

V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata, 2008.

El cine y la sociedad de la información. Una aproximación a las transformaciones del campo cinematográfico argentino durante los años noventa. .

Torre, María.

Cita:

Torre, María (2008). *El cine y la sociedad de la información. Una aproximación a las transformaciones del campo cinematográfico argentino durante los años noventa*. V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-096/196>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/edBm/Udv>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

El cine y la sociedad de la información: una aproximación a las transformaciones del campo cinematográfico argentino durante los años noventa.

María Torre

mariatorre@hotmail.com

IIGG- Conicet

Introducción

Este trabajo nace de una inquietud: en septiembre de 1994, en el marco de un gobierno que profundizó una política de desindustrialización sistemática del país, se promulga una ley de regulación y fomento de la actividad cinematográfica (Ley 24.377) que sirvió como mecanismo para la reactivación del sector. Esta situación aparentemente contradictoria deja de serlo cuando se analiza lo ocurrido en el campo del cine desde el enfoque de la economía política, es decir, atendiendo a las transformaciones globales operadas en el sistema capitalista a partir del salto tecnológico convergente y el lugar estratégico que adquieren las industrias informacionales, tanto en lo que hace a la valorización de capital como a la construcción de hegemonía.

Nos proponemos caracterizar la sociedad de la información y trazar una breve historia económica del cine de Hollywood que nos permita comprender la posición hegemónica que presenta dicha industria en el mercado global. Finalmente abordaremos las transformaciones operadas en el campo cinematográfico argentino atendiendo a los dos puntos anteriores y al *boom* comunicacional que vivió el país durante los años noventa. Este recorrido nos permitirá adquirir una aproximación más clara de los alcances y las limitaciones que posee la actividad cinematográfica argentina en la actualidad.

1- La Sociedad de la Información

El término *sociedad de la información* hace referencia al tipo de organización social que resulta de la centralidad que adquieren las tecnologías de la información en el conjunto de los procesos productivos; es decir, alude a las transformaciones operadas en el sistema capitalista como consecuencia del salto tecnológico vinculado al desarrollo de la microinformática. Dicho salto no se circunscribe a un área específica sino que modifica el conjunto de las relaciones técnicas de producción dando lugar a lo que

Castells denomina *modelo de desarrollo informacional*. Se trata de un modelo que se desenvuelve en el marco de un proceso de reestructuración que hace que las transformaciones, en este caso tecnológicas, se orienten de tal forma de hacer inalterable la operatoria fundamental del modo de producción capitalista, es decir, manteniendo inmutables las relaciones sociales de producción. Así, la sociedad de la información, que supone la diseminación de la información y la comunicación, se produce en el marco de una estructuración desigual de la sociedad que sigue vigente y se profundiza (Becerra, 2003).

El nuevo paradigma tecnológico se basa en las innovaciones producidas en materia de almacenamiento y procesamiento de información:

lo que los ordenadores hacen es organizar los conjuntos de instrucciones requeridas para el manejo de la información y, de modo cada vez más generalizado, para la generación de información almacenada. La telecomunicación permite transmitir dicha información a cualquier distancia, a bajo costo y con períodos de transmisión cada vez más menores (Castells, 1995: 38).

El rumbo que adquieren estas innovaciones y sus efectos sobre la organización social están condicionados por el proceso de reestructuración del capitalismo que se produce luego de la crisis estructural de los años setenta. En líneas generales, entre sus consecuencias más visibles se mencionan: i) una creciente internacionalización de la economía, ii) una mayor flexibilidad de los procesos productivos, iii) y un cambio en la posición que ocupan las actividades ligadas a la comunicación y la cultura.

i) El término “globalización” fue utilizado frecuentemente para hacer referencia a la creciente internacionalización de los mercados, sin embargo, su uso generalizado produjo algunos malos entendidos en la medida en que terminó por borrar las marcas de los diferentes actores involucrados en el proceso, y las desigualdades existentes entre países. De este modo, en línea con lo que señalan varios autores, resulta más adecuado definir la globalización como un proceso creciente de articulación e interdependencia desigual entre países y regiones del mundo que se da en el marco de lo que se conoce como las políticas neoliberales (Mc. Chesney, 2002).

ii) En referencia a la organización del trabajo se verifica un pasaje del así llamado modelo *fordista* al *postfordista*. Es decir, del lado de la producción, se pasa de una fuerte división de tareas –que supone rutinización y previsibilidad– a una mayor

flexibilidad en la organización que permite una adaptabilidad creciente a las transformaciones que se producen en materia de hábitos de consumo. Allí se advierte una fragmentación del público consumidor hasta entonces homogéneo, que conlleva un cambio en las estrategias de comercialización donde la ampliación de la ganancia no se encuentra ya dada por el aumento de ventas de un mismo producto, sino por las múltiples posibilidades de consumo.

iii) Por último, la cultura se convierte en un pilar para el desarrollo económico:

Si el procesamiento de la información se convierte en el elemento clave de las nuevas fuerzas productivas, la *capacidad simbólica* de la sociedad en sí, colectiva así como individualmente, está fuertemente ligada a su proceso de *desarrollo* (Castells: 41, las cursivas son nuestras).

Esto genera un acercamiento de la economía y la sociedad (Castells, 1995) o, en otros términos, un pasaje de la modernidad a la postmodernidad caracterizado entre sus múltiples elementos, por la implosión de lo cultural y lo comercial. En palabras de Scott Lash: "...en este contexto, es menos fecundo hablar de «articulación» entre base y superestructura que considerar a la cultura como parte y parcela *de* la economía" (1997: 62). Se puede hablar entonces de un proceso de desdiferenciación de las esferas autónomas que, siguiendo a Max Weber, caracterizaban a la modernidad. El concepto de desdiferenciación se entiende aún más al tener en cuenta el carácter convergente del salto tecnológico que, al posibilitar la traducción de un mismo contenido informacional en diferentes lenguajes, promueve –en sintonía con la reestructuración del capitalismo – la conformación de un entramado de concentraciones e integraciones verticales que contraen la propiedad de los procesos de información y comunicación (Becerra, 2003).

En síntesis, estos cambios permiten explicar que la cultura haya dejado de ser un tema de discusión exclusivo de los foros de la UNESCO para convertirse en un área de especial interés dentro de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Como señala Mattelart: "asimilada a los servicios en la denominación de los intercambios comerciales, la comunicación incluye tanto los productos de las industrias culturales como las telecomunicaciones; tanto la industria del turismo como las técnicas de gestión" (Mattelart citado en Becerra, 2003: 2). Y esto quizás explique la presencia creciente de los estudios que desde la economía política analizan diferentes sectores de la industria info-comunicacional. Estudios éstos que reintroducen aspectos que habían

sido descuidados por los estudios culturales en las últimas décadas y que retoman así la tradición materialista que caracterizó los inicios de la escuela británica (Grüner, 2002, Kellner, 1998).

2- Breve historia económica del cine de Hollywood.

El cine es un producto industrial, si bien pueden variar sus esquemas de producción, su factura requiere siempre de una importante movilización de recursos que condiciona su existencia y su continuidad. En este sentido, las mutaciones en la organización de la producción implicadas en el *modelo de desarrollo informacional* afectan a la actividad de una manera muy directa, no sólo por tratarse de un producto industrial sino porque su mismo lenguaje es impensable por fuera de la tecnología.

El cine es una industria que nace global, es por eso que el estudio de cualquier cinematografía nacional no puede dejar de lado las transformaciones operadas en la industria norteamericana, especialmente en lo que hace a sus estrategias de comercialización. Justamente fue a partir de la presencia hegemónica del cine de Hollywood en los diferentes mercados¹ que dicha industria pudo desarrollarse prescindiendo de la intervención directa del Estado. Como se sabe, la industria del cine, salvo pocas excepciones (Estado Unidos, China y la India- estos últimos dos países cuentan con un mercado interno lo suficientemente grande que les permite prescindir de subsidios) requiere de una política de protección y fomento por parte del Estado². El conocimiento de los cambios operados en la industria norteamericana es central a la hora de diseñar políticas de fomento que resulten acordes a este nuevo contexto.

El imperio de Hollywood se constituye, entre otras causas, como resultado de tres estrategias que sirvieron para reducir los riesgos de la inversión: el *star system*, el *studio system* y la conformación de los géneros cinematográficos³. En los años treinta,

¹ La distribución internacional fue un factor importante en el desarrollo de lo que se conoce como la edad dorada del cine norteamericano, ya en 1925 las exportaciones a Europa generaban más de la cuarta parte de los ingresos de un largometraje producido en Hollywood. (Allan y Gomery, 1995)

² Cuando nos referimos a estos casos excepcionales no estamos diciendo que allí no existan vínculos entre el Estado y la industria, simplemente que el desarrollo de la actividad no requiere de la existencia de subsidios y créditos a la producción por parte del Estado. Justamente en referencia al caso de Hollywood, Getino señala que: “Históricamente el maridaje entre ellas- las majors- y el Departamento de Estado ha servido para que la industria cinematográfica de ese país haya contado con un proteccionismo político sólo comparable al que tuvieron las industrias del campo socialista hasta finales de los `80”. (Getino, 2007: 31)

³ El cine de género, visto desde una perspectiva institucional, responde a las exigencias de un tipo de organización de la producción que en línea con las otras esferas buscaba maximizar sus ganancias

con la llegada del sonoro, se consolida el carácter oligopólico de la industria norteamericana dado por la presencia de grandes *majors* que controlan el conjunto de las esferas de la industria (producción, distribución y exhibición). La concentración monopólica y el sistema de integración vertical fueron las características del imperio de Hollywood hasta aproximadamente la década del cincuenta, instancia en la que comienza a perder potencia. Las causas son múltiples pero se destacan desde el plano legal, el desmantelamiento de los monopolios de integración vertical como resultado de la aplicación de las leyes *antitrust*, en 1948; por otro lado, en materia de hábitos de consumo la aparición de la televisión modifica el rol que hasta entonces venía teniendo el cine, provocando una caída en los espectadores. Y, por último, una serie de innovaciones técnicas que, si bien no fueron tan contundentes como la aparición del sonoro, permitieron una mayor democratización de la práctica, hasta entonces monopolizada por los grandes estudios de Hollywood. Se inicia entonces el período conocido como el *cine moderno* que comienza hacia fines de los años cincuenta y se desarrolla durante la década del sesenta. Se trata de un período especialmente rico, de importantes renovaciones estéticas y temáticas que se corresponden con un tiempo de fuertes luchas políticas que buscaban poner en jaque al sistema capitalista en su conjunto⁴. Este proceso culminó, podríamos decir, luego del Mayo Francés, las décadas del setenta y el ochenta se caracterizaron por un fuerte giro neoconservador. Como vimos más arriba, el salto tecnológico vinculado a la microelectrónica resultó eficaz para la reestructuración de la forma de producción capitalista en sintonía al neoconservadurismo político. Según la periodización de Antonio Costa, el cine de esos años es un cine de *transición*⁵ que culmina en la recuperación de la hegemonía

haciendo uso, entre otras estrategias, de la serialización que está implícita en la subdivisión genérica. El cine de género junto con el *star system* permitió combinar dos factores: por un lado, dinamizar el proceso productivo a través de la reutilización de los códigos estables de cada uno de los géneros y, por otro, crear modelos de comunicación capaces de convocar a un público amplio e indiferenciado donde las leyes del género aseguraran de antemano la satisfacción de las expectativas del espectador. Por último, cada estudio tendió a canalizar sus inversiones en ciertos géneros y estrellas asegurándose una identidad. A diferencia de lo que luego se conoció como la política de los autores, aquí las señas de identidad que sellan el “contrato de lectura” con el espectador no estaban adheridas a la figura individual del director, sino al tipo de género y sus actores característicos (Costa, 1997).

⁴ La *nouvelle vague* quizás sea el ejemplo paradigmático de esta renovación, un cine que, a diferencia de la lógica propia del cine de estudio, explora nuevos esquemas de producción y distribución, reduce costos e innova en materia estética y temática. La aparición de equipos más pequeños y livianos fue fundamental en estas innovaciones, ejemplos de ello son la *camara stylo* o el *cinema verité* norteamericano.

⁵ En términos institucionales es un período de crisis al que le sigue una reconversión dada por el diseño de nuevas estrategias de comercialización adaptadas a los cambios en los hábitos de consumo de dicho objeto cultural. En términos estéticos se habla de cine postmoderno donde prima la estética del *remake*, la reutilización de los códigos propios del cine de género, un juego irónico con la historia y la tradición., se destaca también el uso de los efectos especiales que aumentan el carácter espectacular del cine.

hollywoodense a partir de una política específica por parte de las *majors* adaptada a las nuevas condiciones tecnológicas.

Las innovaciones tecnológicas suponen cambios en los modos de producción, distribución y exhibición de la industria del cine. Brevemente, en el primer caso, la incorporación de la computadora y el video permite una mayor manipulación de la imagen y el sonido y una mayor flexibilización de los procesos productivos. En lo que refiere a la distribución, la aparición de nuevos formatos (televisión satelital, cable, video, Internet) redundan en un aumento de las ventanas de comercialización del cine y, por otro lado, en una caída en el número de espectadores como consecuencia de los cambios en los hábitos de consumo.

Al igual que otros diagnósticos acerca del “impacto” de la sociedad de la información, aquí también hubo predicciones que acentuaron el carácter democratizante del proceso. Se decía que iba a garantizar una mayor competencia entre empresas y una mayor diversidad en el acceso (Wasko, 1994). Sin embargo, lo ocurrido evidencia lo contrario. El reposicionamiento de Hollywood como potencia hegemónica se logró a partir de dos estrategias: el aumento de la importancia otorgada a la comercialización, que significó la presencia de políticas más agresivas en la distribución y la exhibición como vía de garantizarse el predominio de sus *films* en otros mercados. Y la conformación de conglomerados donde se integran no sólo verticalmente las distintas áreas de la industria, sino además empresas de otros rubros de la economía dando lugar a un proceso de creciente concentración de capital dentro del sector comunicacional. La convergencia tecnológica entonces junto con una flexibilización de las leyes antimonopólicas que acontece a partir de la década del ochenta resultaron mecanismos que reposicionaron a las grandes *majors*, tanto a nivel local como a escala internacional.

Según un informe del CEDEM⁶, en nuestro país, durante el período 1999-2001, entre Universal-Paramount, Buena Vista-Disney, Warner, Fox y Columbia se encargaron de la distribución de las tres cuartas partes del mercado. Además, a la estrategia de venta en paquete⁷ que caracteriza a las *majors* ahora se agrega el control de los calendarios de las salas que responde a la globalización de las fechas de estreno con el consiguiente abaratamiento en los costos de las campañas de promoción de cada

⁶ Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano. Observatorio de Industrias Culturales. Número 1: “*La industria cinematográfica en la Argentina: Entre los límites del mercado y el fomento estatal*”. Diciembre, 2003.

⁷ Las grandes distribuidoras realizan venta en paquete, que consiste en el armado de un *pack* de *films* donde se combinan películas muy taquilleras con otras menos convocantes, que incluso en ciertos casos ni llegan a estrenarse en salas.

uno de los lanzamientos. En cuanto a la exhibición, la innovación vino de la mano de los llamados complejos multipantalla, que resultó una vía eficaz para hacer frente a la caída de los espectadores. Se trata de complejos que cuentan con varias salas, más pequeñas y más confortables que las salas tradicionales, adaptadas a los nuevos hábitos de consumo y a la fragmentación del público. Generalmente estos complejos se emplazan en *shoppings centres* o en zonas céntricas donde se concentra el poder adquisitivo reforzando, junto con el aumento en el precio de la entrada, la tendencia a la elitización del consumo cinematográfico. Estas cadenas son explotadas por capitales norteamericanos y australianos que ahora concentran la mayoría de los circuitos de exhibición. Así, en sintonía con la concentración en la distribución, la diversidad de la oferta se ve reducida casi al mínimo en la medida en que queda obturado el ingreso de otros agentes al mercado.

En síntesis, se advierte que el reposicionamiento de las grandes *majors* norteamericanas vino de la mano de un proceso de creciente concentración en la distribución y en la exhibición que permitió hacer frente a la diversificación de las formas de consumo del material audiovisual que competía con el cine. Por otro lado, estos conglomerados, al controlar una multiplicidad de medios, se aseguran a través de la centralidad otorgada a las estrategias comerciales, el éxito de sus productos por medio de la saturación del mercado. Finalmente, la internacionalización de la economía constituye otro factor de peso en la hegemonía estadounidense permitiendo un mayor aprovechamiento de las condiciones que ofrecen otros mercados, ya sea por la existencia de bajos salarios o la ausencia de regulación gubernamental (Castells; 1995).

3- El boom comunicacional de los años noventa: el caso del cine.

Si bien en la década del setenta de la mano de la dictadura militar ya se inicia un proceso de desindustrialización y concentración creciente del capital, los años noventa constituyen la profundización de ese modelo económico, que al darse en el marco de un régimen democrático tuvo que ser acompañado por un tipo de construcción de hegemonía que se sirvió de un empleo estratégico de los medios masivos de comunicación (Wortman; 2007).

Muy brevemente, la serie de reformas estructurales aplicadas en el país redundaron en una apertura de los mercados que impactó de manera diferente y asimétrica en los distintos sectores de la economía, la eliminación de regulaciones y la

liberación del sistema financiero convirtió a ese sector en el centro gravitante de la valorización del capital en detrimento del sector productivo. Este proceso, que supuso una concentración extrema del capital, fue instrumentado principalmente por la Ley de la Reforma del Estado con su sello privatizador, y por el Plan de Convertibilidad que, junto con el rol que tuvieron los medios de comunicación, fue uno de los elementos claves en el mantenimiento de la hegemonía durante esos años.

La privatización de los cuatro canales del Estado en 1989 y la venta de ENTEL fueron las primeras señales por parte del gobierno de lo que ocurriría luego en materia comunicacional. Durante el menemismo la Ley de Reforma del Estado (N° 23.696) se impuso sobre la Ley de Radiodifusión (N° 22.285) modificándose todas aquellas reglamentaciones que, o bien limitaran la propiedad de las estaciones, prohibieran la fusión de grupos periodísticos y televisivos, frenaran la inversión extranjera, o impusieran regulaciones sobre la publicidad. Se verificaron así dos procesos: en primer lugar, un eslabonamiento transversal de distintos medios (canales televisivos, radios, revistas, diarios) en manos de un mismo grupo local (Clarín, Atlántida, América, Perfil), y luego la extranjerización del sector como resultado de las inversiones que se hicieron en el área de las telecomunicaciones, especialmente atractivas para la generación de rentabilidades. Así, quedaron conformados dos grandes conglomerados que concentraron el conjunto de las actividades del mercado ampliado de las telecomunicaciones: Grupo Agea/Clarín y el tándem CEI/TISA (Aruguete, 2006).

Ciertamente este proceso implicó una modernización del sector y una mayor diversidad de la oferta. Como vimos, una de las características del modelo postfordista –en tanto forma de organización de la producción que se gesta a partir del salto tecnológico– consiste en una mayor flexibilidad de la producción que conlleva y permite la gestación de formas diferenciadas y singulares de consumo. Pensemos por ejemplo en la aparición de la televisión por cable que aumentó notablemente la oferta televisiva obligando a mejorar la calidad de la televisión abierta. Ahora bien, la falta de regulación en materia de leyes antimonopolio, o mejor, la aplicación de políticas tendientes a beneficiar a unos pocos sectores con capacidad de lobby hizo que la modernización fuera acompañada, en materia de la propiedad del capital, por altos niveles de concentración.

Este es el escenario en materia comunicacional en el que se inscriben las transformaciones operadas en el campo del cine. Veamos las variaciones de estrenos argentinos a lo largo de la década:

Estrenos cinematográficos nacionales

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
12	17	10	13	11	23	38	28	36	38	45

Fuente: INCAA

Al observar el cuadro se advierten dos cosas: por un lado, la cifra más baja desde que se inicia la actividad industrial en nuestro país: 10 películas en 1992, y por otro, una tendencia que se instala a partir de 1995 al crecimiento continuo de producciones fílmicas. Este aumento en el número de estrenos, que incluso llega a 65 en el año 2005, es uno de los motivos que llevaron a hablar del *boom* del cine argentino, sin embargo, el optimismo se pierde cuando se atiende al conjunto de factores que componen la industria del cine, que incluye no sólo la producción sino también la distribución, la exhibición y el consumo. En estas esferas, como vimos, hubo transformaciones notables como consecuencia de las políticas de las grandes *majors*, y las estrategias comerciales que éstas elaboraron para contrarrestar la caída del consumo cinematográfico, estrategias que repercutieron fuertemente en la actividad local.

Referido a la exhibición, hacia fines de los años ochenta se modifica el mapa que componen las salas de cine del país. Inicialmente se cierran aquellas ubicadas en los barrios y en las pequeñas ciudades del interior, para finalmente terminar también con los circuitos céntricos que aún concentraban altos niveles de público, como por ejemplo el de la avenida Santa Fe (Grand Splendid, Capitol, Santa Fe 1 y 2). Así, de las más de 2000 salas que funcionaban en el país en los años setenta se llegó a un mínimo de 280 en 1992, año en el que se registra el número más bajo de estrenos cinematográficos (CEDEM, 2003: 81). Los motivos están vinculados a la caída de los espectadores que se produce como consecuencia de los cambios en los hábitos de consumo. No sólo el video hogareño sino también la aparición de la televisión por cable y, sobre todo, la privatización de los canales de aire que modificó las modalidades de trabajo al interior de los mismos dando lugar a la existencia de productoras que, como es el caso de Polka,

modernizaron y renovaron técnica y estéticamente los productos televisivos⁸. La reactivación del circuito de la exhibición que se produce a partir de 1995 modifica sustancialmente dos elementos: por un lado, la proporción de capitales extranjeros dentro del sector, y por otro, las determinaciones sociales del consumo cinematográfico. En el primer caso, la apertura de salas vino de la mano de un nuevo agente: las cadenas transnacionales dedicadas a la explotación de complejos multipantalla (Cinemark, Hoyts-General, Showcase o Village) que en alianza con las dos principales exhibidoras locales (SAC y Coll Saragusti) pasaron a controlar el circuito. En segundo lugar, tal como afirma Getino, la caída de espectadores no afectó las ganancias del sector: la convertibilidad por un lado, y el aumento sistemático del precio de las entradas por el otro, compensó la baja de ventas en las boleterías y confirmó una creciente elitización del consumo cinematográfico (Getino, 2007: 121). La recuperación del número de salas (de 280 en 1992 a 499 en 1996 para luego promediar las 900 salas en los años siguientes) fue consecuencia de la política de apertura económica –propia de los años noventa– que se combinó con las estrategias comerciales de las grandes *majors* dificultando aún más el desarrollo de la actividad cinematográfica en el país. Precisamente, una vez concluida la edad de oro del cine nacional, la divergencia de intereses entre la producción y la exhibición impidió el desarrollo de una industria competitiva. Al no depender los exhibidores de la producción local ésta necesariamente pasó a depender de las políticas de protección implementadas por el Estado a través del Instituto. El aliciente a la producción entonces vino de la mano de la nueva ley de cine.

El aporte significativo que introdujo la nueva ley de cine –promulgada en septiembre de 1994– consistió en la ampliación del Fondo de Fomento que pasó de ocho millones de dólares a más de cuarenta (Batlle, 2002). Al atender a las innovaciones técnicas y a sus efectos en los hábitos de consumo, la ley incorporó como fuente de recaudación a la televisión y al video. Así, al tradicional 10% que se extraía de las entradas vendidas se sumó un gravamen similar por venta y alquiler de video pregrabado y un 25% de los ingresos que el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) obtiene de la facturación de los canales por publicidad (Raffo, 2003). La

⁸Es de interés señalar que dichas productoras (Pol-ka, Ideas del sur o Cuatro Cabezas por nombrar algunas) incorporaron como mano de obra, estudiantes provenientes de las nuevas escuelas de cine y televisión que surgieron hacia fines de los años ochenta, de donde salieron también muchos de los directores que forman parte del nuevo cine argentino. Respecto de los cambios en la educación audiovisual en los noventa véase Torre, M, Zarlenga, M, “Los espacios de formación cinematográfica en el surgimiento del NCA”, ponencia presentada en las *Jornadas de debate sobre nuevos intermediarios culturales y clases medias en la Argentina*, coordinadas por Ana Wortman en el Centro Cultural San Martín, los días 13 y 14 de noviembre de 2006.

nueva ley resultó de gran ayuda para las producciones pequeñas puesto que al subsidio de recuperación industrial que dependía directamente de los resultados de taquilla, se sumó el subsidio por medios electrónicos que se paga una vez que la película se edita en video o se exhibe por televisión. La ley modificó, por otra parte, el nombre del Instituto que de INC (Instituto Nacional de Cinematografía) pasó a denominarse Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Un cambio de nombre destinado a establecer puentes entre el cine y la televisión, tal como ocurre en muchos países de Europa donde la televisión juega un papel importante en el financiamiento y el sostén de la actividad cinematográfica⁹. Por último cabe destacar que la ley dictaminó el carácter autárquico del Instituto en materia fiscal que sin embargo duró poco tiempo, fue suspendido en 1996 producto de la sanción de la Ley de Emergencia Económica y recuperado recién a fines del 2002.

La nueva legislación resultó un aliciente importante para la producción fílmica, que pasó de 11 películas en 1994 a 36 en 1996. Contribuyó, junto a otros factores, a la aparición del *nuevo cine argentino*¹⁰: rótulo que vino a nombrar a un conjunto de *films* que pese a su heterogeneidad estética, compartían modalidades comunes en sus esquemas productivos. Generalmente son proyectos donde el director lleva adelante las tareas de la producción, son *films* de bajo presupuesto conformados por equipos de trabajo pequeños donde los roles son flexibles y tienden a rotar, se trata, en su mayoría,

⁹ Al respecto cabe señalar que durante las reuniones para el tratamiento de la nueva legislación cinematográfica, las corporaciones televisivas rechazaron el impuesto a la emisión de películas por televisión, y en la negociación, se comprometieron a producir ocho largometrajes al año con capitales propios. Un compromiso que se cumplió sólo relativamente hasta que a partir de 1997 se advirtió el beneficio que la nueva ley significaba para dichas producciones, donde al éxito en taquilla se sumaban ahora los subsidios que la reciente legislación aseguraba (Eseverri, Luka; 2003).

¹⁰ Esto no significa que haya existido una política gubernamental que desde arriba la haya incentivado, sino que se trató de una respuesta a procesos que se venían gestando previamente en el tejido social. El interés por filmar de las nuevas generaciones se dejaba traslucir en el engrosamiento de ingresantes a las distintas escuelas de cine del país. Los cambios tecnológicos constituyeron otro factor de peso en la democratización (por supuesto relativa) de la práctica cinematográfica, en la medida en que permitió una mayor experimentación y práctica gracias al abaratamiento de costos que implica el formato digital y el empleo de la computadora como herramienta principal de trabajo en la edición del material. Esto redundó en la gestación de formas de producir “alternativas”, más flexibles, con equipos más pequeños que permitieron satisfacer el “deseo” de filmar, antes de tener que recurrir a la forma burocrática-institucional propia del Instituto Nacional de Cinematografía. Finalmente, también la crítica terminó por consagrar las producciones de este cine a partir de su “nueva” nominación. En los años noventa se verifica una proliferación de publicaciones dedicadas al debate cinematográfico, algunas de corte más académico, como puede ser la revista virtual *Otro campo*, en la que participan sobre todo personas vinculadas a la Facultad de Filosofía y Letras, o revistas de mayor difusión, que plantean discusiones con un fuerte carácter polémico y de intervención dentro del campo del cine, como puede ser *El Amante*. Esta última, ha sido central en la promoción de los jóvenes realizadores. Respecto al rol de la crítica en el surgimiento del nuevo cine véase, Moguillansky, M, Re, V, “Nueva crítica, nuevo cine” ponencia presentada en las *III Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto Gino Germani* realizadas el 29 y 30 de septiembre de 2005.

de proyectos nacidos de la vocación de los jóvenes egresados de las escuelas de cine por realizar sus primeras películas. No resulta del todo adecuado hablar de un cine independiente en un país que carece de un modelo industrial estable de producción cinematográfica. En todo caso, con Bourdieu, podemos decir que se trata de un *circuito de producción restringida* que, a diferencia del *circuito ampliado*, se encuentra dirigido, sobre todo, a un público compuesto por pares y especialistas. Dicho cine, que depende, como el cine comercial de los subsidios del Instituto, se sirvió además de otras fuentes de financiamiento internacionales como el *Fond Sud Cinema*, *Sundance* o el *Hubert Bals Fund*, entidades creadas a partir de la década del 80 en el marco de una proliferación de festivales internacionales que funcionan como importantes ventanas en la comercialización de cinematografías alternativas.

En el caso del cine comercial la reactivación del circuito estuvo ligada a estrategias similares a las ejecutadas por los *blockbuster* hollywoodenses: fuertes campañas de promoción y lanzamiento facilitadas por las alianzas con los conglomerados multimediáticos. Llevar a la pantalla grande éxitos televisivos fue una de las modalidades predominantes para garantizar el éxito comercial de estas producciones¹¹. Lo curioso de este tipo de estrategias es que, a diferencia del cine de Hollywood, aquí cuentan además con el apoyo que brinda el Instituto, es decir, a los beneficios obtenidos en la taquilla se agregan los subsidios que incorporó la nueva ley de cine, aumentando notablemente las rentabilidades de los conglomerados mediáticos (Eseverri, Luka; 2003).

Si bien recién mencionamos la línea que separa el circuito ampliado del circuito de producción restringida, se trata de una frontera porosa. La figura del *director-productor* fue la salida que los jóvenes encontraron para realizar sus proyectos en un marco de crisis y transformación del conjunto de los agentes que componen el campo cinematográfico, tanto a nivel local como internacional. En el caso de Adrián Caetano (referente importante del nuevo cine) se advierte, a partir de sus declaraciones en diversos medios, un gusto por lo popular y lo masivo y un férreo rechazo por los festivales y el cine de autor. Al respecto Pablo Scholz señala: “Caetano dice (...) que el cine de autor puede hacerlo el quiosquero de la esquina. Que lo difícil no es hacer una buena película sino ayudar a (re)convertir el cine argentino en una industria.” (2002: 49). Recordemos que Caetano dirigió dos series para televisión: *Tumberos* y *Disputas*,

¹¹ Tal es el caso, por ejemplo de *Comodines* (1997) producida por *Pol-ka*, que sigue la línea argumental de la tira *Poliladron*, un éxito televisivo realizado por la misma productora.

ambas producidas por Ideas del Sur, la productora de Marcelo Tinelli. Por otro lado, de parte de las nuevas productoras televisivas ligadas a los conglomerados multimediáticos, hubo un interés por capitalizar el prestigio que iban ganando estas producciones. Así lo demuestra la participación que tuvo Cuatro Cabezas en la producción de *La Ciénaga* (2000) de Lucrecia Martel, o *Pol-ka*, encargada de la distribución del segundo largometraje de Pablo Trapero, *El Bonaerense* (2002), así como en *Familia Rodante* (2004), del mismo director. Sin ánimo de borrar las diferencias existentes entre las lógicas de producción, distribución y consumo que caracterizan al *nuevo cine argentino* y las que rigen a los *films* comerciales o *blockbuster*, resulta sí adecuado revisar la vigencia de algunos términos para describir la producción cultural y artística de la contemporaneidad. Términos como los de autonomía, vanguardia o independencia merecen ser repensados a la luz de las transformaciones que trajo aparejada la sociedad de la información, que modificó no sólo las tecnologías ligadas a la comunicación sino también los procesos de producción, distribución y los hábitos de los consumidores de “cultura”.

Consideraciones finales

Una vez que se consolidó la producción del cine nacional, nuevos debates comenzaron a hacerse visibles dentro del sector. El problema del desencuentro del público y el cine nacional llevó a replantear la política de subsidios. Si bien nadie puso en cuestión la existencia de un organismo como el INCAA sin el cual la producción cinematográfica sería inviable, algunos referentes de la crítica comenzaron a problematizar la política cinematográfica del Instituto o mejor, la calidad de las producciones del cine nacional. Como suele ocurrir en estos casos se trata de debates que presuponen una determinada concepción de la cultura de indudable tenor político. ¿Debe el Estado subsidiar películas que no convocan espectadores?, ¿merecen recibir apoyo *films* producidos por grandes multimedios?, ¿cuál es la relevancia cultural de las películas del nuevo cine argentino? Parece claro que luego de la existencia de un cierto consenso por parte de la crítica que colaboró en la visibilización del nuevo cine argentino hoy en día ese consenso está quebrado y proliferan voces disímiles. Desde las consabidas críticas de Jorge Carnevale que insisten en la importancia del desarrollo de una industria que genere productos masivos hasta aquellos que claman por el fomento de un cine *amateur* que garantice la diversidad de la oferta cinematográfica. Ocurre que

a diez años del estreno de *Pizza, birra, faso* el nuevo cine argentino ya no parece ofrecerse como la promesa de un cine “diferente” de ahí la reapertura de polémicas y debates, especialmente provenientes del campo de la crítica¹².

Desde otros sectores y en vistas a la inminente aparición de un nuevo plan de fomento varias entidades han elevado propuestas donde se brega por la consolidación de una política integral que atienda no sólo a la esfera de la producción sino también a los circuitos de distribución y exhibición. Si bien desde el 2004 está vigente la cuota de pantalla y la media de continuidad, ambas medidas no resultan suficientes para paliar el problema de la presencia de las películas nacionales en los circuitos de exhibición, menos aún en el medio televisivo. De modo que desde distintos sectores (como por ejemplo DAAC y PCI) se sugiere a las autoridades del Instituto que consideren la implementación de circuitos alternativos de exhibición (salas de arte y ensayo) que sirvan para frenar la competencia desleal que se produce entre las películas nacionales que no cuentan con el apoyo de grandes multimedios y los *blockbusters* norteamericanos cuya política agresiva en materia de comercialización hemos comentado más arriba. Estas propuestas así como el fomento de las cinematografías regionales, la articulación con otros actores para desarrollar una política de educación cinematográfica que acerque el cine a la escuela, el diseño de reglamentaciones que contemplen las transformaciones tecnológicas y, el recurrente reclamo por la transparencia de las finanzas del Instituto, forman parte de la agenda que se espera esté presente en el nuevo plan de fomento.

Este trabajo ha intentado describir las transformaciones del campo cinematográfico nacional partiendo de herramientas de la economía política y atendiendo a los cambios socio-culturales de las últimas décadas. Esta perspectiva busca complementar la multiplicidad de estudios sobre el nuevo cine argentino ligados enfoques textualistas con el objeto de evaluar las potencialidades y limitaciones que presenta en la actualidad la actividad cinematográfica.

¹² Los días 14 y 21 de Noviembre de 2007 tuvo lugar, en el Centro Cultural Ricardo Rojas, un ciclo de debate acerca del estado de la crítica cinematográfica en el que participaron Diego Lerer (Clarín), Marcos Vieytes (El Amante), Juan Pablo Martínez (El Amante), Pablo Sirvén (La Nación) y Gustavo Noriega (El Amante). La transcripción de los debates está disponible en la página web de la Revista El Amante. http://www.elamante.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1401&Itemid=66

Bibliografía

- »Aguilar, Gonzalo (2006) *Otros mundos. Un ensayo sobre el nuevo cine argentino*, Santiago Arcos Editor, Buenos Aires.
- »Allen, R., Gomery, D. (1995), *Teoría y práctica de la historia del cine*, Paidós, Barcelona.
- »Aruguete Natalia (2003), “Concentración en el escenario comunicacional”, publicado en la revista Realidad Económica, n° 199, Buenos Aires. Disponible en <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=787>
- »Battle, Diego (2002), “De la virtual extinción a la nueva ley: el resurgimiento”, en Bernades, Lerer y Wolf (editores): *Nuevo Cine Argentino. Temas, autores y estilos de una renovación*, Ediciones Tatanka, Buenos Aires.
- »Becerra, Martín (2003), “La sociedad de la información”, Lección Básica publicada en el Portal del Instituto de la Comunicación, <http://www.portalcomunicacion.com>, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 23 p.
- »Bourdieu, Pierre (2003), *Campo de poder, campo intelectual*, Quadrata, Buenos Aires.
- »Castells, Manuel (1995), *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Alianza Editorial, Madrid
- »Costa, Antonio (1997). *Saber ver cine*, Paidós, Barcelona.
- »Eseverri, M. y Luka, E., (2003) “Introducción”, en Peña (editor): *Generaciones 60/90*, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, Buenos Aires.
- »Getino Octavio (2007), *Cine iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo*, Ediciones Ciccus, Buenos Aires.
- »Getino, Octavio (2005), *Cine argentino entre lo posible y lo deseable*, Ediciones Ciccus, Buenos Aires.
- »Grüner, Eduardo (2002), *El fin de las pequeñas historias. De los estudios culturales al retorno (imposible) de lo trágico*, Paidós, Buenos Aires.
- »Kellner, Douglas (1998), “Vencer la línea divisoria: estudios culturales y economía política”, en Ferguson, Marjorie y Peter Golding (eds.) *Economía política y estudios culturales*, Bosch, Barcelona, p. 185-212.
- »Lash, Scott (1997), *Sociología del postmodernismo*, Amorrortu, Buenos Aires.
- »McChesney, Robert (2002), “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en Vidal Beneyto, José (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid, p. 233-247.
- »Moguillansky, Marina, Re, Valeria; “Nueva crítica, nuevo cine” ponencia presentada en las *III Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto Gino Germani* realizadas el 29 y 30 de septiembre de 2005.
- »Perelman, Pablo y Seivach, Paulina (2003), *La industria cinematográfica en la Argentina: entre los límites del mercado y el fomento estatal*, Observatorio de Industrias Culturales, N°1, Buenos Aires.
- »Wasko, Janet (1994), *Hollywood in the information age. Beyond the silver screen*, Polity Press, Cambridge.
- »Wortman, Ana (2007), *Construcción imaginaria de la desigualdad social*, CLACSO, Buenos Aires, disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/wortman>.
- » Zarlenga, Matías, Torre, María, “Los espacios de formación cinematográfica en el surgimiento del NCA”, ponencia presentada en las *Jornadas de debate sobre nuevos*

intermediarios culturales y clases medias en la Argentina, coordinadas por Ana Wortman en el Centro Cultural San Martín, los días 13 y 14 de noviembre de 2006.

