciones sociales, etc. el cine desempeñó un rol de mediador entre el Estado y la construcción de una identidad nacional.

Otro concepto que vamos a trabajar es el de valor simbólico de los bienes culturales, estos tienen un valor mercantil por su capacidad de intercambio pero también un valor por lo que simbolizan asociado a su uso, desde esta perspectiva: “Los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitario y mercantiles (Sunkel, 2004: 15).

Este trabajo trata de ver como son estos comportamientos sociales en relación al cine, (sus modos de uso y apropiación), con ese propósito vamos a desarrollar el siguiente concepto de consumo cultural, entendido como el conjunto de prácticas socioculturales en el que constituyen significados y sentidos de vivir, a través de la apropiación y usos de bienes, de allí que mas allá de su valor de cambio en el mercado es decir su precio como mercancía, el consumo cultural es clave para el análisis de los comportamientos sociales:

El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún mas decisivamente por los usos que le dan la forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.” (Barbero. 1987: 231).

En las próximas páginas vamos a tratar de comprender de qué manera el cine como medio construyó identidades y también observar cual puede ser su valor simbólico para una comunidad, cómo fueron los modos de apropiación y los usos sociales del cine y cómo fueron cambiando partir de cambios sociales económicos y culturales. Vamos a observar un caso particular el cine Avenida de la ciudad de Bolívar en la provincia de Buenos Aires como trabajo de campo.

Capítulo II: Las salas de cine en Argentina, del goce estético compartido al aislamiento (1950-1990). El Cine Avenida de Bolívar, provincia de Buenos Aires.

En este capítulo vamos a referirnos a temas relacionados con la exhibición y el consumo de cine, cómo fueron sus modos de apropiación y usos sociales y las variables económicas políticas y sociales que alteraron y transformaron el consumo en el período histórico que comprende los años 1950 y 1990, como los cambios de hábitos y comportamientos, acompañados de cambios tecnológicos y políticos construyeron nuevos espectadores de cine y el declive del consumo llegando a la década del noventa. Dentro de este contexto histórico analizaremos el caso de una sala recuperada en el año 2013, en la ciudad de Bolívar como paradigma de usos sociales del cine y modos de apropiación, a partir de la reconstrucción de este caso, poder encontrar aspectos significativos para analizar distintos autores que en el campo de la comunicación abordaron el tema de los consumos culturales.

Es importante destacar, el rol de mediador que ejerció el cine entre el Estado y las nuevas clases populares, como vimos en el capítulo anterior y cotejar con los testimonios de los entrevistados en el trabajo de campo. Para tal fin vamos a hacer un análisis de las entrevistas del documental con motivo de la reapertura del cine.

En este documental se entrevistó a personal que trabajaba en el cine durante el período de 1951-1998, es decir desde que se abrió la sala hasta su cierre, también en el documental está el testimonio de reconocidos actores pertenecientes a la industria cultural Argentina y usuarios del cine, es importante aclarar que se analizará lo dicho por estos sujetos sociales en el documental y también en el material en crudo que quedó fuera de la edición, en el anexo se encuentra detalladas dichas entrevistas y una copia en mp4 del documental.

También se analizará una entrevista televisiva al dueño y fundador del cine Avenida Raúl Otero, en el programa de la tv pública “Vivo en Argentina” y una conferencia de

prensa que hizo el intendente Eduardo Bucca en el año 2012, explicando cómo iba a ser la obra y en que marco de políticas públicas se daba la reapertura del cine. El objetivo es encontrar nuevas líneas de reflexión a partir del testimonio de protagonistas en relación a: hábitos de consumo y usos sociales del cine, sus cambios y transformaciones, dentro de un contexto social y político.

1-El cine Avenida Abre sus Puertas 1951, contexto social y modos de usos.

El 12 de abril de 1951 más de mil decientas personas colmaron las instalaciones del cine Avenida de la ciudad de Bolívar, en la función inaugural que tuvo lugar a las 21.15 horas, esa noche se proyectó: “Mi vida eres tú” con Margaret Lockwood y Stewart Granger y “La danza inconclusa” con Margaret O’Brien, promocionada como una producción musical de la M.G.M. El emprendimiento fue llevado a cabo por don Manuel Otero quien compró un terreno en la calle San Martín al 600 y construyó la sala de cine.⁷

La historia de Manuel Otero es similar a la historia de muchos inmigrantes que llegaron al país, Manuel Otero nació el 30 de Julio de 1886 en La Coruña España, en diciembre de 1900 llegó a Buenos Aires, donde reside durante cinco años, y arriba a Bolívar en 1905, es en esta ciudad donde conoce al señor Manuel Chorén, un pionero en la industria del cine en dicha localidad, era propietario de un cine bar ubicado en la esquina de avenida San Martín y Balcarce, en la actualidad existe un bazar. Don Manuel comenzó trabajando de mozo junto con Francisco Llanos, años más tarde el señor Chorén decide retirarse del negocio y continúan con el cine teatro hasta 1918, donde Don Manuel y Don Francisco quedan como socios a cargo.

Con la necesidad de modernizarse y con el crecimiento que tiene el cine como práctica social, deciden mudarse a un local con mayores comodidades ubicado en la Av. Venezuela y Olazcoaga, donde funcionaba la tienda Blanco y Negro. Nace de esta manera

⁷ [Fuente consultada diario “La mañana de Bolívar” en Bolívar cine, octubre 2013, disponible en: <http://bolivarcine-escriben-en-su-memoria.blogspot.com.ar>]

el cine Select, con modernas instalaciones, en un ambiente que lograría la total aceptación de los habitantes, hasta convertirse en un lugar tradicional, muy querido y concurrido por el público de la ciudad. Años más tarde esta sala sufre un incendio muy importante que ocasionaría una gran pérdida material y percances económicos, la sociedad se disuelve y desde 1936 quedará como único dueño Manuel Otero quien será acompañado por su hijo Raúl en esta aventura de seguir con el cine⁸

Es así como a finales de los años cuarenta Bolívar contaba con dos salas de cine, el cine Select (propiedad de Manuel Otero) y el cine teatro Coliseo, era tal el fenómeno popular que significaba el cine que se inaugura un tercero, el cine Avenida. De esta manera cuenta Raúl Otero, hijo de Manuel, cómo surgió la idea de construir una nueva sala: *“mi padre tenía la idea de hacer una sala para mil quinientas personas, hoy parece una exageración, pero en aquella época se justificaba...el cine se llenaba”...*

El Avenida vivió lo que se denominó la época dorada cine nacional y pronto se convirtió en rutina para los ciudadanos de Bolívar, que contaban sus funciones entre sus salidas favoritas, un hábito que se hizo popular. Un dato importante para ilustrar el auge del cine, es que para el año cincuenta en Argentina había 2308 salas de cine.⁹

Los ciudadanos mayores aún recuerdan que los sábados luego de ver una película compartían un café en Arballo Bar, en el entrepiso del cine, y tanta era la gente que concurría que dejaban la mesa reservada para el término de la función¹⁰:

...También están los recuerdos de esos días, en que tomábamos el tubo del teléfono, girábamos su manivela y una voz del otro lado te preguntaba...

- ¿Número? y le respondíamos...

- 293 por favor.

- Un memento...ring-ring-ring...

- Cine Avenida ¿Qué desea?

- Buenas tardes... ¿Quedan localidades para la función de las 21:15 horas?

⁸ [Los datos aportados para reseñar la historia de Manuel Otero, pionero del cine en Bolívar, fueron aportados por Miguel Gargiulo sociólogo, entrevista personal 2016]

⁹ [Fuente del dato: Leandro González, Exhibición y consumo de cine en la Argentina (1980-2013) Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina. La reconfiguración del espectáculo cinematográfico en cifras.]

¹⁰ [Fuente consultada diario “La mañana de Bolívar” en Bolívar cine, octubre del 2013, disponible en: <http://bolivarcine-escriben-en-su-memoria.blogspot.com.ar>]

- Únicamente arriba...abajo la sala está colmada.

- Bueno gracias...

Esa era una comunicación telefónica con el cine Avenida en esas épocas: *“Luego...íbamos al cine, arriba por supuesto Disfrutábamos de la película aunque estuviera rayada o con cortes y a la salida a comer pizza al "Pampa Bar", donde hoy se encuentra una veterinaria en la galería del “edificio San Martín”. Pero si íbamos temprano, antes pasábamos a buscar unas porciones a “La Bolivareense”.* ¹¹

Es así como el cine Avenida se convierte en un lugar de sociabilidad para la ciudad, nucleando a diferentes clases sociales interesadas en conocer esta práctica. El cine Avenida era una arquitectura colosal y despertó el interés de acercarse a conocerlo en sectores rurales más alejados, también venían de localidades vecinas.

“El cine Avenida, tras su rutilante estreno, su capacidad y su ubicación (en el pleno centro de la avenida de mayor concurrencia) se convirtió de a poco en la sala con mayor audiencia y con mayor cantidad de estrenos. Siendo algo injusto también podría decir que apuntaba a un cine de mayor calidad que el que proponía el Select, y también el Coliseo (cuando oficiaba de cine porque también era una muy coqueta sala de teatro)”. ¹²

El cine Avenida fue inaugurado durante el primer gobierno de Juan Domingo Perón (1946-1952) lo que Jesús Martín Barbero denomina “el gobierno populista por antonomasia de América latina”, según el autor:

Perón plantea primordialmente una política de desarrollo económico dirigida por el único estamento que puede conciliar los intereses en conflicto: el Estado. Pero en el Año 1946 los conflictos sociales habían cobrado ya tal fuerza que el compromiso entre masas y el Estado deberá ser orgánico”... (Barbero, 1987: 175).

El cine, como medio masivo de comunicación, en este período histórico será fundamental en la construcción una cultura nacional (mediador de las demandas ocasionadas por esos intereses en conflicto entre Estado y clases populares) apelando en su relato a valores tradicionales y a una sociedad en formación, un medio masivo que se convierte en una de las formas de socialización no solo a través su relato melodramático

¹¹ [Nota publicada en “La Revista de Archy” N° 135 del 3 de octubre de 2013.]

¹² [Entrevista a Miguel Gargiuolo, sociólogo local, octubre 2016.]

como lo manifiesta Barbero, sino también al consolidarse como un ámbito para sociabilizar en el encuentro con el otro.

En Bolívar particularmente el cine como práctica social, nucleaba diferentes sectores sociales tanto urbanos como rurales, la economía local fue históricamente agrícola ganadera por un lado y fuertemente ligada al empleo al Estado: “*Las ciudades sin industrias como Bolívar hacen caer en el Estado (en sus versiones Nacional, Provincial y Comunal) la responsabilidad de ser el mayor empleador. Sobre esa estructura se ha edificado con relativa solidez un orden dirigencial acorde, es decir más conservador que –si me permitís el término- progresista.*”¹³

El Estado cumple un rol de empleador muy importante en este tipo de ciudades agrícola ganadera porque el campo como economía principal no llega a satisfacer la demanda laboral completamente, surge de este modo un sector vinculado a la mano de obra campesina y rural, y un núcleo de trabajadores más grande vinculados al empleo estatal. El Estado tiene una fuerte presencia en este contexto y el cine como dice Barbero, va a tener un rol preponderante como mediador entre las demandas sociales de una sociedad en crecimiento, con inmigración interna y externa y el Estado nacional y los municipios locales. Este vínculo del Estado con la sociedad como empleador es muy habitual en las ciudades y localidades del interior de nuestro país.

Un testimonio que da cuenta de esta relación del cine como mediador de estas demandas sociales no satisfechas es el siguiente: “*Para la ciudad era muy importante el cine, de la única diversión que se hablaba era del cine, era lo más entretenido que había, era hermoso porque por ejemplo en mi casa no teníamos luz eléctrica y lo único que nos quedaba era ir al cine, para divertirnos*”, así lo comenta José Luis, que vivía en la zona rural de Bolívar, años más tarde será el acomodador del Avenida. Si bien el cine hizo eco en su narrativa de las demandas sociales y nuevas prácticas, de ese modo colaboró con la construcción de una identidad nacional, también se convirtió en uno de los entretenimientos favoritos, sobre todo en el interior del país donde fue un vehículo cultural de lo que pasaba en la gran urbe.

¹³ [Entrevista a Miguel Gargiuolo, sociólogo local, noviembre 2016.]

El cine fue un puente entre lo urbano y lo rural, pero no solo en la gran ciudad y especialmente en los cines de barrio, lo fue también en el interior del país donde mostraba como era la gran ciudad y sus conflictos, además de ser un exclusivo medio audiovisual.

Particularmente en Bolívar significó el cine un acercamiento de las clases populares a una actividad cultural, de algún modo fue un arte al alcance de las clases medias y bajas, tanto rural como urbana: *“La cultura, por aquellos tiempos, era un consumo que realizaban las clases alta y media y como huelga aclarar el cine llevaba una ventaja preponderante en el reparto”*.¹⁴

La sala de cine se convirtió en un espacio integrador de estas clases medias y bajas, urbanas y rurales a través del consumo de las películas y a su vez usaban la sala del cine para sociabilizar. Una anécdota que cuenta José empleado del cine describe como era la concurrencia a la sala: *“un muchacho que le decíamos el cabezón Bustos y una noche vino de trabajar del campo, venia de alpargatas, en ese tiempo se venían de alpargatas... arriba había un paraíso, iban muchachos bien vestidos, albañiles, mecánicos, de todo y este muchacho vino del campo, vino con una bolsa, en la entrada estaba mi tío Manolo, yo agarre y le pedí la entrada, me la dio para que se la cortara, y entro con una bolsa, una bolsa arpillera de las de antes, le digo: ¿negro que es lo que llevas ahí? Y me dice: Traigo ropa sucia que vengo del campo y unos chorizos que me regalaron... nosotros en el cine teníamos una cantina que vendíamos bebidas y le dije: dejame la bolsa a mí que yo te la guardo hasta que termine la función y te la entrego, me contesto que no y se la llevo para arriba. A los diez minutos, no sabes lo que tenia dentro de la bolsa...soltó un búho, impresionante, planeaba por la sala por todos lados, paramos en el intervalo a ver si lo podíamos agarrar, no lo pudimos agarrar, el cine tenía 8 o 9 metros de altura, tres o cuatro días estuvimos para sacarlo”*.

Más allá de lo particular y risueña que resulta esta anécdota, la misma describe como al cine iba gente de toda clase social, era un espacio integrador. También está el testimonio de Odelcia que fue Boletera del cine avenida en el año de su inauguración: *“El público era muy variado, venían de todos lados, de las zonas del campo y del centro, iban los chicos y también la familia, siempre se llenaba, muchas veces se ponía el cartel de localidades agotadas con gente que quería comprar una entrada y ya no había”*. La mayoría de los

¹⁴ [Entrevista a Miguel Gargiuolo, sociólogo local, noviembre 2016]

entrevistados en el documental cuentan situaciones que describen al cine como un lugar de sociabilidad: Carlos (espectador, bioquímico jubilado) *“la mayoría de los matrimonios de Bolívar se gestaron en esta sala”...* y después continua: *“en las últimas filas del cine pasaba de todo, si el acomodador era medio “canalla”, prendía la linterna y...”*.

Cuando se interrogó a integrantes del público de esos primeros años, qué recuerdos tienen del Avenida, lo que más destacan es el cine como un espacio de sociabilidad, lo mismo ocurre con Doris espectadora del Avenida (docente jubilada) que recuerda estar sentada al lado de su marido (ya fallecido) y darle codazos para que no se duerma porque a su marido no le gustaba ver películas, pero le gustaba ir al cine con ella, se emociona con el recuerdo. *“La mayoría no olvidan los continuados que vinieron años mas tarde en los que se proyectaban dibujos animados o bien dos filmes. La función comenzaba a las 17 y terminaba a las 24 horas. La película más importante se pasaba tres veces y la secundaria, dos.”*¹⁵

Cuentan los bolivarenses que los chicos muchas veces llegaban de guardapolvo al continuado, dice Roberto: *“cuando era chico mi abuela, me iba a buscar a la puerta de la escuela, a las cinco de la tarde o antes, yo le dejaba el guardapolvo, le dejaba la mochila, los útiles y ella me acercaba hasta el cine y luego me iba a buscar a las ocho de la noche...”*

El cine, es un producto de la cultura y la comunicación, el valor o el sentido que constituye en una comunidad es dado por sus modos de apropiación, su valor de uso y de cambio (como todo bien de consumo) en un sistema mercantil como contexto, García Canclini explica el proceso en el que estos bienes culturales cobran valor simbólico que prevalece sobre el valor utilitario o mercantil, en este caso el valor simbólico esta dado por los recuerdos: de salidas de novios y amigos, de personas que ya no están o anécdotas con el acomodador. *“Cuando me entere que iban a cerrar el cine Avenida no lo podía creer, porque era parte de mi juventud, de mis recuerdos, pasábamos horas con los amigos, angustia sentí, no podía ser...yo no tenía dinero sino capaz que lo compraba”* (se ríe emocionado).

¹⁵ [Fuente consultada diario “La mañana de Bolívar” en Bolívar cine, octubre del 2013, disponible en: <http://bolivarcine-escriben-en-su-memoria.blogspot.com.ar>]

Los recuerdos en los entrevistados están asociados principalmente a hábitos de asistencia, de ritualidad colectiva, como se construye el espectador de cine en los vínculos sociales, cuando Jesús Martín Barbero habla de la identidad barrial, dice que el barrio fue un lugar de reconocimiento, en el barrio se pone de manifiesto la singularidad de los actores sociales, el barrio significa el lugar de reconocimiento que encuentran las clases populares. Hay una relación, en la construcción de identidades en el cine del interior: lugar social, lugar de pertenencia, los ciudadanos de Bolívar se encontraban en el cine, con la construcción de identidades que se da en el barrio a la que refiere Barbero. Dice Barbero sobre el barrio:

Una arquitectura para humanos”, un espacio que en lugar de separar y aislar comunica e integra: la casa con la calle, la familia con la vecindad, la cultura con la vida. Y de este modo la cultura acá no es oficial, no vehicula buenas o malas informaciones, no es propiedad de nadie, es modo de ser, de vivir y de morir. (Barbero, 1987: 218).

Función social la del barrio similar a los usos sociales que expresan los usuarios en el cine de Bolívar. En esa época existía el intervalo entre película y película: *“uno se encontraba en el intervalo, hablaba con los amigos de la película que íbamos a ver, dice Jorge, o Roberto que dice, “yo creo que era un punto de encuentro”... “Mis padres su primer beso se lo dieron sentados en la butaca de un cine” dice la maestra Mariángela.*

El cine por aquel entonces no tenía competidor, no había televisión, la noción de tiempo y espacio era otra, eran “otros tiempos” como se dice habitualmente. La falta de una oferta cultural variada en la ciudad de Bolívar convertía al cine como un exclusivo punto de encuentro, incluso la mayoría de los testimonios dice que iba al cine a ver la misma película en reiteradas ocasiones.

La llegada de la televisión como nueva tecnología, en los primeros años no fue gran competencia en una localidad como Bolívar, así se refiere a la televisión de aire Miguel Gargiulo: *“La TV en Bolívar no siempre se vio antes de los ´80. Incluso el mundial 78 recuerdo que había que tener una antena de enormes proporciones y tiempo óptimo para ver granulado algún partido. El resto se sentaba a “sospechar” el partido, con la esperanza de ver con alguna claridad una o dos jugadas. No era, a pesar de la novedad y la maravilla, rival del cine. El canal de cable comenzó recién en los ´80.”*

En Bolívar el cine como práctica social, fue un espacio que integró las clases medias y bajas, tanto urbanas como rurales en un ámbito de sociabilidad, generando una fuerte identidad y vínculo de estas clases con el cine y con la ciudad. El cine Avenida fue el cine de los bolivarenses.

2-Arquitectura de un cine: valor simbólico, patrimonio social y patrimonio cultural: Ir al cine como religión.

“Un fantasma, símbolo de una época de oro para la ciudad, la juventud de mis abuelos, la niñez de mis padres, su crecimiento, su primer beso... Un “símbolo” de la vida social, de un pasado que como todo pasado que ya no está. Pero el cine está ahí, lo ven todos los días y tratar de recuperar el pasado es una empresa muy difícil”.

Hemos visto como el cine Avenida surgió como un emprendimiento empresarial de tipo familiar, Manuel Otero, inmigrante español Abre el cine café Select en el año 1914 cuando el cine empieza a instalarse como fenómeno de masas en Argentina (que desarrollamos en el capítulo 1), paralelamente empiezan las proyecciones en el cine teatro coliseo y en 1950 la popularidad del cine es tan grande (junto con cambios tecnológicos y una sociedad que demanda mejores proyecciones y un espacio más confortable para el consumo filmico), que Manuel Otero se decide a construir una sala más moderna y acorde a esos “nuevos tiempos”. Así es como el cine Avenida abre sus puertas en el año 1951 con un total de mil doscientas butacas. Y una arquitectura que fue todo un símbolo de la modernidad.

Según los datos del censo publicados por la municipalidad de Bolívar la población en 1914 era de 25204 habitantes y para 1947 era de 36170 un crecimiento poblacional importante del 43.50 %, este crecimiento demográfico junto con cambios tecnológicos demandaron una tercera sala más moderna de cine. En esta época todavía no había aparecido la televisión como oferta audiovisual que compitiera con el cine, el cine convivía con la radio como medio de comunicación masiva; la población de Bolívar encontró en el cine un punto de encuentro de distracción y de sociabilidad. Esta fue la principal característica que lo acompañaría durante su desarrollo.

Hemos hablado del rol que desempeñó el cine en la construcción de una identidad nacional, ahora vamos a ver el valor simbólico del cine como un bien cultural, según Canclini: “Se sabe desde el surgimiento de la radio y el cine que estos medios desempeñaron un papel decisivo en la formación de símbolos de identificación colectiva”. (Canclini, 1989: 185). Veamos de qué manera la comunidad de Bolívar construyó en el cine un símbolo de identificación.

“Era el único entretenimiento que había, era como una religión ir al cine” así lo define Haydee que era quiosquera del cine, si buscamos la palabra religión en el diccionario encontramos: una religión es un sistema cultural de comportamientos y prácticas, cosmovisiones, ética y organización social que relaciona a los hombres con una categoría existencial. Muchas religiones tienen narrativas, símbolos e historias sagradas que pretenden explicar el sentido de la vida...¹⁶

Es interesante destacar en el testimonio de Haydee cuando se refiere a ir al cine como una religión y relacionarlo con esta definición de diccionario, el cine como un símbolo (lo simbólico ligado a la creencia) de la ciudad, su arquitectura emplazada en el medio de la Avenida principal, junto con la iglesia, la municipalidad, la policía, la escuela forman parte de la urbanización y son símbolos del relato de la modernidad. En Culturas híbridas García Canclini aborda el tema de ¿cómo interviene el sentido histórico en la constitución de agentes centrales para la construcción de identidades modernas, cuál es el papel de los ritos y las conmemoraciones en la renovación de la hegemonía política?

Cuando habla de Patrimonio social se refiere de la siguiente manera: “Ese conjunto de bienes y prácticas tradicionales que nos identifican como nación o como pueblo es apreciado como un don, algo que recibimos del pasado con tal prestigio simbólico que no cabe discutirlo”. (Canclini, 1989: 150). El autor le atribuye un sentido negativo al patrimonio social cuando dice que es el lugar donde sobrevive mejor la ideología de los sectores oligárquicos, y que fueron estos sectores los que fijaron el alto valor de ciertos bienes culturales, y que la clase hegemónica fue la que dio el consenso para que así fuera,

¹⁶ [Fuente diccionario de Wikipedia].

de tal manera el patrimonio social no debería ser cuestionado por ser un valor dado por el discurso hegemónico.¹⁷

En Bolívar, una ciudad del interior donde convive lo urbano y lo rural y donde la modernidad fue (como en el resto de Latinoamérica) un proyecto inconcluso, el caso del cine Avenida esta más relacionado con lo que define Canclini como un patrimonio tradicional, “El interés contemporáneo del patrimonio tradicional residiría en beneficios espirituales difíciles de ponderar, pero de cuya permanencia dependería la salud presente de los pueblos” (Canclini, 1989: 151), el valor de patrimonio tradicional está construido en la práctica social.

Cuando se preguntó qué pensaban de la vuelta del cine a Bolívar, los mayores que fueron público de los primeros años, se expresaban así: *“me siento muy orgullosa de que otra vez el cine va a estar en Bolívar”*...; *“Es algo que te alegra, la reinauguración de algo que había en tu ciudad, que era parte de tu historia, y no solo que te alegra, sino que te suma, y te sumas a ese proyecto, desde tu lugar dentro de la comunidad te sentís parte”*.

El intendente Eduardo Bucca en el documental dice: *“que el cine Avenida es patrimonio social y cultural (tradicional) que ha permitido generar un montón de vivencias en vecinos que hoy son mayores y que nos cuentan sus historias con tanto orgullo y con tanta emoción hoy de cara a una nueva reapertura”* está resaltando el valor simbólico, como patrimonio social, pero a la vez cultural (tradicional) que tiene el cine para la comunidad.

En el hábito (como práctica social) de ir al cine se construye el valor cultural que le otorga la comunidad de Bolívar, en ese “ritual” de ir al cine como “religión” los ciudadanos le dan un valor simbólico, y convierten al Avenida referente cultural de la ciudad. Retomando las palabras del intendente: *“el cine avenida es patrimonio social y cultural (tradicional)”*, para, desde la perspectiva de Canclini, definir los discursos de la política: “Todavía el discurso político asocia preferentemente la unidad y la continuidad de la nación con el patrimonio tradicional, con espacios y bienes antiguos que servirían para cohesionar a la población” (Canclini, 1989: 185).

¹⁷ [Para este concepto ver “*culturas Híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad*”, Grijalbo, México D.F. 1989]

Incluso el proyecto arquitectónico para la reapertura del cine contemplaba que la fachada y la estructura del edificio conservaran el aspecto de la obra original de 1951, con los cambios tecnológicos y las comodidades adaptadas a esta época, Para conservarlo como símbolo de la ciudad: *“El proyecto Cine Avenida comprende la remodelación, con los últimos avances, del viejo Cine Avenida de Don Manuel Otero. Se respetarán tanto su estructura como la fachada actual del cine”*.¹⁸

Durante esta primera etapa (1951-1990) del cine como empresa familiar, los ciudadanos de Bolívar, se apropian y convierten al Avenida en un símbolo e ícono de la ciudad, otorgándole un valor patrimonial y cultural que traspasa los límites de la empresa privada, ámbito de referencia social, transformándolo en un bien cultural y patrimonial de Bolívar. Pero este vínculo entre público y cine se ve alterado promediando los años noventa, donde el espectador de cine se ve relegado al goce estético en el aislamiento del living de su casa; ¿Qué factores políticos, económicos y sociales propiciaron estos cambios de hábitos de consumo cultural?

¹⁸ [Dato extraído del material en crudo del documental, entrevista a la arquitecta Érica Morione, quien hizo la dirección de obra para la reapertura del cine Avenida, octubre de 2013]

Capítulo III: La crisis del cine, la decadencia de un medio. Contexto político, económico y social, los años noventa.

1-Cambios de hábitos y usos sociales de los bienes culturales. Nuevas tecnologías y políticas de aislamiento.

En este momento vamos a ver como ciertos factores sociales y políticos provocaron cambios de hábitos en el consumo de imágenes colectivo y compartido, para recluirlo al espectador de cine en la soledad y el encierro del living de su casa como lo califica el sociólogo Miguel Margiulo en el documental sobre el cine Avenida. ¿Por qué el espectador cinematográfico, deja de ir al cine y en determinado contexto histórico de fines de los años ochenta y en los noventa es recluido a su hogar y se provoca el cierre de gran cantidad de cines en nuestro país?

Hasta los años sesenta, había más de dos mil salas de cine en Argentina. Y durante la década del ochenta y principios de los noventa cerraron alrededor de 1800.¹⁹ Estos números fueron desalentadores para los espectadores de cine, pero más desalentador era el panorama para los empresarios que se vieron obligados a vender las salas por falta de público y de rentabilidad.

Muchas veces, la llegada de una innovación tecnológica amenaza la hegemonía y pone en riesgo la existencia de una tecnología dominante, así como la llegada de la televisión promediando los años cincuenta puso en riesgo y alarmó a los empresarios de la industria cinematográfica. El cine se vio afectado en los años noventa por la televisión, según explica Eliseo Verón son medios que difieren en el vínculo con el espectador:

...el cine en su apropiación de su diégesis ficcional, la de hacerse cargo de su representación, es decir del orden de lo icónico de la figuración,

¹⁹ [Fuente consultada González, Leandro. “exhibición y consumo de cine en la Argentina” La reconfiguración del espectáculo en cifras. Pp. 76-88, en *Versión. Estudios de Comunicación y Política* Número 36/septiembre-octubre 2015, ISSN 2007-5758]

mientras que la televisión (en lo que hace su especificidad frente al cine) se ha convertido en el medio del contacto. (Verón, 2001: 19).

Más allá de estas diferencias que señala Verón entre el cine y la televisión, en la Argentina de los años noventa la pantalla chica afectaría el consumo cinematográfico fuertemente, alterando al cine como actividad social y convirtiéndose en medio hegemónico en ese contacto individual que propone con su audiencia. Ana Wortman describe este proceso de los años noventa de la siguiente manera:

Durante la “década del noventa”, la televisión ocupó un lugar dominante en la vida cotidiana de los argentinos tanto en el seguimiento de temas de actualidad como en la confiabilidad que generaba. La sociedad estuvo sentada frente a la pantalla muchas más horas que décadas anteriores. 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, como también por la educación y la salud. La vida social y cultural en la Argentina se privatizó y se convirtió en consumo. Gracias al desarrollo tecnológico la llegada de la TV por cable posibilitó, junto al control remoto una nueva conducta social, el *zapping*. (Wortman, 2004: 7).

También en la década del ochenta hace su aparición un nuevo elemento en el universo tecnológico: “la videocasetera” que pronto se incorporará cotidianidad doméstica de los argentinos; el VHS o video home system (sistema de video en casa) es un dispositivo que por medio de una bobina electromagnética permite la lectura y escritura del contenido de un video casete, transmite la señal de audio y video hacia un conector de salida RCA y este a su vez hacia la televisión²⁰, en resumen el video home system atentaría muy fuerte contra el cine. La videocasetera ofrecería un nuevo tipo de reproducción y consumo de películas en la tranquilidad y comodidad del hogar:

A la emergencia de nuevas prácticas en relación a la cultura (la expansión de los medios de comunicación, en particular de la TV cable y el alquiler de videocasetes) las cuales regeneran el lazo social debilitado por la gran ciudad, incidiendo en el uso del tiempo libre y en las formas

²⁰ [Descrito en “medios de almacenamiento magnético, de Emiliano Gálvez, 20 de abril de 2016].

de entretenimiento de los trabajadores de grandes ciudades (Wortman, 2004: 5).

La videocasetera es una tecnología menor en la historia de los medios si la comparamos con la televisión y su industria transnacional, pero fue determinante en nuestro país, junto con la tv por cable, para el declive de la industria cinematográfica. Pero la videocasetera no fue el único factor, una fuerte crisis económica y financiera, hiperinflación, también la amenaza constante a fines de los ochenta por parte del ejército de sublevarse contra las instituciones democráticas, abrieron paso al gobierno menemista entrada la década del noventa, así define este período histórico en materia de políticas culturales, por la falta de presupuesto destinado al área de cultura, Ana Wortman y Rubens Bayardo: “Esto iba de la mano de la política económica de privatización de empresas públicas, de la liberalización del comercio, de la desregulación de los mercados y de la apertura a la llegada indiscriminada de capitales extranjeros”. (Wortman/Bayardo, 2012: 15).

Esta serie de cambios tecnológicos, políticos, sociales y culturales alterarían la relación del público en la experiencia cinematográfica provocando una de sus más profundas crisis. También la cultura en general se ve perjudicada por falta de políticas de Estado y de inversión en ese campo: “El desfinanciamiento del sector cultura en el nivel nacional reconoce antecedentes en años anteriores, pero en el marco de las políticas de ajuste estructural “sin anestesia”, su situación se vuelve insostenible (Wortman/Bayardo, 2012: 15).

Promediando los años noventa la videocasetera fue reemplazada por los lectores domésticos de DVD y la irrupción de computadoras con lector de DVD. Rápidamente estos aparatos reproductores estarían incorporados a la mayoría de los hogares en Argentina. En la década de los noventa la penetración de la TV por cable en los hogares argentinos llevo al país a un fenómeno inusitado en América Latina, llegando al 53% de la población²¹, esta televisión por cable va a golpear duro a la industria cinematográfica en nuestro país.

Pero no solo la televisión por cable es responsable de esta crisis en el cine, también como ya dijimos las políticas “neo-liberales” del gobierno de Menem que definen esta

²¹ [Fuente consultada Patricia Arancibia, “*la otra televisión*”, en Clarín digital, viernes 27 de setiembre de 1996, Buenos aires, Argentina. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/96/09/27/cables.htm>]

década. Este gobierno se caracterizó por: La privatización de empresas estatales, junto con la liberación del comercio, una fuerte desregulación del estado en el campo cultural, a su vez el proyecto incluyó una fuerte flexibilización laboral y promover las acciones individuales a las colectivas en las relaciones laborales (con la venia del sindicalismo) y en la utilización del tiempo de ocio: “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” (Wortman, 2004: 5).

Junto a cambios políticos y económicos la sociedad (y en este caso particular espectador de cine) experimenta cambios en los hábitos de consumo, la reclusión y el aislamiento son tópicos de este cambio, Zygmunt Bauman en su libro “Modernidad líquida” en su prólogo dice:

La situación actual emergió de la disolución radical de aquellas amarras acusadas -justa o injustamente- de limitar la libertad individual de elegir y de actuar, la rigidez del orden es el artefacto y el sedimento de la libertad de los agentes humanos. Esa rigidez es el producto general de perder los frenos: de la desregulación, la liberalización, la flexibilización, la creciente fluidez, la liberación de los mercados financiero, laboral e inmobiliario, la disminución de las cargas impositivas,” etc... de las técnicas de “velocidad, huida, pasividad” en otras palabras- técnicas que permiten que el sistema y los agentes libres no se comprometan entre sí, que se eludan en vez de reunirse-“. (Bauman, 2009: 11).

El modelo de sociedad de consumo que hace referencia Bauman en su libro es el que imperó en la Argentina menemista de los años 90. El espectador de cine, va a encontrar otros espacios para el consumo de imágenes, ya no en la compañía de un colectivo social en los grandes cines de la ciudad, ahora en goce estético y el consumo audiovisual se ven reclusos a la soledad del living de una casa. Cambios políticos, económicos y sociales alteran la relación entre el sujeto espectador y el cine. Del goce estético colectivo al aislamiento. Se producen cambios en los usos sociales del consumo audiovisual que llevarían al cine a una crisis muy profunda como medio de comunicación y cultura popular.

2-El cine Avenida cierra sus puertas: la modernidad y su proyecto inconcluso, período de crisis del cine argentino.

“El último día de cine fue muy triste, quedaban todas las maquinas, dejé todo ordenadito, se lo entregué todo a Manolo...triste porque nos quedábamos sin cine”...así lo recuerda Octavio, el último Proyectorista del cine Avenida antes del cierre.

A lo largo de la historia muchos autores que abordaron el tema del cine y sus usos sociales, analizaron o vaticinaron una especie de futuro apocalíptico del mismo, sin embargo en nuestros días el cine sigue vigente y se sigue sosteniendo como una práctica social masiva en nuestro país y en el mundo, lejos de desaparecer el cine sigue marcando buenos y alentadores pronósticos en cuanto a su concurrencia²², pero nosotros vamos a detenernos en los años noventa un período crítico para la industria del cine, seguramente el peor de su historia con el cierre de más de 1800 salas a lo largo de todo el país.

Fue como si de repente la gente dejara de ir a esos colosales y monumentales cines de más de mil doscientas butacas para convertir sus fachadas en signos de otra época, iconos de otros tiempos, un paisaje del pasado.

Miguel Ángel Gargiulo habla de esta crisis de la industria del cine como un proceso en el marco de cambios políticos, sociales y culturales del país: *“nos fuimos recludiendo en nosotros mismos, y en cuanto lo que es el cine en particular, en las ciudades chicas como Bolívar, el hecho de recluirnos en nosotros mismos nos llevo a recluirnos en nuestros propios livings, a disfrutar el goce estético del consumo del cine, ahora lo hacíamos en nuestra propia casa”*...

Como vimos se producen cambios en los hábitos de consumo de los ciudadanos relacionados a nuevas prácticas que proponían nuevas tecnologías y un nuevo rumbo social y político neoliberal.

²² [Para ver datos de asistencia del cine en argentina consultar un estudio de mercado “el mercado de cine en Argentina”, noviembre de 2015, estudio realizado por Raquel Rodríguez Sánchez, bajo la supervisión de la embajada española en argentina citada en la bibliografía]

Raúl Otero dueño del cine Avenida lo expresa en el documental de la siguiente manera: *“para mi significó una tristeza tener que cerrarlo, pero no había otra alternativa, porque era tan poco el público que iba que no se podía mantener...yo vivía permanentemente en el cine, así que de ahí a tenerme que ir a mi casa, pero bueno...todas las mañanas pasaba y veía el cine cerrado”...*

Ana Wortman dice que los bienes culturales a través del paso del tiempo no son lo mismo; todo debe ser repensado: ir al cine no quiere decir lo mismo 20, 30 o 50 años atrás, cambios en los modos de apropiación y usos sociales, cambios en el público, cambio en el tiempo libre de los individuos, cambios en las ciudades e incluso la arquitectura misma de cine cambia según nuevas prácticas sociales. Durante estos años cualquiera podía pasar por la avenida principal de Bolívar y observar ese edificio con su fachada desgastada por el paso del tiempo, símbolo de otra época, la historia de la ciudad, ligada al proyecto de modernidad, ya no estaba disponible para el uso.

Así recuerda el cierre José empleado del cine: *“cuando nosotros vivimos la decadencia del cine porque entro la televisión , creo que fue cerca de los noventa...vendimos primero el cine Select, a un hombre que puso un supermercado, fue una tristeza bárbara, tantos años de lucha y todo...pero no, no funcionaban los cines, ahí fuimos todos a trabajar al cine Avenida...pero a pesar de intentar seguir con el cine, tuvimos que cerrarlo, porque no andaba, no andaba, no iba nadie. Una función en los años setenta capaz que metías un sábado a las cinco de la tarde 60 o 70 personas, a la noche se llenaba y ya en los noventas iban una o dos...tres personas, entonces no daba para seguir, y bueno después se cerró”.*

Roberto usuario del cine recuerda el día que cerró: *“el día que se cerró el cine, y creo que es un sentimiento compartido por todos los bolivarenses, fue una gran tristeza, todos pensamos lo mismo, que eso nunca más iba a ser cine”...* Los entrevistados: empleados y usuarios del cine, también su dueño ante la pérdida del cine sienten nostalgia, tristeza. Son docentes, gastronómicos, empleados municipales, un bioquímico, un abogado, etc., veamos una reflexión de Ana Wortman sobre consumos culturales sostiene:

El éxito del cine en la sociedad argentina se sostuvo sobre la conformación de una sociedad relativamente nueva e igualitaria, al menos en relación al resto de América Latina hasta mediados de la

década del setenta. La instrucción pública, promovida como proyecto estatal y el cine como consumo cultural conformaron un entramado que legitimó simbólicamente a las clases medias argentinas (Wortman, 2007: 106).

Probablemente el cine cerrado simboliza para estos ciudadanos de Bolívar el proyecto de modernidad trunco, valores, creencias y una identidad que forma parte de la historia, pero a su vez en la nostalgia hay un sentimiento de resistencia a la pérdida. El proyecto de una sociedad igualitaria como paradigma social, con la promesa de una sociedad con movilidad social, ese proyecto que proponía la modernidad y su deuda social como proyecto trunco.

La docente Mariángela dice: *“cuando termino el cine, teníamos ganas de seguir, cuando vimos que todo se terminó, era como algo que quedo ahí cortado...”* (Señala con las manos como si fuera una ruptura en una línea de tiempo). Algo que quedo inconcluso en el devenir temporal, un proceso inconcluso. Del mismo modo que García Canclini habla del proyecto moderno inconcluso y tardío de América Latina:

Se trata de ver cómo, dentro de la crisis de la modernidad occidental -de la que América Latina es parte-, se transforman las relaciones entre tradición, modernismo cultural y modernización socioeconómica. Para eso hay que ir más allá de la especulación filosófica y el intuicionismo estético dominantes en la bibliografía posmoderna (Canclini, 1989: 19).

Lo que expresan los actores sociales en este caso particular de Bolívar está marcado por esa pérdida en la creencia de un futuro social mejor, que forjaron en la escuela, en la iglesia y en el consumo cultural cinematográfico, en la identidad y la pertenencia que sienten por el cine Avenida como ciudadanos de Bolívar. Porque el cine como símbolo de la modernidad representaba esos valores.

Como dice Ana Wortman, consumir cultura es una práctica social tiene una historicidad, se inscribe dentro de un escenario social, cultural y también político en nuestro país. El cine cerrado en Bolívar simbolizó esa ruptura con el pasado, pero a la vez una resistencia a la pérdida, en términos de Williams elementos residuales de la cultura que resisten y emergen, y que atraviesan el relato en el documental. El cine cerrado para los ciudadanos de Bolívar no sólo simbolizaba lo que fue, simbolizaba lo que pudo haber sido.

“Cuando cierra el cine la última película que dieron fue Titanic, ya hacia un tiempito que no se pasaban películas y fuimos al cine, era increíble que era la última. Cuando cerró pensamos, esto termina en un supermercado como estaban terminando todos los cines en Buenos Aires”.



Capítulo IV: Resurrección del cine Avenida: recuperar un espacio público, año 2013.

1-¿Cómo se re recupera una sala de cine?

“En este país se han cerrado muchísimas sales de cine, a lo largo de los últimos 20 o 30 años y la verdad que si la noticia es que se re abre una, es un motivo de orgullo, cuando suceden estas cosas me acuerdo de una película que yo hice que simbolizaba que todos juntos podamos volver a unirnos en pos de un objetivo mayor que es “luna de Avellaneda” que termina con una pregunta: ¿cómo se arma un club nuevo? De este modo se expresa el actor Eduardo Blanco sobre la reapertura del cine, así como en ficción en la realidad algo similar estaba ocurriendo en Bolívar.

La pregunta que surge es ¿cómo es el proceso de recuperación de una sala? ¿Qué es necesario para que esto ocurra? Lo primero es que haya una voluntad, o una coincidencia de voluntades, pero esa suma de factores tiene que estar direccionada por la necesidad de una política de gestión interesada en la difusión de la cultura y la preservación de los patrimonios e iconos locales.

El contexto político de estos años es muy diferente que en los años noventa, Luego de la crisis económica, política y social que atravesó el país en el año 2001, como consecuencia de los años de neoliberalismo, y la crisis en materia cultural que dejó, se abre un nuevo período. En el año 2003 Néstor Kirchner asume como nuevo presidente luego de ganar las elecciones presidenciales. Durante su gestión se inició un cambio de rumbo en materia económica y social, centrado en la reconstrucción del Estado como articulador de la sociedad.

Se inicio así un proceso político de cambios con el objeto de revertir muchas de las políticas implementadas durante la década anterior, fuerte presencia del Estado a diferencia de lo que había ocurrido con el menemismo: “Recuperó la tradicional y algo olvidada línea nacional, popular y antiimperialista del peronismo, recató la tradición de los años setenta y

repudio el llamado “neoliberalismo” y las políticas de los años noventa” (Romero, 2012: 1285).

Esta orientación política tuvo su continuidad en el año 2007, cuando Néstor Kirchner fue sucedido por su esposa, Cristina Fernández de Kirchner, quien al término de su mandato fue reelecta para cumplir con el período 2011-2015. Estos gobiernos peronistas y de corte populistas, tuvieron a la cultura y la comunicación como políticas de Estado, generando desde las mismas condiciones propicias para el desarrollo y la difusión de la cultura, siempre con los obstáculos a los que se somete una economía de país emergente. Hubo en este período un fuerte rol del Estado en planificación y gestión en el ámbito de la cultura.

Ana Wortman cuando se refiere a la difusión de la cultura en nuestra época sostiene que es necesario políticas que colaboren con la difusión y distribución de los bienes culturales:

Hoy tenemos conciencia que el arte por sí mismo no circula sólo ni se hace conocer sin algún tipo de organización y planificación. Para que se convierta en un hecho social, la creación cultural debe convertirse en un producto cultural en el cual participan un sinnúmero de trabajadores de la cultura” (Wortman, 2013:2).

Así nos encontramos frente a un tema importante en cultura y es el tema de políticas de gestión, así como otras prácticas culturales necesitan de una articulación de elementos que favorezcan su difusión: “ El músico trabaja con otros músicos, necesita un productor musical, escenarios, difusión, tecnología, el cine necesita de pantallas exhibidoras.” (Wortman, 2013:2) es decir de salas de cine que proyecten sus películas frente a la proliferación de salas exhibidoras de productos foráneos que mantienen una posición hegemónica en el mercado global y de penetración en el mercado nacional.

En una entrevista con Facundo Muñoz Responsable de Cifras, Coordinación de espacios INCAA y Programas Especiales, Gerencia de Exhibición y Medios INCAA, se refiere a la experiencia de recuperar una sala de cine y el papel que cumple el INCAA esta gestión, dijo: *“que el instituto, cuando una comunidad quiere recuperar una sala, provee la tecnología que garantiza poder llevar a cabo la proyección de la películas, a cambio de esta prestación, la sala se compromete a exhibir una cantidad de horas de cine nacional;*

de esta manera el INCAA participa en la recuperación equipando de tecnología moderna a la sala”, pero esta tiene que ser apta para la proyección de películas, en el caso particular de Bolívar, fueron una suma de voluntades que se unieron en pos del objetivo; Marcelo Tinelli, conductor de televisión, empresario de medios de comunicación, y ciudadano de Bolívar, compró la vieja sala de cine y la donó a la municipalidad de Bolívar para que funcione como cine, la municipalidad junto con el ministerio de planificación se encargaron de llevar a cabo la obra de restauración del cine (todo esto en el marco de una ley de cultura)²³ y el INCAA le proporcionó el equipamiento para que la sala pueda proyectar películas, y también estaba el deseo de los integrantes de la comunidad de volver a su viejo cine Avenida. Pero esta suma de voluntades necesita de políticas de Estado que la orienten y posibiliten la acción y concreción, para no quedar en el camino como mero voluntarismo.

En la entrevista Facundo Muñoz contó que el objetivo del INCAA es difundir las películas nacionales que de otra manera no tendrían pantallas por cuestiones de mercado, pero que también es un objetivo del instituto mantener valores tradicionales de la práctica de ver películas, una cosmovisión distinta que la visión meramente mercantil del cine comercial; otro objetivo es mantener los precios de las entradas a un valor accesible, un ejemplo es el valor de la entrada del cine Gaumont²⁴ (único espacio íntegramente del INCAA, sus instalaciones y la gestión es del instituto)²⁵

Eduardo Blanco no estaba alejado de la realidad cuando lo comparó con “Luna de Avellaneda” una suma de voluntades en pos de un objetivo común, pero a diferencia de la película, para llevar a cabo esta suma de voluntades hubo una gestión de Estado pudo encaminar este proyecto y concretar la recuperación del cine Avenida.

2-El Avenida abre sus Puertas, octubre del 2013.

Gustavo Aprea en su texto “Las muertes del cine” dice: “durante la década de 1990 fueron muchos los críticos, los ensayistas y teóricos que hablan de la desaparición de lo

²³ [Decreto 345/2012 Créase el Plan Nacional Igualdad Cultural. El decreto de Cristina Kirchner que fue el marco legal en el que se recupera la sala, disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/190000-194999/194854/norma.htm>]

²⁴ [El valor de la entrada en el cine Gaumont es de \$30 en Octubre de 2016]

²⁵ [En el anexo hay un mapa con la cantidad de espacios INCAA a lo largo del territorio Argentino y otro mapa de salas en provincia de Bs. As.]

que ha sido considerado tanto el arte como el espectáculo de masas característico del siglo XX: el cine y su muerte. (Aprea, 2009: 115) así empieza su artículo donde el autor habla sobre como la práctica social de ir al cine cambia con distintos momentos históricos, partiendo de la consideración del cine como medio de comunicación, y las transformaciones no solo tecnológicas que va incorporando si no también en las prácticas sociales que se generan en el tiempo. De este modo se puede observar los distintos lugares que una sociedad a través del tiempo le va otorgando a un medio de comunicación como el cine.

En este momento del trabajo vamos a ver cómo vivió y qué lugar le otorgo la comunidad de Bolívar y algunos actores de la industria cinematográfica en Argentina a la reapertura del cine Avenida. Esto refiere Luis Brandoni sobre el acontecimiento que significa recuperar una sala: *“Lamentablemente la Argentina perdió centenares de cines, miles de cines, y centenares de ciudades, pueblos y capitales de provincias se quedaron sin cine, de modo que es una buena noticia la reapertura de un cine, en Bolívar con tecnología, me imagino, muy moderna...es bueno que la gente de Bolívar pueda ver cine, sobre todo la gente joven que sepan que el cine es un hecho social importante”...*

El concepto de hecho social en las prácticas de los hombres fue desarrollado por el sociólogo francés Émile Durkheim, este concepto nos remite a una idea o comportamiento dentro de un grupo social:

Un hecho social es toda manera de hacer, establecida o no, susceptible de ejercer sobre el individuo una coacción exterior, o también, el que es general en la extensión de una sociedad determinada teniendo al mismo tiempo una existencia propia, independiente de sus manifestaciones individuales (Durkheim, 1997: 51-52).

En esta idea la suma de las partes, es decir el todo es anterior a las partes individuales que la componen, para el sociólogo francés un hecho social son las maneras de sentir, obrar y vivir exteriores al individuo, los llama caracteres culturales que moldean al sujeto, ve en la escuela la institución que mediante la educación, es fundamental en la reproducción de las prácticas sociales.

Esta definición de hecho social, Durkheim, la hace para definir el objeto de estudio en ciencias sociales, como observar un hecho social, y es aplicable al cine como práctica

social, cuando Brandoni dice: *“es importante que los jóvenes sepan que el cine es un “hecho social”*, se está refiriendo a ese conjunto de prácticas colectivas, que forman la cultura, que los más chicos puedan vivir esa experiencia, que es una práctica que los antecede culturalmente. *“Mi papa, mi mama y mi abuelo me contaron del cine, así que me gustaría conocerlo...”* así se refiere un niño de 12 años en el documental a su deseo de ir al cine.

También Brandoni habla de que el nuevo cine: *“incorporará la más nueva tecnología”*..., se está refiriendo a los cambios dentro del propio medio, y una adaptación tecnológica para poder incorporar a los más jóvenes, porque el cine como hecho social también es redefinido por sus modos de usos, por los cambios en las prácticas sociales, el cine tradicional de Bolívar no es el mismo hoy que en 1951, porque los individuos que de Bolívar y sus práctica sociales hoy tampoco son los mismos.

Para el actor Eduardo Blanco: *...“Juntarse con aquellos que podamos compartir sueños, compartir una identidad una cultura, significa el hecho de abrir un cine y yo que conozco a la gente de Bolívar, porque hice una película ahí y sé lo que sienten por su cine, me pone muy contento que esa cuenta pendiente se salde...”* como vimos en capítulos anteriores, la cuenta pendiente, el cine cerrado como símbolo de lo que fue (identidad-ritual-creencias), pero también de lo que no fue como el proyecto moderno inconcluso en América latina.

Cuando la maestra de escuela nos comenta que hay chicos de diez o doce años que nunca fueron a un cine, que no conocen esa experiencia audiovisual, esa es la cuenta pendiente que refiere Blanco y cuando Brandoni habla de la juventud y el cine surge la pregunta de cómo generar nuevas audiencias y nuevos hábitos de consumo cinematográfico.

El desafío de la industria cinematográfica en nuestros días y el desafío del cine Avenida, lograr que sea una actividad cultural y social que pueda sostenerse en el tiempo, hacer de este hecho social que significa ir al cine una práctica adaptable a nuevos modos de apropiación y usos sociales de los bienes culturales, que están definidos por nuevas ofertas de consumo de pantallas. El cine ya no goza del exclusivo lugar que tuvo en la primera mitad del siglo pasado, hoy hay que redefinir sus usos y sus alcances para que sean una práctica democrática y compartida. ¿Qué lugar le otorga la sociedad al cine como medio de

comunicación en nuestros días? ¿Cuáles son sus nuevos usos y modos de apropiación? ¿Cómo es el modelo de gestión de una sala de cine? ¿Por qué es importante abrir esta sala nuevamente?

3-Un cine como un palimpsesto: lo residual, lo emergente y lo nuevo. Una experiencia personal.

Cuando fui por primera vez a Bolívar a hacer el documental sobre el cine, éste todavía estaba en obra, en ese momento entrevistamos a la arquitecta encargada de la dirección de la misma y ella nos dijo: *“que se estaba llevando a cabo la obra teniendo en cuenta conservar la fachada del cine como era antiguamente y conservar en su interior los elementos característicos del cine en su pasado, contando con un museo donde podían los más jóvenes ver como fue la historia del cine y los mayores recordarlo”*.

Cuando quedaban pocos días para su reapertura volví a Bolívar para hacer unos planos que faltaban para el documental, con la obra ya terminada, (en anteriores excursiones su fachada no estaba terminada, la obra estaba inconclusa) me sorprendí al verlo, terminado era como si la huella del viejo cine estuviera presente, la fachada terminada y nueva, representaba el viejo cine Avenida que vi en fotos, podía percibirse en esta nueva versión, la convivencia de lo nuevo y lo viejo.

Como dijo Eduardo Blanco en el documental: *“recuperar un cine es recuperar o reconstruir un pasado, lo que fuimos como sociedad, una identidad”*. Esta reflexión es importante para comprender el sentido con el que fue hecha la obra; cuando inicié un recorrido del cine por dentro convivía el olor a nuevo con elementos del pasado, las puertas de ingreso a la sala conservaban la misma madera que en los años cincuenta, habían sido restauradas, conservando las características del viejo cine.

Esa tarde había llegado el Proyector digital que era de última tecnología DCP, pero en un cubículo de vidrio se expone el viejo proyector de 35 milímetros con el que Genovese primer proyectorista del Avenida cargaba rollos y proyectaba las películas.

Cada plano que hacíamos en registro del cine y su nueva fachada, me devolvía en el monitor la imagen de una escritura en palimpsesto, el palimpsesto es una escritura que conserva huellas de lo anterior en la misma superficie, borrada de profeso para dar lugar a

una nueva, la que existe ahora, pero que en ella conviven elementos de la escritura anterior. Mantener y conservar lo que el cine fue en el pasado desde su arquitectura, es una postura de gestión y un objetivo del cine hoy, mantener el lazo con la historia, con las raíces, tradiciones y costumbres.

Es importante esta idea, frente a la cultura hegemónica de los medios de comunicación que a través de hacer un culto al presente tratan de borrar el pasado, para los medios el presente es sólo lo actual, de esta manera el presente dura cada vez menos y el pasado se olvida rápidamente:

Nuestra fiebre de memoria no tiene foco político ni territorial claro sino que es expresión de la necesidad de anclaje temporal que sufren unas sociedades cuya temporalidad es sacudida brutalmente por la revolución informacional que disuelve las coordinadas espacio-territorial de nuestras vidas, y en las que se hacen manifiesta la transformación profunda que padece la estructura de temporalidad que nos legó la modernidad: aquella que, frente a la conservadora mirada romántica legítimo ya desde el siglo XVIII la destrucción del pasado como lastre, e hizo de la novedad la fuente única de la legitimación cultural” (Barbero J. M., 2007: 91).

Conservar la arquitectura original del cine es un signo, un mensaje a la comunidad, son los valores y tradiciones de la ciudad que están presentes, es conservar la historia; es pensar en la sala de cine como un espacio público simbólico de la ciudad. Es un modo de resistencia al avasallamiento de los valores culturales en pos de un mero mercantilismo, donde lo nuevo es bueno solamente por ser nuevo y lo viejo es descartable y no tiene validez de uso.

Cuando Rodolfo Rani dice: “...tener una sala de cine en una ciudad del interior, es realmente... es un... hoy en día es como lo que hablamos antes que se convierten en cualquier cosa menos en salas de cine...y además lo lindo es ir al cine, no ir al shopping donde hay cine, no? Eso no es cine, eso es otra cosa, es una berretada...(Se ríe), uno tiene que ir al cine!...” .Lo que plantea el actor es el tema de lo tradicional contra un modelo hegemónico, el cine en el Shopping niega el pasado, prioriza lo nuevo y el negocio, paradójicamente la lógica mercantil no negocia con el pasado, para esta lógica el pasado

sólo tiene valor como mercancía, y lo inserta en el mercado como anécdota, lo que está por fuera del negocio no tiene valor actual.

Se plantea así dos modelos de gestión diferenciados, lo que denominamos cine en el Shopping y las salas como espacio cultural INCAA, un tema que propone dos usos bien diferenciados y modos de apropiación sobre el cine muy distinto, pero que hablaremos en paginas futuras. Ahora volvamos al cine Avenida y su nueva arquitectura que conserva todas las características del tradicional cine, el reconocimiento al paso del tiempo, a su historia, lo residual y lo emergente en términos de Raymond Williams cuando habla de las relaciones dinámicas internas de cada proceso histórico:

En realidad, todavía debemos hablar de lo dominante y lo efectivo; y en estos sentidos de lo hegemónico. Sin embargo, nos encontramos con que también debemos hablar, y ciertamente con una mayor diferenciación en relación con cada una de ellas, de lo residual y de lo emergente.
(Williams, 2000: 143).

Así en la cultura de ir al cine, representado en términos de hegemonía hay un juego de relaciones entre lo dominante y lo residual y lo emergente, una resistencia a la dominación y a la imposición de prácticas de consumo por el poder hegemónico, en la arquitectura del nuevo cine Avenida, convive lo nuevo y el pasado, lo que es y lo que fue, como en una escritura de palimpsesto, el pasado puede ser leído debajo de una nueva construcción.

4-Ir al cine o ir al cine en el Shopping; dos modos de uso diferentes.

Marc Augé cuando habla sobre espacios públicos identifica cambios en tres variables: en el paso de la modernidad a la sobremodernidad, pone énfasis en el tiempo, el del lugar a los no-lugares focaliza en espacio. Una tercera variable es el paso de lo real a lo virtual y lo ubica en el terreno de la imagen. (Augé, 2007: 121). Vimos anteriormente la comparación que hace el actor Rodolfo Rani entre ir al cine tradicional e ir al cine en el shopping; históricamente, las salas de cine de Buenos Aires, (tanto en los barrios como en las ciudades del interior), con sus monumentales fachadas, supieron otorgarle

características particulares al paisaje. Además, se constituyeron en un espacio de sociabilidad y de apropiación cultural fundamental para la sociedad.

El actor hace referencia al cine tradicional pero en la actualidad la situación es diferente, la gran mayoría de las salas de cine salieron de su ámbito inicial, que fue la calle, hoy estas salas se encuentran en el interior de los shoppings; Leandro González hace un análisis sobre geografías del cine en los últimos 56 años y aporta lo siguiente:

(...)define tres momentos: (I) 1960-75, cuando la oferta se concentró espacialmente en grandes salas que, buscando diferenciarse de una TV en crecimiento, incorporaban tecnología (cinemascope, pantalla panorámica, sonido estereofónico); (II) 1975-90, cuando comienzan a cerrar las salas (especialmente las barriales) como consecuencia de la baja afluencia de público; y (III) 1990-2001, con una recuperación renovada de la actividad, marcada por la aparición de los cines multipantalla con una cantidad comparativamente menor de butacas e incorporación de nuevas tecnologías” (Gonzalez, 2013: 74).

Este nuevo tipo de salas cuenta con un diseño nuevo y con menor cantidad de butacas pero más pantallas por espacio, se convirtieron en el modelo hegemónico de exhibición en los últimos años, podemos hacer una analogía del cine en el Shopping con lo que Marc Augé denomina los no-lugares que están desprovistos de identidad y desterritorializados, siguiendo con esta idea Zigmund Bauman dice:

Una excursión al templo del consumo es algo muy diferente. Su realización implica la sensación de ser transportado a otro mundo (...) El templo del consumo (...) puede estar en la ciudad (...) pero no forma parte de ella; no es el mundo habitual...sino un mundo completamente otro (Bauman, 2009: 107).

El Shopping puede estar en la ciudad pero la niega, es otro mundo; para Rani ir al cine está más del lado del ritual, el barrio y el cine en el barrio con su identidad, de cara a la calle y su significado, el cine en un shopping “es una berretada”, “el cine es otra cosa”; el shopping según Bauman es ese “lugar sin lugar”, cerrado en sí mismo, es también a diferencia de los lugares recorridos a diario-un lugar purificado: “Los lugares de

compra/consumo deben gran parte de su magnético poder de atracción a su colorida y calidoscópica variedad de sensaciones sensoriales”. (Bauman, 2009: 107)

En el texto: Cine y geografía. Hacia un estado del arte con énfasis en la Argentina, de este modo lo describe Leandro González:

Se reflejan los siguientes indicadores estadísticos por barrio, y para distintos períodos (generalmente, los años 1960, 1970, 1980, 1990, 2000 y 2001): cantidad de salas, cantidad de butacas y distancia entre las salas (compacidad). Asimismo, figura un conjunto de mapas en los que las salas son agrupadas según jerarquía (definida por volumen y compacidad), en los que se puede observar claramente una polarización: las salas barriales desaparecen o son relegadas a una situación marginal, mientras las principales salas (complejos multipantallas) crecen en importancia, aunque no en cantidad. (González, 2013:75).

Así como el cine tradicional se exhibió en los colosales edificios a la calle, símbolos del barrio y de su identidad urbana, hoy se genera una oferta en la exhibición que se polariza en los multicines, en un espacio que niega lo urbano y lo esconde del resto de la ciudad. Pierde el cine su identidad barrial, una modificación del espacio público que es diseñada desde los sectores hegemónicos. Hoy se ofrecen estos no-lugares desde la cultura hegemónica como paradigma del consumo y la felicidad, apelando al pasado como lastre y haciendo de la novedad la única legitimidad de lo cultural; Cuando Rodolfo Rani dice: “*no es cine el cine en el Shopping*” lo pueden tildar de nostálgico por añorar un pasado que no está, pero en realidad es un modo de resistir y mantener la historia viva, como dice Martín Barbero: “Lo que corre el riesgo de desaparecer es el pasado como continuidad de la experiencia, que no debe confundirse con la nostalgia(...)pues se trata del mínimo horizonte histórico que hace posible el diálogo entre generaciones y la lectura/traducción entre generaciones. (Barbero, 2007: 91).

La Lógica económica del mercado va en contra y niega los símbolos urbanos; sin embargo la cultura popular resiste y busca preservar estos iconos-símbolos, ahí hay una zona de conflicto en el ámbito cultural; el cine en las ciudades del interior y en los barrios porteños fue orgullo de las clases populares, generando lazos de identidad y pertenencia.

Capítulo V: El cine Avenida hoy: tres años después, pasado presente y futuro. Un espacio Público.

1-Usos y funciones sociales del cine: Política-historia-pensamiento crítico.

El interés de teóricos sobre los usos y funciones sociales del cine, desde el surgimiento de esta tecnología, es significativo, desde diferentes perspectivas se ha abordado el tema. Benjamin cuando se refiere a la obra de arte y la posibilidad de ser reproducida técnicamente, para la percepción de un público a escala, así se va anulando el valor de culto de la obra de arte y es reemplazado por el valor de exhibición:

En el momento que el criterio de autenticidad deja de ser aplicable a la producción artística, la función del arte se ve completamente alterada. En lugar de estar fundamentada en un ritual, comienza a estarlo en otra práctica: la política. (Benjamin, 2012: 83).

Así Benjamin desarrolla la idea de nuevas funciones sociales de las obras de arte con la reproductibilidad técnica, nuevas formas de percepción y nuevas prácticas sociales en torno a la comunicación en la sociedad de masas:

No es un accidente que Benjamin mencione, en su texto, las dos funciones más poderosas que ha tenido el cine: la política y la económica. En un fenómeno contradictoriamente complementario, que ocurrió simultáneamente entre 1920 y 1940, el cine fomentó, por un lado, los intereses nacionales; y por otro lado impulsó la internacionalización de la industria económica cinematográfica. (Goyeneche-Gómez, 2012: 232).

Al introducir la función política nos situamos en un terreno de conflicto y de disputa cultural. Desde una diferente perspectiva en un texto llamado “Foulcaut va al cine”, que es un compilado de entrevistas, realizado por Patrice Maniglier y Dork Zabunyan, en la que Foulcaut habló sobre este medio, sus usos y funciones sociales; en dichas entrevistas el

filósofo francés se refiere al cine como un arte de la cultura popular, un conjunto de reglas y normas encaminadas para la liberación del espíritu pero con un sentido crítico de los acontecimientos y de la historia:

El cine es el arte de extraer los devenires puros de las cosas (...), se trata de saber cómo se las arregla el cine para deshacer la historia, para transformar nuestra relación con el pasado hacer de la memoria una focalización del presente, en pocas palabras funcionar como crítica. (Maniglier-Zabunyan, 2012: 69).

Está presente la idea de que el cine es una mirada sobre lo que somos, ver nuestro lazo con el pasado, reconocernos en la historia: "...el cine puede utilizar el pasado, no para convertirlo en un objeto de memoria sino para hacer de él una crítica del presente." (Maniglier-Zabunyan, 2012: 94).

El cine desde esta perspectiva es el espacio social para reconocernos a nosotros mismos desde una mirada crítica de la realidad donde el pasado se vuelve presente para interrogarlo no solamente como parte de nuestra memoria o meramente como pasado, sino como sedimento en el presente; "ya no es el pasado el que se vuelve parte de nuestra historia, sino el presente el que se vuelve parte de un devenir, siempre artificialmente aislado, siempre precario, nunca seguro". (Maniglier-Zabunyan, 2012: 95)

Deleuze se refiere al cine y a la imagen movimiento, como la capacidad que diferencia al cine de las otras artes, de poder desarrollar imagen movimiento:

Es esta capacidad, esta potencia, y no la simple posibilidad lógica, lo que el cine pretende darnos al conocer la imagen-movimiento, no podéis escapar al choque que despierta en vosotros al pensador. Un autómatas subjetivo y colectivo para un movimiento automático: el arte de las masas. (Deleuze, 2012: 210).

Así el autor hace referencia a la potencia del cine como imagen movimiento en la apelación al pensamiento por parte del espectador, una actividad que es colectiva pero que a su vez apela a la subjetividad del pensamiento individual: "El cine logra lo que Eisenstein llamó" la nueva esfera de la retórica fílmica, la posibilidad de emitir un juicio social abstracto. Se elabora un circuito que comprende a la vez al autor, al film y al espectador". (Deleuze, 2012: 216). El cine logra a través de su dispositivo de imágenes en movimiento

y a través del montaje y la sonoridad en un ámbito a oscuras y de recepción colectivo, lo que otras artes como el teatro y la ópera no lograron, la individuación del sujeto en la masa, el cine apela y alcanza lo individual.

Tanto en Foucault como en Deleuze está presente la idea del cine como constructor de pensamiento, en la historicidad que plantea Foucault y la posibilidad de traer el pasado en el presente a través de una narrativa y ser recepcionado con una mirada crítica. Deleuze dice que la imagen movimiento y el montaje apelan al pensamiento en el arte de las masas. Desde una perspectiva historicista Marc Ferro dice:

El cine nos ayuda a comprender una historia, si el cineasta utiliza el buen ojo y su arte para observar en su entorno y discernir lo que los políticos y las iglesias que rigen la sociedad no quieren saber; si la disecciona como con un bisturí... ayuda a entender lo que pudo ser el pasado, ya que la historia también es la relación entre pasado y presente, pues lo que hay en el presente es la herencia del pasado” (Ferro, 2008: 162).

En este corto recorrido vemos como desde diferentes perspectivas estos autores reflexionaron sobre cine, este medio que como arte y expresión cultural, tiene un valor propio, dado que puede contribuir a la construcción de identidades y también a la conformación de un pensamiento crítico, también se encuentran dentro de las funciones del cine, entretener, educar y apelar al pensamiento crítico de los sujetos.

Hemos citado estos autores para introducirnos nuevamente en el caso del cine En Bolívar, observaremos un caso de cine debate que se dio en Bolívar en los años setenta y que fue mencionado por Carlos Poffo, uno de los espectadores que dio testimonio en el documental. Veremos cómo se desarrolló ese ciclo para compararlo con el cine Avenida en el presente y actividades que se desarrollan en la actualidad. El pasado se reedita en lo contemporáneo y emerge como elemento residual de la cultura.

2-El cine como espacio Público: del ciclo cine Debate en Bolívar en los años setenta a las escuelas van al cine en el año 2016.

En los años setenta en Bolívar, como ejemplo de cine alternativo, se dio un ciclo de cine debate, Carlos Poffo (de 78 años) que fue entrevistado como espectador del viejo cine Avenida en el corto-documental, comentó que un uso nuevo se generó a partir del consumo de películas en el Avenida. En una entrevista posterior, narró específicamente de lo que fue este ciclo de cine debate, así comenzaba su relato: *“Te puedo pasar comentarios pero con bastantes imprecisiones. Tengo 78 años y a esta edad todo lo sucedido se desdibuja y a veces bastante. El ciclo de Cine Debate surge por una idea del Doctor Felipe Martínez Pérez, cuando habían pasado pocos años después de haberse instalado él en Bolívar como médico, aproximadamente 1974”*.

Carlos Poffo es un ciudadano Bolivarense de toda la vida, es bioquímico de profesión y su afición a la fotografía le hizo despertar un interés particular por el séptimo arte, así fue que se junto con el Doctor Martínez Pérez y decidieron armar el ciclo con la idea de ver películas que el mercado por cuestiones propias dejaba fuera del alcance en la ciudad de Bolívar: *“la idea de juntar los conocimientos de Felipe sobre lo que sea cine, con el aporte técnico que yo podía poner en práctica para las proyecciones. Yo tenía un proyector de películas de 16 milímetros Bolex, sonoro y otros elementos adecuados. Conseguimos otro proyector de cine también 16 mm que nos permitía comenzar la proyección de la mitad de la película con uno de ellos y proseguir la otra mitad con el otro proyector, de manera de lograr una proyección continua sin corte para sacar y poner la película siguiente. Para alquilar las películas, teníamos dos lugares en Buenos Aires que nos proveían, por supuesto pagando el módico precio del alquiler y el envío hasta Bolívar. Eran San Pablo Films y la Cinemateca”* este testimonio es un aporte invaluable que describe esta actividad y como organizaron este ciclo alternativo de cine en Bolívar.

Desde una lectura Gramsciana, esta práctica emerge como modo alternativo a la cultura hegemónica; las películas que las grandes distribuidoras dejaban fuera del alcance de Bolívar, estos entusiastas cinéfilos, desatendiendo las reglas del mercado, mostraban toda su rebeldía y canalizaban sus inquietudes a través de este ciclo.

Estas proyecciones empezaron en el año 74, en el cine teatro coliseo de Bolívar, donde las proyecciones se realizaban a pulmón y como se podía, por falta de equipos profesionales y por la dimensión de la sala. Luego se trasladaron a la Biblioteca Rivadavia que les prestaba sus instalaciones: ...”*Las proyecciones se organizaron por ciclos. El fin de*

semana era la fecha elegida por una cuestión de transporte de la película. Algunos años se organizó por países. Por ejemplo tuvimos ciclos de cine Francés, Inglés, Español, Sueco, Norteamericano, Indio etc.”

Carlos recuerda esos años con gran entusiasmo y desde su relato destacó una anécdota que se generó en torno a las películas que veían: *“Una de las proyecciones que siempre quedó en nuestro recuerdo, fue cuando proyectamos el film “Morir en Madrid “. Es un tema bastante controvertido, porque siempre estos temas con gran contenido político tienen sus vibrantes defensores y detractores. Y entre otras cosas, Bolívar una ciudad con gran cantidad de españoles, no puede dejar de tener gente con muchísimo conocimiento sobre el gran tema que fue la guerra civil española. Exagerando la nota, yo llegué a pensar que íbamos a terminar a los tiros.....Se sucedían los oradores con gran vehemencia recuerda Carlos cuando de repente: “En un momento dado, tomó la palabra una persona muy versada en temas políticos, que fue Intendente de Bolívar. Era tan vibrante su discurso, que cuanto terminó, puso como final el clásico “he dicho....La verdad que estuvo todo muy bueno La parte propia del debate, la dirigía siempre el doctor Felipe Martínez Pérez”*. De esta manera Bolívar también tuvo su ciclo alternativo de debate en el pasado, por fuera del viejo cine Avenida que era una empresa familiar y privada, con objetivo de rentabilidad, este tipo de ciclos quedaba excluido.

En el presente el cine Avenida cumplió tres años desde su reapertura, por su sala nueva ya pasaron más de 300000 espectadores, se dieron más de 150 estrenos simultáneos, y cuenta con 13600 fans de facebook; recibe la visita todas las semanas de diez localidades aledañas y muchos realizan mas de cien kilómetros para venir al cine.²⁶

El cine goza de buena salud desde su reapertura y según su propia directora de programación Analía Carbajo se superaron ampliamente las expectativas previas. Hoy el cine es una sala municipal, recibe del INCAA el equipamiento tecnológico que posibilita la proyección de películas, así se refiere la directora del cine sobre su equipamiento técnico: *“El equipo lo tenemos en como dato, por tres años más, porque este año se renovó el contrato; tenemos un equipo 3d un NEC 2000 con anteojos dolby y con pacheras de sonido 7.1 que nosotros funcionamos 5.1, si la peli viene en 7.1 se puede proyectar”*.

²⁶ [Estos datos son aportados por Analía Carbajo que es directora de la gerencia de programación y contenidos del cine Avenida, en entrevista personal, noviembre de 2016]

En los últimos años por estar ubicada en el centro de la provincia de Buenos Aires, esta sala ocupó un destacado lugar para el instituto, así comentó Analía Carbajo : *“El INCAA le dio un importante valor a esta sala por su ubicación en el corazón de la provincia de Buenos Aires, mandan siempre un técnico para chequear el buen funcionamiento, hace poco hicimos unas jornadas en Bolívar del cines espacios INCAA, antes siempre se hacían en Mar del Plata, pero ahora nos ven como cede para esas jornadas”*.

El interés por estas jornadas surge para lograr un mejor funcionamiento de las salas del interior y ver como incrementar el público, cada sala transmite su experiencia de gestión y se expone que cosas sirven y que cosas no sirven para cumplir con objetivos de audiencia y servicio, también invitan a cines comerciales de zonas cercanas.

Es importante destacar que los espacios INCAA tienen entre sus objetivos principales facilitar los estrenos de películas nacionales en todo el territorio de nuestro país, contribuir a la formación de nuevos públicos ofreciendo una programación de calidad; acercar el servicio de exhibición cinematográfica a áreas de nuestro territorio que no cuentan con el mismo.²⁷

Con esta finalidad hoy en el cine Avenida como espacio INCAA se desarrollan actividades que articulan cultura y educación como es el ciclo de “el cine va a la escuela” un ciclo que combina el consumo de películas con un costado pedagógico del cine, Analía Carbajo se refiere a este tema: *“El cine va a la escuela que es una propuesta para que los chicos trabajen la película en la escuela, en un marco de debate sobre lo que vieron en el cine, con un cuadernillo, esto es una actividad que se genera con la dirección de cultura y con educación, el INCAA nos facilita diferentes títulos, siempre con el aval del INCAA que sepa que esa película está siendo proyectada”*.

También hoy en el cine hay un ciclo debate como en los años setenta, pero esta vez es dentro del cine: *“Hoy en el cine Avenida hay cine debate, al ser un espacio INCAA los días que no hay programación que son lunes, martes y miércoles, se puede hacer este tipo de películas, Ayer proyectamos una película que se llama “Ventre”, es sobre la lactancia de*

²⁷ [Resolución 888/2008 disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/140000-144999/143488/norma.htm>]

carácter pedagógico, son películas fuera de circuito, fuera de programación y gratuitas. También se eligen películas documentales y se presentan en cine debate.

También ofrecen pantalla para realizadores locales, de Bolívar que le quieren pasar a la comunidad su película, y no tiene código del INCAA, lo hacen fuera de programación, con entrada gratuita y con el aval del INCAA.

Otro de los objetivos de gestión es garantizar el valor bajo de las entradas en relación al cine comercial, al respecto Analía Carbajo dijo: *Hoy por ser un espacio INCAA la entrada es de un valor menor a la de promedio en el mercado; tenemos entradas de 30 pesos, de 70 pesos que son películas 2d y la más cara es de 80 pesos que son películas 3d. Por ser un espacio INCAA, tenemos los estrenos de películas como el ciudadano, o Gilda a 30 pesos; y lo bueno que tiene Bolívar a diferencia de otras ciudades es que tiene un solo cine (Olavarría es la ciudad con cine más cercana a 100 km).*

También Analía en la entrevista nos comento de un proyecto interesante, donde tratan de que las escuelas rurales vengan al cine y tengan un programa de actividades que se desarrolla junto ver películas, así lo comento: *También estamos hablando con las autoridades de un jardín rural de Mariano Unzue²⁸, para hacer la misma experiencia, es un jardín rural integrado, con chicos de tres, cuatro, cinco años y es una sola sala de unos treinta chicos, en los lugares rurales los papas son mas temerosos a las salidas de los chicos, así que la maestra vino el otro día y me convoco a que vaya a darles una charla a los chicos y padres para invitarlos a que vengán”.*

El cine Avenida en su primera etapa fue un cine comercial, el ciclo debate en los años setenta se tuvo que dar fuera del ámbito del cine, fue una práctica alternativa al modelo de cine comercial, sin embargo hoy el cine como sala municipal y espacio INCAA es un ámbito donde se dan diversas prácticas sociales y culturales: Jornadas con otras salas, el ciclo de “cine debate”; “las escuelas van al cine”, y el acercamiento del cine a zonas rurales.

Dos usos diferentes del cine, dos concepciones diferentes de la exhibición, el viejo cine Avenida lo concebía como un negocio, hoy se concibe como un servicio.

²⁸ [Mariano Unzue es un poblado que tiene una unidad sanitaria, una escuela primaria y un jardín de infantes, en el 2010 fue considerada población rural dispersa, información aportada por la municipalidad de Bolívar]

3-El cine Gaumont de La Ciudad Autónoma de Buenos Aires; otro caso de una sala recuperada, similitudes y diferencias con el cine Avenida de Bolívar.

“Siempre es bueno que se recupere una sala, así que un abrazo muy grande a la gente de Bolívar, por lo que a uno le toca como actor, porque si dan cine quiere decir que hay fuente de trabajo, los actores los técnicos tienen laburo y lo que implica...así que muchas felicidades que sea con mucho éxito y por muchos años más y vamos Bolívar! Un abrazo grande y muchas felicidades” ... Así se expresa el actor Argentino Rodolfo Rani que como parte de la industria cinematográfica argentina celebra que una sala sea recuperada como espacio de cultura. Toda producción en el campo de la cultura necesita de una política de gestión para alcanzar difusión, el cine como industria necesita de salas y pantallas para exhibirse:

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 en salas de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Dos grupos locales dominaban cerca de un 88% del mercado. Hoy el mapa cambió significativamente: existen 920 salas a las que concurren 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”.

(Wortman, 2007: 107).

Un dato que revela como incrementó el dominio del mercado por capitales foráneos: “En 2014 las cuatro grandes cadenas extranjeras de capitales norteamericanos y australianos, Hoyts, Village, Cinemark y Showcase (National Amusement Inc.-NAI), suponen el 37% de las pantallas del país y acaparan el 59% de espectadores” (Sanchez Rodriguez, 2015: 7).

Es muy importante la tarea de espacios INCAA para salir a palear este déficit que plantea la transnacionalización de la economía de mercado, sin el aporte del INCAA el

cine nacional se vería practicante marginado de las pantallas, salvo las películas más taquilleras el resto estaría excluido:

El INCAA ha creado un circuito de más de 55 salas repartidas por todo el país llamadas Espacio INCAA que son una alternativa fundamental para la exhibición del cine nacional: uno de ellos, el cine Gaumont, encabeza con 82 títulos la lista de salas con mayor cantidad de estrenos de películas nacionales o coproducciones”. (Sanchez Rodriguez, 2015:7).

El estudio es del año 2015, hoy espacios INCAA cuenta con 77 salas bajo su órbita, de las cuales 62 están operativas y exhibiendo, 50 incorporaron la tecnología DCP y el resto tienen Blue Ray, que es una tecnología menor. Muchas de estas salas no se digitalizaron porque no ofrecen condiciones edilicias para tal fin. Espacios INCAA está cumpliendo 11 años.²⁹

“Dentro de la red de espacios INCAA tenés como varias categorías de salas, por un lado las que están digitalizadas, y solo programan como espacio INCAA, otras programan comercialmente por fuera de espacio INCAA, hay una realidad y es que la sala necesita subsistir, y una de las consignas de espacios INCAA es tener un precio acordado por debajo del nivel promedio de mercado o ventanilla. Entonces se les permite hacer una programación por fuera de nuestra franja convenida” así comento el coordinador de espacios INCAA Facundo Muñoz en una entrevista personal en el mes de octubre de 2016.

El caso del Gaumont es un caso paradigmático porque es la única sala que se gestiona íntegramente como espacio INCAA, está ubicado en Rivadavia 1635 en la ciudad autónoma de Buenos Aires, abrió sus puertas por primera vez en el año 1912 con el nombre de Cine Plaza Congreso pero en el año 1946 se reinaugura el actual edificio con el nombre de Cine Gaumont, un cine emblemático de la cultura popular de esta ciudad.

En el año 2003 el INCAA lo alquila y queda como espacio INCAA km 0, con el objeto de ser el puntapié inicial de un proyecto para generar salas de cine a lo largo y ancho de todo el país. A diferencia del cine Avenida, que es una gestión mixta, la sala es de la municipalidad y el INCAA le provee tecnología de proyección en como dato a cambio de la

²⁹[En el anexo esta un link con detalle de objetivos sobre el programa espacio INCA]

cuota pantalla³⁰, el Gaumont es gestionado solamente por espacios INCAA: “Cada cine se gestiona a sí mismo, el espacio INCAA no gestiona las salas, es un convenio de programación el que se establece con la sala. Nosotros tenemos un equipo de programación con sede en Belgrano, se reparten las salas que están dentro del programa, y ellos con los programadores locales, los que deciden como van a programar la sala, el único que gestionamos íntegramente es el Gaumont” dijo Facundo.

El cine Gaumont conserva la fachada histórica que lo erigió en un símbolo porteño, un icono de nuestra cultura, tiene entrada por la calle, como ocurrió con la mayoría de los cine tradicionales en Buenos Aires, en 1995 dejó de tener una sala con más de mil doscientas butacas, para remodelarlo con tres salas, esto permitía la posibilidad de exhibir un mayor volumen de películas; del mismo modo que el cine Avenida conserva su fachada original y también es símbolo cultural para los ciudadanos de Bolívar.

El cine Avenida estuvo largos años cerrado al público, corriendo el riesgo de convertirse en un supermercado chino o templo religioso, en el año 2012 el Gaumont estuvo a punto de ser cerrado, sus propietarios decidieron ponerlo en venta y no renovar el contrato de alquiler a espacios INCAA, con el objetivo de realizar un emprendimiento inmobiliario. El 6 de julio 2012 se aprobó la ley de Protección estructural del edificio, como patrimonio cultural. Y en el año 2013 lo compra definitivamente el INCAA.

En definitiva tanto el cine Avenida como el Cine Gaumont corrieron riesgos de desaparecer por las fluctuaciones del mercado, en los dos casos y con diferentes procesos fueron recuperados para el uso de su comunidad. Los dos enfrentan problemas similares dentro de una economía de mercado. Desde la gestión planifican y desarrollan actividades para incorporar audiencias. También comparten dificultades y objetivos de programación, en relación a la hegemonía de mercado que tiene las distribuidoras y salas de exhibición de capital extranjero.

El cine Avenida es un mixto, es tanto un espacio comercial como espacio INCAA en su gestión, entonces se programa directo con Warner, Fox, Disney y Universal y también con espacios INCAA, como espacio INCAA todos los lunes hay un programador asignado, que programa junto a Analía Carbajo (gerente de programación) lo que va en la semana

³⁰[Información sobre cuota pantalla en la página de fiscalización INCAA, disponible en: http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/fichas_didacticas/Fichas_05_Cuota_de_pantalla.pdf]

como cuota pantalla: *“Las distribuidoras tienden a manejarte la sala también, depende tu forma de trabajar que puedas conciliar con ellos, pero es un Boca- River permanente. Los espacios INCAA dan la posibilidad de tener cine europeo, latinoamericano y cine argentino”* nos comento Analía Carbajo en la entrevista, lo llamativo es que en dialogo con Facundo Muñoz de espacios INCAA hizo referencia al mismo problema sobre las distribuidoras extranjeras: *“Hoy las productoras que dominan el mercado no producen más contenidos que no sean DCP, si no hubiéramos equipado esas 50 salas hoy no tendrían posibilidad de programar con las grandes distribuidoras, lo que hicimos fue adelantarnos un poco a ese cambio tecnológico para que esas salas no queden relegadas. Estas grandes productora que producen DCP, son las que traen las grandes superproducciones de Hollywood que después te copan todas las pantallas, entonces el contenido de cine argentino está cada vez mas relegado, si no estuvieran los espacios INCAA mas del 60 o 70 % del contenido de cine nacional no se estrenaría en ningún lado, porque no tiene mercado. Los espacios INCAA son el lugar donde el cine argentino tiene su espacio. El emblema nuestro es el Gaumont, tiene tres o cuatro estrenos por semana”*.

La Labor del INCAA estos últimos diez años ha sido fundamental para balancear los déficits que plantea la transnacionalización del capital en el ámbito de la cultura; la brecha y las desigualdades que genera una economía mundial que invade culturalmente a países más débiles en lo económico, con medidas proteccionistas se puede resolver en alguna medida esta relación de dominio:

La participación de las majors en la distribución de cine nacional ha sido forzada por la Secretaria de Comercio y el INCAA, que les plantearon una reciprocidad de distribución, pidiendo estrenos nacionales junto con los de los tanques de Hollywood. A la presión del mercado protagonizada tradicionalmente por la oferta de los grandes estudios norteamericanos, se ha unido así una mayor presencia del cine nacional”. (Sanchez Rodriguez, 2015: 29).

Como dijo Rani en la entrevista: *“siempre es bueno recuperar una sala, si hay cine hay trabajo, los actores los técnicos tienen laburo”*, en el estudio de mercado de cine argentino Raquel Rodríguez Sánchez expresa este dato: “En lo que respecta a los trabajadores, el fomento del Estado ha supuesto una regularización muy importante en el

sector y el sistema de sindicatos es muy fuerte. Según el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina SICA, el 100% de las películas producidas en 2014 se han hecho con trabajo registrado”. (Sanchez Rodriguez, 2015: 13).

El cine Argentino se enfrenta a este gran problema, que es el control del mercado tanto en la distribución como en la exhibición, porque estos capitales extranjeros son los mismos dueños en ambos casos. Con medidas proteccionistas y una activa participación del Estado se puede paliar este desequilibrio.

Tanto el cine Gaumont como el Avenida ofrecen desde su programación y su arquitectura un uso alternativo al que propone el modelo Hegemónico de las multisalas comerciales, en su mayoría ligada a capitales extranjeros. Estas pretenden encumbrarse como único modelo de uso, contando con un aparato económico y publicitario que le otorgan el lugar de dominio en el mercado.

4-Viejos y nuevos problemas en el campo de la cultura. El pochoclo como paradigma de consumo.

Estamos viviendo ante nuevos paradigmas de la comunicación, nuevos procesos en este campo articulados a nuevas tecnologías, que proponen un sistema complejo e invaden la cotidianidad social. Nuevas formas de comunicación con nuevos dispositivos o soportes como las computadoras domesticas, los teléfonos móviles, las redes sociales, hoy teniendo un teléfono móvil de última generación el tiempo y la distancia se ven distorsionados por un tiempo y una distancia virtual, cada vez mas no sumergimos en esa realidad , lo que Marc Augé define como “sobre modernidad” lo denomina como un proceso de individualización pasiva, muy distinta del individualismo conquistador que caracterizó a la modernidad, a esta situación se refiere diciendo: “Una individualización de consumidores cuya aparición tiene que ver sin duda con el desarrollo de los medios de comunicación “ (Augé, 2007: 126).

Lo que describe Marc Augé es una situación donde los medios de comunicación proponen un consumo individualista y pasivo, en el cual los sujetos se repliegan en los

hogares, encerrados frente a sus televisores, sus videos y sus computadoras. Esta situación es paradójica si la comparamos con la naturaleza social del hombre; pasividad, soledad e individualización son el nuevo paradigma que propone la cultura hegemónica desde el consumo de medios según Augé y dice: “El suicidio Colectivo, desde esta perspectiva, es una salida previsible: el individuo que rechaza el nexo social, la relación con el otro, ya esta simbólicamente muerto”. (Augé, 2007: 127).

Lo que vimos en páginas anteriores es la aparición en los últimos años de un modelo de cine, que se diferenció del cine tradicional en varios aspectos, un tipo de cine que surge a fines de los noventa, en un período de crisis del medio. Esta tipo de cine propone un modo de apropiación y un uso en un ámbito diferente al cine tradicional, generalmente se encuentra en grandes centros comerciales y son en su mayoría de capitales foráneos.

Es un cine que salió de su ámbito tradicional urbano, para encontrar en el interior de los Shopping su espacio, también su arquitectura es diferente, son multi- salas que ofertan una cantidad muy variada de películas, están desprovistas de fachada y sin contacto con la calle.

También su estructura de empresa es muy diferente a lo que fue la empresa familiar que era propietarios de las viejas salas, generalmente de colectividades españolas e italianas, sobre todo en el interior del país, hoy estas multisalas de exhibición que en su mayoría son de grandes conglomerados mediáticos extranjeros. El cine tradicional era un lugar fuertemente vinculado al barrio, a las ciudades y pueblos del interior como fueron los casos del cine Avenida de Bolívar y el cine Gaumont que vimos anteriormente. Este vínculo se sostenía porque se caracterizaban por ser un espacio fuertemente simbolizado y de pertenencia identitaria:

Para la antropología, el lugar es un espacio fuertemente, es decir, que es un espacio en el cual podemos leer en parte o en su totalidad la identidad de los que lo ocupan, las relaciones que mantienen y la historia que comparten. (Augé, 2007: 127).

El cine comercial hoy propone un modelo de uso diferente al que proponen los espacios INCAA, asociados a la idea de cine tradicional, resaltando valores tradicionales y de identidad, es así que el objetivo es mantener e cine argentino en pantalla, y generar nuevas audiencias a través actividades dentro del cine como espacio Público.

Desde otro paradigma, el cine comercial, que dispone de un amplio aparato publicitario debido a su poder económico, para publicitar sus confortables salas vender entradas on line, y hacer de la experiencia de ir al cine una “interesante y atrapante oferta de consumo”.

En un programa de televisión infantil, que se emite por América TV, “El universo de Lourdes” hay un segmento que se llama “quiero saber”³¹, en él un notero, que es un niño, va a distintos ámbitos laborales para conocer distintos oficios y actividades; en la ocasión que vamos a referir, este niño va a conocer un cine que es el multiplex de Pilar (zona norte de Buenos Aires). Cuando arranca la nota lo está esperando el gerente de marketing de nombre Nicolás Ojeda con un paquete de pochoclos en la mano, (en el paquete esta el nombre de la sala, lo que en la jerga televisiva se llama “chivo”) en este encuentro el gerente le ofrece las diferentes alternativas de “cine” que proponen en ese ámbito y le dice: *“Hay varias salas, tenemos la sala 4D, tenemos también una sala muy importante que es la sala Platinum que es una sala Premium y tenemos una sala muy importante que es la sala extremo”*.

Luego de esta presentación, invita al niño a ver como son estas salas, por qué hago referencia a esto, durante la nota, que es una venta del cine, nunca hace referencia al cine como una experiencia colectiva, las herramienta de venta a las que apela son: a la incorporación de tecnologías, a medida que la sala va cambiando de nombre, va evolucionando tecnológicamente, hasta llegar a la experiencia 4 d. La sala extremo tiene 350 butacas, tiene sonido dolby 7.1 y una pantalla gigante de 230 m2, la sala Platinum tiene butacas eléctricas, reclinables con mesas para poner comida o bebida mientras esta la película, según Nicolás está pensado para gente que quiere más comodidad, mayor confort, a la hora de ver una película, en esta sala entra menos gente, acá hay 68 buracas solamente. En última instancia del recorrido van a conocer la sala 4D, *“esta sala tiene la ventaja de que podes usar los lentes para ver 3D pero además en sus butacas contamos con un montón de efectos especiales”* en esta las butacas se mueven y hay dispositivos en ellas que simulan diferente sensaciones, como es recibir viento o aire en el rostro, aromas variados, etc.

³¹ [La nota televisiva está disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=QnOaahvzom4>]

En última instancia le muestra la sala de proyecciones, y le explica la ventaja de contar con un proyector de última tecnología, durante toda la nota los pochoclos siguen en la mano, cuando se despiden el niño lo saluda y le pregunta: ¿o sea que ya el viejo cine quedo atrás? Y le responde: si, el viejo cine quedo atrás.

Si bien la mayoría de los complejos multiplex son cine que dan a la calle son salas de neto corte comercial. La particularidad de los cines Multiplex es que pertenecen a la familia Felman: “argentinos dedicados al cine desde hace cincuenta años y se enorgullecen de prestar calidad y calidez a la hora de la atención al público. Son ellos quienes mantienen los únicos cines de la calle Lavalle en Capital Federal”.³²

Podemos pensar en este segmento de un programa infantil y ver de qué manera la penetración cultural genera cambios de hábitos de consumo, en todo momento el consumo es incentivado desde la experiencia meramente de entretenimiento, incluso el detalle que a medida que la sala va incorporando mayor tecnología hay una menor cantidad de butacas, si bien va en contra de la lógica de rentabilidad porque el precio de las entradas aumenta, paradójicamente se estimula el individualismo contra la experiencia compartida (que estaría simbolizada en el cine debate o en las charlas de intervalos en cine viejo cine).

Muchas veces estas propuestas de consumo van en contra de lo que Dênis De Moraes denomina sentido de pertenencia: “Los sentidos de pertenencia son desarraigados, de la lealtad nacional y delineados por centros gestores de consumo” (De Moraes, 2007: 29). El producto que ofertan carece de sentido al verse afectado como un mero producto de la mercadotecnia. Desde la lógica comercial la tecnología sirve en tanto y en cuanto haya un mercado para generar ganancias, es una lógica que asocia lo instrumental a lo económico, en el caso de la nota que salió en el programa mencionado se ve claramente, la apelación a la tecnología como paradigma de consumo; cuanto más real es la experiencia garantizada por la tecnología, más cerca estoy del goce, siempre con un paquete de pochoclo en la mano.

Como dice Eduardo Vicer la tecnología es una construcción social, una manifestación de la cultura a través de sus modos de uso y apropiación. En esta nueva “cultura tecnológica” la legitimación está dada por los usos, por el contexto social y por sus consecuencias. (Vicer, 2007). Hay una propuesta de consumo que va de la mano de

³² [Nota gráfica disponible en: <http://radiomaspilar.com.ar/site/?p=4234>]

prácticas sociales que estimulan el aislamiento (tv por cable, computadoras domesticas, redes sociales), el cine comercial mantiene esta lógica, se valora la experiencia tecnológica apelando a lo individual meramente, de esa manera el uso deja de ser colectivo.

Pero también se plantean otros problemas en torno a la tecnología y sus modos de uso, en una carrera hacia la tecnologización que marca diferencias sustanciales entre los que poseen el poder económico y de los que no lo poseen. En la actualidad vimos que espacios INCAA se ofrece como una alternativa de cine diferente a la propuesta por las grandes cadenas comerciales, son salas que proponen otro modo de ir al cine, pero se encuentran con dificultades, económicas, porque generalmente tienen presencia donde no llega el mercado, para preservar valores propios de la cultura como son la tradición y la identidad.

Estos espacios que son 77 hasta nuestros días y que de ellos 63 están operativos, de los cuales 50 poseen tecnología DCP que es la tecnología de proyección digital mas reciente y moderna, del otro lado el cine comercial con butacas eléctricas que garantizan una experiencia real, con efectos especiales.³³ El desafío es cómo afrontar esas desigualdades que plantea la lógica del capital, en cuanto a las innovaciones tecnológicas y sus usos y apropiaciones desiguales.

Bauman define como “relaciones liquidas” a las manifestaciones de un mundo en constante crisis, perdida de los valores en los cuales se cimiento la modernidad, la familia, el barrio, la seguridad y un futuro laboral claro y seguro. De manera paradójica los lazos sociales tienden a diluirse y la libertad de los individuos esta desde la mercadotecnia asociado al mero consumo de productos.

El problema en lo que respecta los modos de apropiación y usos sociales del cine, es cuando queda sometido a la lógica de mercado, cuando la película pasa a ser un pretexto para vender pochoclo, ahí estamos ante un problema grave en el campo de la cultura y la comunicación. Nos situamos frente a una zona de conflicto: el mercado con su lógica de rentabilidad, sus estrategias de venta, y mientras que una gran parte de la sociedad no tiene acceso al cine, (como tampoco tiene acceso a servicios elementales), ahí es donde tiene que estar presente el Estado, hacia esos sectores debe extender su mano, no “politizando”, ni generando “clientelismo”, sino generando soluciones estructurales; desde el campo de la

³³ [En el anexo ver mapa comparativo entre cine comercial y espacios INCAA]

cultura, promoviendo desde los espacios públicos un vínculo con las raíces, las tradiciones y la identidad nacional:

Al mismo tiempo afrontamos una perversión del sentido de las demandas socioculturales que encuentran de algún modo expresión en los medios, mediante la cual se deslegitima cualquier cuestionamiento de un orden social al que solo el mercado y las tecnologías, permitirían darse forma. Esta concepción hegemónica nos sumerge en una creciente oleada de fatalismo tecnológico frente al cual resulta más necesario que nunca mantener la epistemología y políticamente estratégica tensión entre las mediaciones históricas que dotan de sentido y alcance social a los medios y el papel de mediadores que estos desempeñan. Sin ese mínimo de distancia...nos es imposible el pensamiento crítico. (Barbero J. M., 2007: 73).

Otra característica que posee el cine comercial es su alto grado de exclusión social (tanto por el costo de la entrada como por la ubicación geográfica donde se encuentra), “la gran mayoría de las ciudades medianas y chicas del país fueron cerrando sus salas-no conformaban un negocio económico seguro para los empresarios transnacionales o locales-quedando los habitantes excluidos del derecho de acceder al cine.” (Tortorola, 2009: 200).

A esto hay que agregarle que generalmente los centros comerciales se encuentran en los grandes centros urbanos quedando las zonas de la periferia relegadas por su falta de poder adquisitivo. Es una realidad que debe preocupar al cine argentino como industria cultural, el problema de la accesibilidad, ya que fueron las clases populares medias y bajas las que hicieron muy fuerte a esta industria durante los primeros años de su existencia, todo ese público que colmaba las salas y permitía desarrollar una pujante industria.

Es así que la multiplicación de los cines comerciales ubicados en los centros de consumo como es el Shopping, significa la reducción del cine a un lugar concomitante, provocando y exponiendo al cine a una degradación de lo que es como espacio público y social. Este rasgo de los multicines comerciales estimula la ausencia de las clases populares que fueron el público que hizo grande al cine como medio masivo:

Debemos señalar la reconfiguración del espacio exhibidor, suscitada a finales de la década del noventa, la cual representa acabadamente, dentro

de esta industria, los procesos de concentración y extranjerización(...)representa el destierro de las clase populares del cine y viceversa, es decir, el fin de este ultimo como ámbito de espectáculos sociales masivos”. (Tortterola, 2009: 198).

Frente a este avance hegemónico del cine comercial el Estado a través del INCAA genera nuevas alternativas, con precios más populares y con actividades que fomentan entre los usuarios una manera activa de participación, en contra de la idea de reducir al cine como mero entretenimiento; el ejemplo del “cine va a la escuela” o “ciclos de cine debate” que son impulsados por esta institución, con el fin de incentivar una cultura de ir al cine.

Estas distorsiones generadas por el mercado, provoca que los lugares donde no hay rentabilidad, no haya sala de cine, la gran mayoría de ciudades medianas y chicas (muchos pueblos del interior) no representan un negocio seguro para los modelos transnacionales de cine comercial, por lo tanto una amplia porción de territorio queda sin cine y con ello los habitantes excluidos al derecho de acceder y ver cine:

Actualmente, 4 de cada 10 departamentos del país cuya población va de los 50 a 120 mil habitantes no cuentan con salas de cine. Incluso localidades mayores (entre 120 y 250 mil habitantes), 3 de cada 10 localidades tampoco poseen estos espacios. (Tortterola, 2009: 200).

Conclusiones

Según lo desarrollado en este trabajo, en relación a los modos de apropiación y usos sociales del cine, se destaca un primer momento que va desde los orígenes de esta actividad en nuestro país 1896 hasta 1950 que es el período donde se consolida como industria y ocupa el cine en un lugar de hegemonía como medio de cultura y comunicación, en una sociedad de masas que se gestó como consecuencia de procesos migratorios internos y externos. Así caracteriza el historiador Luis Romero a esta época: “La aspiración al ascenso individual y la reforma social fue sólo un aspecto de esta nueva cultura que caracterizaba a estos sectores populares, entre trabajadores y medios”. (Romero, 2012: 184).

Esta nueva sociedad heterogénea se convirtió en el nuevo público que haría que el cine se convierta en un verdadero fenómeno de comunicación, cultura popular y masiva, en esta primera etapa el cine se vio en un crecimiento sostenido por el consumo de esa nueva masa social. El cine fue en este comienzo, un medio que supo representar las necesidades y las nuevas demandas sociales y fue mediador entre esas demandas y el Estado. Los sectores populares concentrados en las grandes ciudades con aspiraciones al ascenso individual y mejoras en cuanto a su nivel de vida se hicieron ávidos a esta práctica. El cine mudo hasta 1929 se convirtió en una fuerte atracción para las clase populares y pronto se convertiría en un medio fundamental en la cultura popular que se estaba gestando con la llegada de la sonoridad.

En los grandes centros urbanos, en las ciudades y pueblos del interior las salas de cines se multiplicaron, así fue que cada barrio, cada ciudad y cada pueblo del interior contaba con un cine o más y esta práctica social de ir al cine se convirtió en un hábito de consumo. En el caso particular de Bolívar vimos como desde principios de siglo el cine se convierte en un espectáculo que nuclea a la ciudad como parte del entretenimiento de sus ciudadanos.

En Argentina una sociedad en expansión que exigía nuevas demandas sociales como mejoras en calidad de vida, vio en el cine la representación de esa cultura nueva. A partir de 1930 hacia fines de los años cincuenta el cine goza de una vida plena y en crecimiento,

junto con la radio y la prensa escrita, en este período el autor Martín Jesús Barbero sostiene:

Tanto la eficacia como el sentido social de los medios hay que buscarlos más que del lado de su organización industrial y sus contenidos ideológicos, en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos y de sí misma hicieron las masas populares” (Barbero, 1987: 178).

Desde la perspectiva de Martín Jesús Barbero el cine fue mediador entre esas demandas sociales y el Estado, represento a través de sus narraciones la conflictividad clases populares. Según el autor el papel decisivo que desarrolló el cine fue en la capacidad de ser vocero de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y en nación. Así desde sus dramatizaciones el cine representaba ese nuevo mundo y esas nuevas demandas sociales:

El acelerado desarrollo del cine en el siglo XX ha coincidido con una exacerbación del problema de la afirmación y la disputa por las identidades Culturales, dentro de complejos procesos políticos y sociales; Fenómeno que se relaciona, en sentido más amplio, con la vieja cuestión de la construcción de la identidad a partir de la oposición yo/otro” (Goyeneche-Gómez, 2012: 389).

En el año 1951 abre sus puertas el cine Avenida de la ciudad de Bolívar en la provincia de Buenos Aires, caso que hemos desarrollado en este trabajo para ver cómo fue este vínculo del cine con su público durante este período que va desde los años cincuenta hasta los noventa. Hasta los años cincuenta el cine junto con la radio y la prensa escrita eran medios hegemónicos, a fines de los años cincuenta aparece la televisión como nueva tecnología que competiría fuertemente como medio audiovisual con el cine hasta nuestros días.

El cine en Bolívar era único entretenimiento desde su surgimiento y el escaso acceso a las nuevas tecnologías en las ciudades del interior lo convirtieron en único medio de comunicación masiva. A través del cine llegaban a Bolívar las noticias de lo que pasaba en resto del país, se convirtió así el cine como un medio informativo, y a la vez educativo y de entretenimiento. Las clases populares, urbanas y rurales hicieron del cine Avenida un lugar

de culto, transformándolo en símbolo de la ciudad, como ámbito de sociabilidad, icono fundamental de la identidad bolivarenses.

Esta característica del cine como un uso de entretenimiento y de sociabilidad es la que más reflejan las entrevistas realizadas a los actores sociales en el documental analizado. Tanto los mayores que vivieron el arranque del cine en los años cincuenta como los adultos más jóvenes que recuerda el cine y en sus últimos años hacen referencia a las salidas con amigos, un lugar de encuentro social, un espacio para el encuentro con los otros, un verdadero lugar de sociabilización. De este modo el cine se convirtió en el lugar donde se gestaron amistades, noviazgos y anécdotas que daban identidad a diferentes actores sociales. También refieren que el cine integraba a distintos sectores sociales, medios y populares, urbanos y rurales. El cine como un lugar de encuentro es lo que los más mayores rescatan de su vivencia en esta primera etapa de su experiencia en el Avenida.

A pesar de contar con estrenos atrasados o no tener buena calidad sus proyecciones porque las grandes distribuidoras relegaban a las localidades del interior, el cine se erigió como patrimonio cultural de la ciudad, convirtiéndose en un icono de la cultura popular y social de Bolívar. De esta manera el cine Avenida se convirtió por su arquitectura en icono de la ciudad, lugar de referencia de una modernidad que llegaba a la ciudad.

Del mismo modo que los cines barriales se convirtieron en un rasgo característico de la cultura barrial y de su paisaje urbano, otorgando identidad y distinción, el cine Avenida fue el orgullo de los ciudadanos de Bolívar, que pasaban sus tardes de ocio en compañía de amigos, familia, novios mirando películas en el cine. De esta manera el cine Avenida se fue convirtiendo en patrimonio cultural de la ciudad, un lugar valorado y reconocido por sus ciudadanos, un símbolo de orgullo y pertenencia. También el cine atraía gente de pueblos y ciudades vecinas originando actividades económicas diferentes como la gastronomía que se beneficiaba con la afluencia del público, era frecuente salir del cine y comer algo para comentar la película.

En este período que va del año 1951 hasta finales de los noventa el cine en Bolívar se constituyó como una actividad comercial de tipo privado, Manuel Otero compró el terreno y construyó el cine para su explotación comercial, era una empresa de tipo familiar donde trabajaban, hijos, sobrinos y nietos de don Manuel; también tenía empleados que no eran familiares, proyectoristas, acomodadores, boleteros.

Pese a este carácter comercial del cine como empresa privada, la sociedad de Bolívar se apropió de este bien social, como hecho cultural, convirtiéndolo desde su arquitectura y desde su valoración simbólica como un icono referente de la ciudad, haciendo de práctica de ir al cine un ritual, así describe los primeros años del cine y su impacto social Giles Lipovetsky:

La pantalla no es solo un invento técnico integrado en el séptimo arte: [i] es ese espacio mágico en el que se proyectan los deseos y los sueños de la inmensa mayoría. Nacido el cine a finales del siglo XIX, el siglo siguiente encontró en él el arte que mejor lo expresaba y con el que mejor se identificó.” (Lipovetsky/ Serroy, 2012: 9-28).

También los ciudadanos de Bolívar le otorgaron un lugar primordial como arte y práctica cultural durante casi toda la segunda mitad del siglo XX, pero en los ochenta y sobre todo en los noventa, esta relación entre público y cine se vio alterada, tanto a nivel nacional como en el caso particular de Bolívar.

En la década de los ochenta y noventa una serie de cambios políticos, económicos y sociales atacan fuertemente contra la cultura de ir al cine, generando uno de los períodos más críticos del medio en nuestro país, con consecuencia que son notorias en nuestros días. Durante ese período cantidades de salas cerraron sus puertas en Argentina como vimos a lo largo de este trabajo, y se gestó una crisis de la cual todavía hay consecuencias. El neoliberalismo de los noventa propuso un nuevo paradigma de consumo individualista, recluyendo al público de cine a sus hogares y dejando miles de salas vacías a lo largo de nuestro territorio así Ana Wortman hace referencia a esta época:

La vida cotidiana de los argentinos se constituyó en torno al placer individual estimulado a través de lo que Bauman denomina y que -la Argentina absorbió plenamente- la estética del consumo. Desde la televisión, así como también en el modo como 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. (Wortman, 2004: 8).

En el caso particular de Bolívar esta crisis, se vio reflejada en el volumen de entradas vendidas, había funciones que había solamente tres o cuatro personas, de esta manera el

cine comercial es inviable, pese a la resistencia de su dueño Raúl Otero (hijo de Manuel) a cerrar la sala, a fines de los noventa el cine cierra definitivamente sus puertas.

El caso del cine Avenida es importante analizarlo porque es el caso de miles de salas del interior del país que sufrieron este proceso, quedando zonas enteras del territorio nacional sin tener un cine cercano: “Cerca de trece millones de personas carecen de un cine en su localidad” (Tortorola, 2009: 200).

En dicha ciudad el cine cerrado generaba en su población, sobre todos los que habían participado de la experiencia de ir a ese cine, un sentimiento de vacío, de pérdida, una historia inconclusa, el cine representaba los valores sociales y culturales que había cimentado el proyecto moderno y que se confundían con su fachada deteriorada y abandonada por el paso del tiempo; a su vez los mas chicos, la población entre diez y doce años en su mayoría, no había ido al cine porque el más cercano se encontraba en Olavarría a cien kilometro de distancia, un testimonio que da cuenta de esto es el de César conductor de televisión y ciudadano de Bolívar: *“Como bolivarense lo pienso por todos los chicos que nunca pudieron ver una película acá en Bolívar, hay chicos que nunca vieron una película en un cine, van a tener la posibilidad de ver una película en una pantalla grande con un sonido adecuado y en un lugar que es un cine, con todo lo que implica eso, ellos todavía no se lo imaginan, nosotros los más grandes hemos visto cine, los chiquitos no, y hay mucha gente acá en Bolívar que no vio nunca cine, por eso uno está contento por uno que conoció el viejo cine y nos gusta ir al cine, pero también por todos esos chicos de entre 5 a 15 o más años que no fueron nunca a un cine”*.

Llegamos aquí al último período de análisis, que comprende el 2012 hasta el presente, que es el proceso por el cual el cine de Bolívar fue recuperado, hoy ya no es una empresa privada, es una sala municipal que recibe el aporte del INCAA en cuanto a equipamiento tecnológico y como contraprestación el INCA se garantiza una determinada cantidad de pantalla para exhibir cine nacional.

El cine Avenida hoy tiene un museo que cuenta como fue la historia de cine y mantiene elementos que desde su arquitectura lo identifican con su pasado, manteniendo su fachada al estilo de sus orígenes. Es un cine que es parte de los grandes iconos de la ciudad, desde su proyecto de restauración el objetivo fue mantener el edificio como era antes, por

considerarlo como un valor patrimonial y arquitectónico relevante para la ciudad y sus ciudadanos, por lo tanto fue restaurando manteniendo sus características distintivas.

El uso principal del cine en sus primeros años era exclusivamente para ir a ver películas, más allá del alto grado de socialización que significó; sin embargo hoy el cine como sala municipal es un espacio donde se desarrollan diversas actividades culturales, si bien el consumo de películas sigue siendo su principal actividad, también cuenta con un museo en su interior y el desarrollo de ciclos de cine debate, donde se proyecta un film para luego desarrollar una crítica y una puesta en común de lo que se vio, también hay actividades pedagógicas con escuelas de la zona (que surge como un proyecto del INCAA) donde los chicos ven la película en el cine y se llevan un cuadernillo con ejes temáticos, para hablar en clase sobre la película que vieron. Esta actividad articula cultura y educación y es con el objetivo de generar una cultura de cine y sostener públicos, también brindar herramientas para una mirada crítica de las películas.

En su etapa comercial el cine Avenida proponía un uso social de entretenimiento, también iban al cine a informarse (por ser junto a la radio medios exclusivos y hegemónicos) y a hacer sociales con los vecinos y amigos. Hoy el cine como sala municipal ya no cuenta con mil doscientas butacas, que simbolizaban el cine de masas, en estos días el cine cuenta con doscientas cincuenta y seis butacas, la sala está en el primer piso donde antes era pulman, en la planta baja hay una salón destinado a que los ciudadanos de Bolívar lo usen para realizar cualquier manifestación cultural, teatro, conciertos, exposiciones, etc, funciona como un espacio para la cultura: *“por un lado la planta baja va a tener vida por sí sola, va a ser un espacio muy utilizado por los artistas locales, actores, músicos, pintores y hombres de la cultura local, va a ser una sala de exposición, va a ser un ámbito muy utilizado por las instituciones que lo requieran y por toda la comunidad, porque va a ser un cine de puertas abiertas a los ciudadanos, en cuanto al cine puntualmente vamos a hacer un convenio con el INCAA para que las películas del cine nacional que sean estrenadas en Buenos Aires se estrenen en tiempo y forma en Bolívar”*³⁴

Si bien la proyección de película sigue siendo la principal actividad hay una serie de prácticas sociales y culturales que se desarrollan en su interior que son propias de esta

³⁴ [Conferencia de prensa brindada por el intendente Eduardo Bucca diciembre del 2012 antes de iniciar las obras de remodelación de la sala disponible en anexo.]

etapa. Incluso un ciclo de cine debate que hubo en Bolívar en los años setenta, era por fuera del cine comercial, Los actores sociales que protagonizaron ese ciclo lo hicieron en una biblioteca. Hoy al ser una sala municipal y espacio INCAA estas actividades están incluidas en su interior como cine y como espacio cultural.

Como vimos en este trabajo este tipo de salas conserva los rasgos identitarios que la vincularon históricamente con la ciudad, como símbolo y patrimonio cultural, diferente al cine del shopping que niega la calle urbana, está en el interior de lo que Bauman denomina palacios del consumo. El cine comercial del shopping plantea un paradigma de consumo muy diferente al cine como espacio INCAA, el cine en el shopping niega el pasado, es un cine que propone un uso meramente consumista, y con rasgos individualista, si bien el consumo de películas en el cine es un acto individual y colectivo como señala Deleuze, en la nota del programa infantil que hemos observado, el gerente de marketing (analizado en el cuarto capítulo) mostraba la sala y hacía referencia a la experiencia individual del goce de las últimas tecnologías para la disfrute del cine, refería a la comodidad de las butacas eléctricas y reclinables, los efectos especiales en la sala Premium 4d, etc, reduciendo al cine a una experiencia individual.

Muy por el contrario los espacios INCAA proponen un uso del cine con elementos residuales del cine tradicional de la cultura de masas, también proponen a través de su consumo la configuración de un pensamiento crítico como un modo de uso, y tratan de garantizar pantalla para el cine nacional, tratando de tener una oferta flexible de películas para garantizar la captura de públicos diversos y aprovechar la sala para diferentes expresiones culturales: “Los espacios INCAA, son sitios donde pueden convivir el cine, el teatro y distintos talleres culturales” (Maggio, 2014: 86).

Los espacios INCAA no niegan el pasado, ejemplo de ello es el museo que hay en el cine Avenida, donde los más chicos pueden conocer como fue el cine que vivieron sus abuelos, la historia de la ciudad está en el cine. Los directivos de estas salas sostienen la necesidad de crear espacios donde la cultura sea usada para integrar a las personas hacia la comunidad, brindando la posibilidad a niños y jóvenes de encontrar un lugar donde aprender y expresarse culturalmente, alejándose de los criterios de rentabilidad pura que sostiene al cine comercial y hegemónico.

Estas salas son espacios de resistencia contra el avance de cine comercial, también hay elementos residuales de nuestra cultura que se niegan a perderse, buscan encontrarse con la historia, con las raíces, pero mirando al futuro, encontrándose con las dificultades que plantea proponer otro tipo de consumo frente al poder económico de las salas comerciales. Hoy también las salas exhibidoras están asociadas a las distribuidoras, generalmente en ambos casos de capitales foráneos, planteando muchas dificultades competitivas para estos espacios, que puede ser materia de análisis de futuras investigaciones; cómo conviven los espacios INCAA en esta situación desproporcionada competitiva.

A modo de conclusión final se desprende de este trabajo, que es muy importante la recuperación de una sala de cine para una comunidad, como lo es para Bolívar, porque es recuperar la historia para proyectar un presente y un futuro, en una lucha planteada en el terreno de la cultura, Esteban Ierardo en una nota publicada en el diario La Nación sostiene que:

Para que el ciudadano común asuma un compromiso político es crucial que se esfuerce en afianzar su identidad nacional, algo que se logra por dos vías básicas: conociendo la historia del país y llevando a cabo una refundación simbólica de la ciudad a la que pertenece la cual se consigue compenetrándose con los símbolos y leyendas urbanas, recorriendo las calles y lugares propios con conciencia histórica (Ierardo, 2006).

El Estado debe seguir trabajando en el campo cultural con el afán de garantizar el derecho a mantener nuestra identidad colectiva y nuestro vínculo con la historia y como medio de comunicación el cine forma parte de nuestra rica cultura popular y de nuestro pasado, conservarlo es una tarea de Estado.

Como refiere Giles Lipovetsky y Jean Serroy: “hoy más que nunca hay que poner sobre la mesa el problema del género cine, el problema de la inconcreta identidad del cine” (Lipovetsky/Serroy, 2012: 9-28), hay que definir que parámetros de cine queremos desde el Estado, para generar y articular el cine como una práctica inclusiva y social. La crisis profunda de los años ochenta y noventa, que culmina con el neoliberalismo y la desregulación en materia de cultura, generó como consecuencia el cierre de muchísimas salas del interior del país, dejando a muchos pueblos y ciudades del interior sin el derecho

de ver cine (porque es un hecho de la cultura y es patrimonio de los ciudadanos) este problema se arrastra hasta nuestros días siendo un importante punto de análisis para futuras investigaciones científicas la accesibilidad al cine y articular un trabajo audiovisual que se desprenda de esa investigación en formato documental. Pueblos y ciudades sin cine: problemas en el campo de la cultura y la comunicación.

Queda planteado en nuestro presente, en nuestras sociedades, en Latinoamérica, caracterizadas por la desigual apropiación de todo tipo de bienes, y en cuanto a la cultura, la brecha sigue siendo grande, pensar en nuestros días prácticas sociales que sean prácticas alternativas al modelo comercial y hegemónico del mercado en el campo de la comunicación y la cultura, que se direccionen hacia una democratización de los modos de apropiación y usos sociales de los bienes culturales: “Asumir como tarea propia, estructural, y estratégica, hoy más que nunca, formular y diseñar proyectos sociales, así como pensar alternativas al modelo hegemónico del mercado y de la comunicación” (Barbero, 2007: 74). Para poder saldar la deuda social que tienen nuestras democracias en América Latina.

BIBLIOGRAFIA

Aprea, G. (2009). "El fin de los medios masivos, el comienzo de un debate". (en Carlon, M./Scolari, C. edit.). *Las muertes del cine*. Buenos Aires.: La cruz de ediciones.

Arancibia, P. "La otra televisión", *Clarín digital*, (viernes 27 de setiembre de 1996). Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/96/09/27/cables.htm>

Augé, M. (2007). "Sociedad Mediatizada" (En D. De Moraes coord.). *Sobremodernidad: del mundo tecnológico de hoy al desafío esencial del mañana*. Barcelona: Gedisa S.A.

Barbero, J. M. (1987). "De los medios a las mediaciones, comunicación cultura y hegemonía". Barcelona : Gustavo Gili S.A.

Barbero, J. M. (2007). "Sociedad Mediatizada" (En D. De Moraes coord.). *Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. Barcelona: Gedisa S.A.

Barbero, M. J. (1987). "De los medios a las mediaciones". *Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bauman, Z. (2009). "Modernidad Líquida". Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Benjamin, W. (2012). "la obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica". Buenos Aires: Ediciones Godot.

Canclini, N. G. (1989). "Cultura Híbrida, estrategias para entrar y salir de la modernidad". MEXICO DF: Grijalbo.

Delleuze, G. (2012). *La imagen tiempo. Estudios sobre cine 2*. Buenos Aires: Paidós.

De Moraes, D. (2007). Sociedad mediatizada (En D. De Moraes coord.) *La tiranía de lo fugaz: mercantilización cultural y saturación mediática*. Barcelona : Gedisa S.A.

Durkheim, É. (1997). *las reglas del método sociológico* . Mexico DF: Fondo de cultura económica.

Ferro, M. (2008). "El cine, Una visión de la historia". Madrid-España: Ediciones Akal, S. A.

Getino, O. (1998). "Cine argentino (entre lo posible y lo deseable)". Buenos Aires.

Getino, O. (2008). *"El capital de la cultura: las industrias culturales en la Argentina"*. Ediciones Ciccus.

González, L. "Cine y geografía. Hacia un estado del arte con énfasis en la Argentina" *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9796. Depósito Legal: B. 21.742-98 Vol. XVIII, nº 1054, 25 de diciembre de 2013

González, L. (2015). "Exhibición y consumo de cine en la Argentina (1980-2013). La reconfiguración del espectáculo cinematográfico en cifras". *Revista Versión*, nro. 36, septiembre -octubre de 2015, pp 76-88, México.

Goyeneche-Gómez. (2012). Las relaciones entre cine, cultura e historia: una perspectiva de investigación audiovisual. *Palabra Clave*, 15(3), 387-414. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v15n3/v15n3a03.pdf>

Ierardo, E. "La democracia es una promesa que siempre se posterga", *La Nación* , (18 de noviembre de 2006). Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/859802-la-democracia-es-una-promesa-que-siempre-se-posterga>

Lipovetsky- Serroy. (2012). "La nueva era del cine" del texto *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

Levis, D. (2007). "Influencia social, comienzo del cine en la Argentina". Buenos Aires.

Maggio, M. V. (2014) *"Cines Recuperados: obstáculos y posibilidades de los espacios culturales en la Ciudad"*, Tesina de grado para ciencias de la comunicación, UBA. Buenos aires.

Maniglier- Zabunyan (2012). *"Foucault va al cine"*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Rivera, J. B. (1994). *"Postales electrónicas (ensayo sobre medios,cultura y sociedad)"*. Buenos Aires: Atuel.

Romero, L. A. (2012). *"Breve historia contemporánea de la Argentina 1916-2010"*. Mexico D.F. fondo de cultura económica.

Sanchez Rodriguez, R. (2015). *"El mercado de cine en Argentina"*. Buenos Aires: Oficina económica y comercial de la embajada de España en Buenos Aires. Disponible en: http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_argentina_noviembre_2015_icex.pdf

Sirven, P. (2010). "*Breve historia del espectaculo en Argentina*".(Vol. 1ra edición). Buenos Aires: El Ateneo.

Sunkel, G. (2004). "*El consumo cultural en la investigacion en comunicaciones en America Latina*". Buenos Aires: Contornos.

Torterola, E. (2009). " Una decada de cine argentino (1995-2005) industria, critica, formacion, esteticas".(En Amatriain I. coord.) *El nuevo cine argentino en la encrucijada actual. Desequilibrios y desafios de la historia cinematografica nacional*". Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Verón, E. (2001). "*El cuerpo de las imágenes*". Buenos Aires: Grupo editorial Norma.

Williams, R. (2000). "*Marxismo y literatura*". Barcelona. Ediciones Peninsula.

Wortman, A. (2009). "*Consumo de cine en Argentina*" ¿es posible reinventar los imaginarios nacionales? en Indicadores culturales 2008. Cuadernos de Políticas culturales. EDUNTREF, Buenos Aires.

Wortman, A. (2013). Imaginarios argentinos en la era de la globalizacion cultural. Una aproximacion a la cuestion del cine argentino actual. *Produccion y consumos culturales*. ALAS.

Wortman, A. (2004). "Imaginarios en torno a la cultura en la sociedad postneoliberal". Entre la globalización y la resistencia cultural. *VI Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales.UBA, Buenos Aires.

Wortman- Bayardo. (2012). "*Consumos culturales en america latina balances y desafios*". Buenos Aires: Alteridades.

ANEXO

DOCUMENTO FOTOGRAFICO



El cine avenida en los años 50.



Manuel Otero dueño del cine Select y del cine Avenida.



Donato Genovese 1er proyectorista del cine Avenida, año 1958.

CINE AVENIDA
 Empresa Manuel Otero B. E. 293

Jueves 12 de Abril de 1951
21.15 HORAS
INAUGURACION OFICIAL

Al presentar nuestra nueva sala, cumplenos dejar constancia de nuestro agradecimiento al gentil público de Bolívar que, con su apoyo y simpatía, hacia esta empresa a través de 35 años, ha hecho posible esta magnífica obra que con orgullo sumamos al adelanto de nuestra pujante ciudad, poniéndola al servicio del arte del espectáculo y de la comodidad del espectador.

El Cine AVENIDA, ha sido doctado de todos los últimos adelantos en vigencia, para esta rama del arte ciencia, con equipos de sonido y proyección, especialmente proyectados y adaptados para la sala, construidos por la R. C. A Victor Argentina. Asimismo nos cabe el honor de presentar en nuestro medio, el primer equipo de "Aire Acondicionado" sistema patentado "MARBRE" que asegura una atmósfera límpida y agradable, por su temperatura estable en cualquier época del año, así como por la pureza del aire ambiente, constantemente renovado, por dispositivos automáticos.

La sala en si, ha sido expresamente estudiada para cumplir los propósitos a que está destinada, equipada con butacas semi-pullman, tanto el patio de platea, como el piso formato quebrado (tipo batea) como la pullman, (también con butacas semi-pullman) con su amplia escalinata, tipo estadio, asegura una linea visual perfecta desde cualquier ángulo, a este fin contribuye en forma expresa, la pantalla gigante super luminosa, que completa el equipo de proyección.

Con lo antedicho dejamos librada al culto público bolivarenc, nuestra nueva sala, esperando seguir mereciendo el honor de su distinguida presencia para dar realce a nuestros espectáculos en cuya selección, pondremos nuestro mas firme empeño.

Hacemos propicia esta oportunidad, para saludar, al público de Bolívar, con nuestra consideración más distinguida.

LA EMPRESA

Gacetilla de prensa por la inauguración del cine Avenida, 12 de abril de 1951.



Cartelera de la primera función en el año 1951.



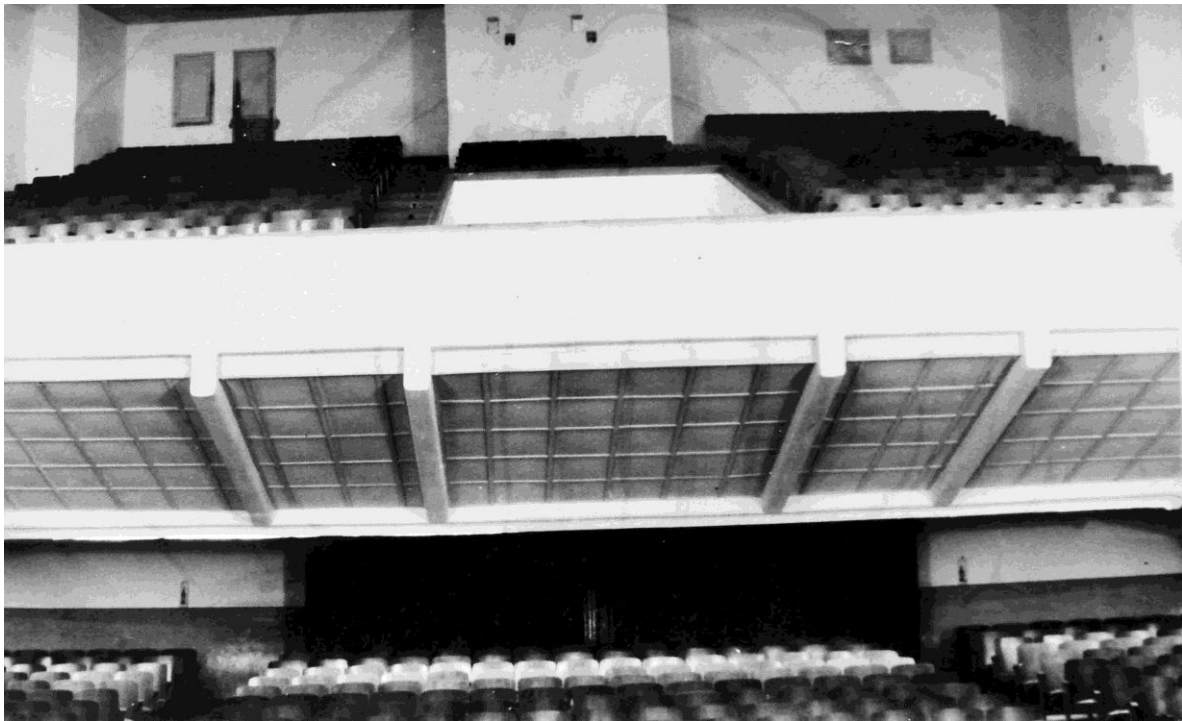
Personal del cine avenida en los años 50.



Personal del cine Select y Avenida principio de los años 60.



Cine Select 1937



Sala del cine Avenida años 50.



Proyector del viejo cine Select.

ANEXO



Fachada del cine Avenida en el período que permaneció cerrado.



El Avenida durante su remodelación año 2012.



El Cine Avenida en 2014.



Foto de la fachada actual con Analía Carbajo gerencia de programación y la visita de actores y directores para un estreno.



Ciclo de cine infantil propuesto por el Avenida como espacio INCAA año 2016.



El mundial 2014 en el cine Avenida

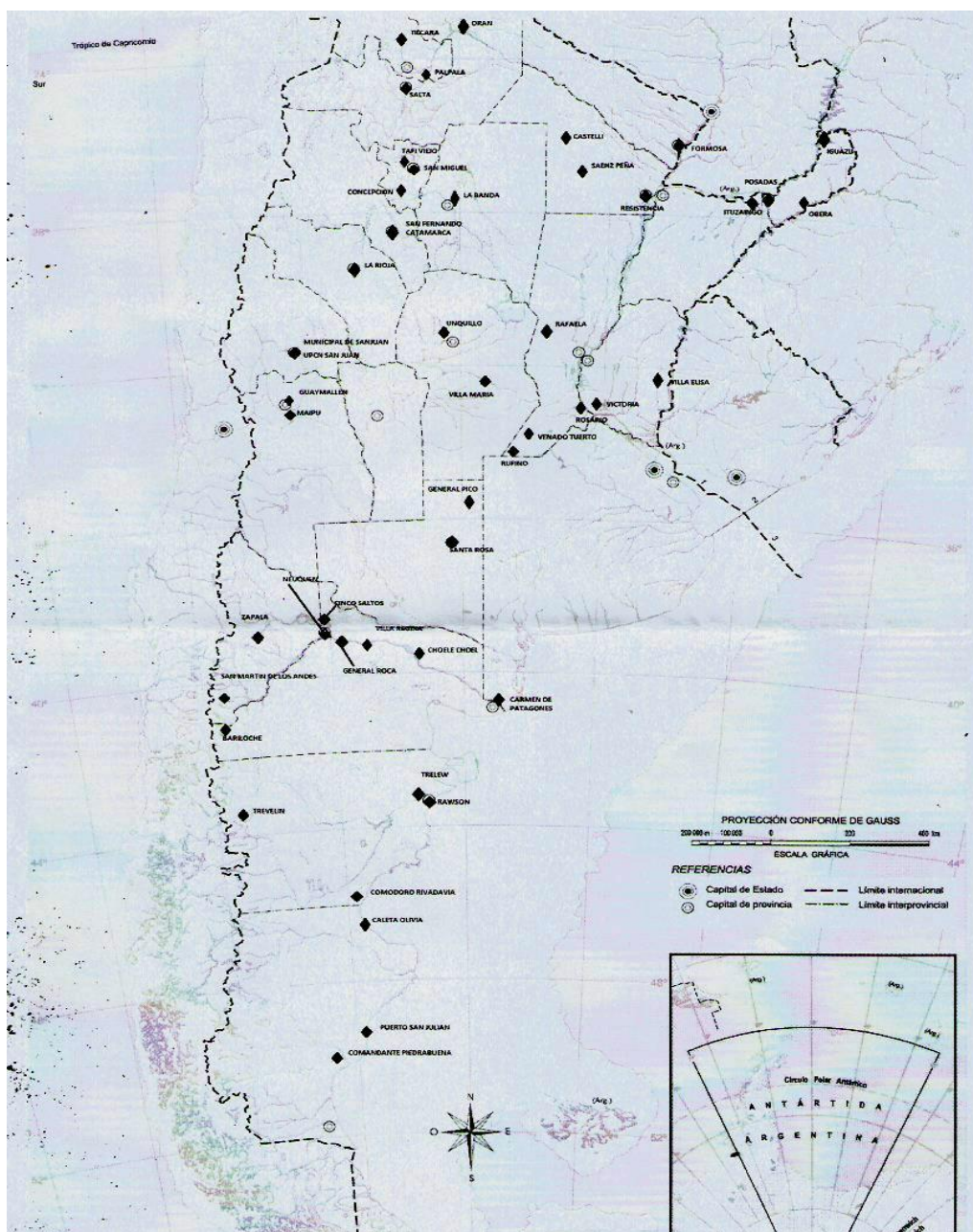


Estreno a sala llena, película "Gilda" Octubre 2016.

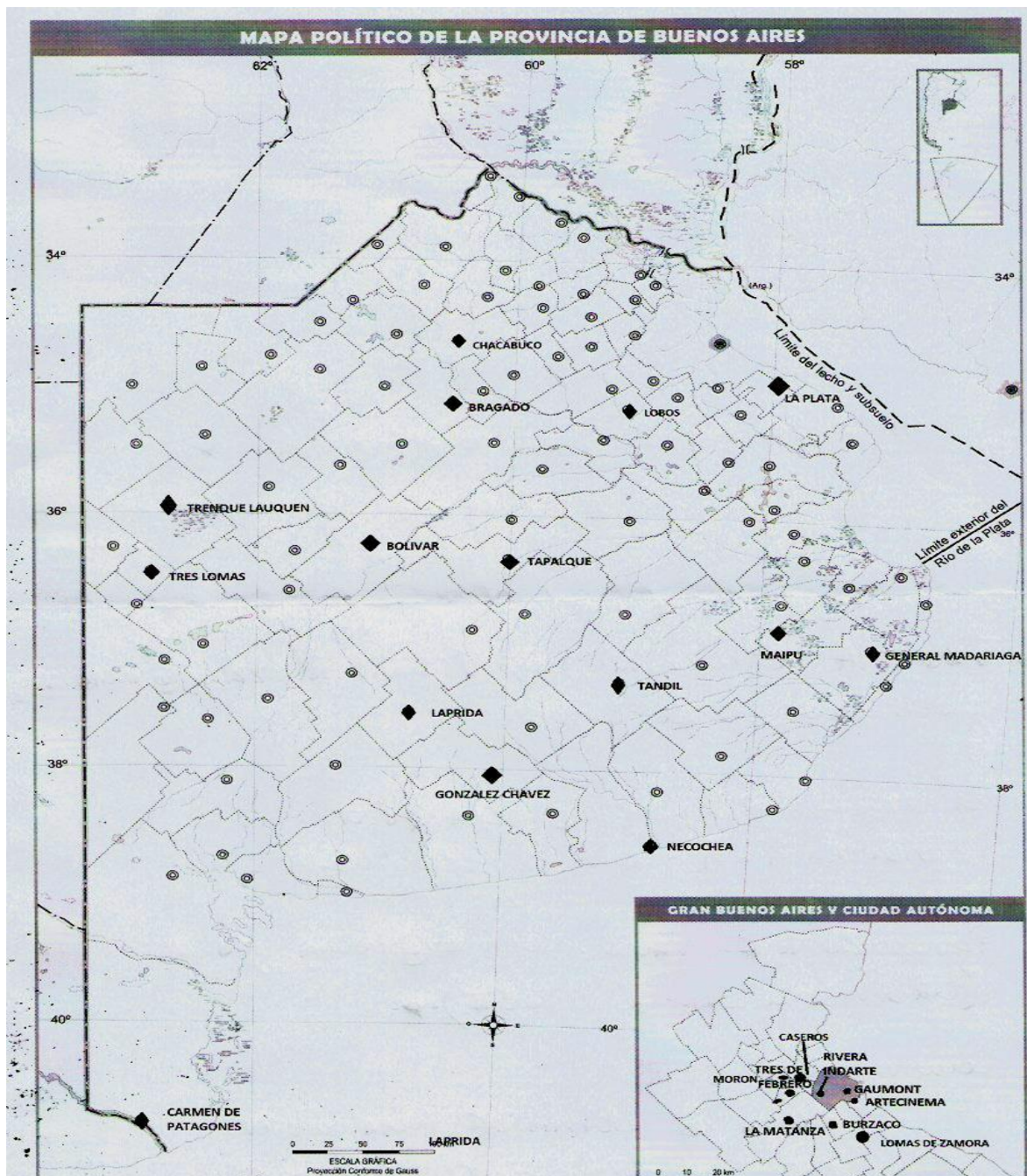


Carlos Poffo, protagonista de un ciclo de cine debate en los años 70 en la ciudad de Bolívar.

MAPAS DE CINES INCAA

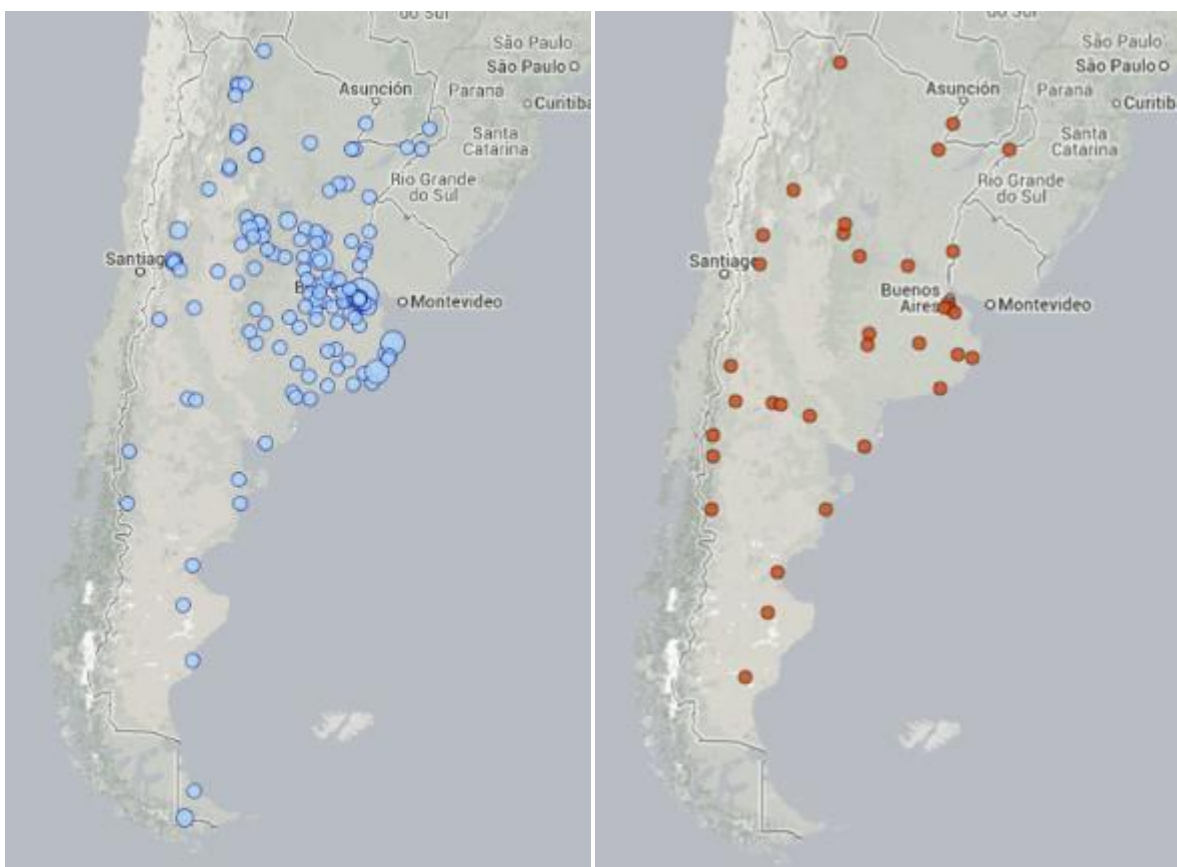


Espacios INCAA a lo largo del territorio Argentino. No incluye Buenos Aires, Octubre de 2016. Fuente oficina de Coordinación de espacios INCAA y Programas Especiales, Gerencia de Exhibición y Medios INCAA.



Espacios INCAA en gran Buenos Aires y CABA, octubre de 2016. Fuente: oficina de Coordinación de espacios INCAA y Programas Especiales, Gerencia de Exhibición y Medios INCAA.

Mapa comparativo de salas INCAA y Salas comerciales:



Figuras 1 y 2. 1. Salas comerciales; 2. Espacios INCAA

Fuente: SInCA. Consultado en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1054.htm>

LEYES Y REGLAMENTACIONES CONSULTADAS

Resolución Nro. 3785/2013: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/220000-224999/224695/norma.htm>

Resolución Nro. 1076/2012: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/198398/norma.htm>

Decreto 1248/2001-Ley Nro. 17741(T.O.2001): <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/69320/texact.htm>

Resolución 888/2008: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/140000-144999/143488/norma.htm>

Decreto 345/2012 – Crease plan para la igualdad cultural:
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/190000-194999/194854/norma.htm>

Programa Espacios INCAA: http://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno15-9-2008-4.htm

ENTREVISTAS

-Analía Carbajo, Gerencia de Contenidos y Programación cine Avenida, Bolívar. Entrevista personal, Buenos Aires. Octubre del 2016.

-Facundo Muñoz, responsable de cifras, Coordinación de espacios INCAA y Programas Especiales, Gerencia de Exhibición y Medios INCAA. Entrevista personal, Buenos Aires Octubre del 2016.

-Miguel Ángel Gargiulo, sociólogo y ciudadano de Bolívar, Entrevista personal, Buenos Aires Septiembre del 2016.

- Carlos Poffo, protagonista de ciclo de cine debate en Bolívar en los años 70. Entrevista personal, Buenos Aires, Octubre 2016.

-Eduardo Blanco, actor, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Rodolfo Rani, actor, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Luis Brandoni, actor, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Eduardo Bucca, Intendente de Bolívar, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Raúl Otero, dueño del cine Avenida en su etapa 1951-1999, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Haydee Sproviedo quiosquera del cine Avenida, , entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Érica Morione, arquitecta, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Cesar Pérez, espectador del viejo cien avenida, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Claudia Ramirez, empleada municipal. entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Donato Genovese; primer proyectorista del cine avenida, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

ANEXO

-José Luis Anhelo, acomodador del cine Avenida, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-José Vicente Sproviedo, empleado del cine avenida, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Mariángela Parodi, docente de Bolívar, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Octavio Martinez, último proyectorista del cine avenida, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Odelcia René Volpe, boletera del cine avenida en el año de su inauguración 1951, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

-Roberto Galaz, gastronómico de Bolívar, entrevista realizada para el documental en el mes de octubre del año 2013.

REFERENCIA A MEDIOS AUDIOVISUALES

- El documental de reapertura esta adjunto en el dvd en MP4, octubre de 2013
- Conferencia de prensa del intendente Eduardo Bucca, archivo de video adjunto en DVD. Noviembre del 2012
- Nota infantil, “El universo de Lourdes”: <https://www.youtube.com/watch?v=QnOahvzom4> octubre de 2016.
- Vivo en Argentina: <https://www.youtube.com/watch?v=CE7iIhMM8Jo&t=119s> diciembre de 2013.