

Tercer Congreso de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Rosario, 2018.

Aproximaciones digitales a la reconstrucción de la historia de los públicos cinematográficos de Buenos Aires.

Kelly Hopfenblatt, Alejandro y Sasianin, Sonia.

Cita:

Kelly Hopfenblatt, Alejandro y Sasianin, Sonia (2018). *Aproximaciones digitales a la reconstrucción de la historia de los públicos cinematográficos de Buenos Aires. Tercer Congreso de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Rosario.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aaahd2018/24>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eDOo/Mfx>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

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>.

Aproximaciones digitales a la reconstrucción de la historia de los públicos cinematográficos de Buenos Aires

Alejandro Kelly Hopfenblatt¹ y Sonia Sasiain²

Resumen

En el campo de los estudios de cine, la historiografía tradicional se ha ocupado del análisis narrativo o discursivo de las películas sin analizar los modos de ver e ir al cine en la urbe moderna, siempre condicionados por los flujos de circulación de películas nacionales y extranjeras, la demarcación de los circuitos de exhibición del centro y de los barrios, así como por las prácticas de comercialización y de marketing de las principales empresas exhibidoras y distribuidoras. Dada esta situación, el presente trabajo da cuenta de las investigaciones que comienzan a desarrollarse en contacto con las nuevas posibilidades teóricas y metodológicas que brindan las Humanidades Digitales. En esta etapa inicial se presentan una serie de herramientas y preguntas de investigación formuladas para realizar abordajes conceptuales que permitan cruzar datos heterogéneos –cartelera cinematográfica, estadísticas históricas de espectadores y salas, listados de distribuidores y exhibidores, entre otras fuentes–. Para alcanzar este objetivo el proyecto busca articular tres áreas fundamentales de este campo, las películas, los empresarios y los espectadores, unidas en las coordenadas geográfico-temporales: Buenos Aires de 1933 a 1956.

¹ Instituto de Artes del Espectáculo “Raúl H. Castagnino” (UBA). alejandrokelly.h@gmail.com

² Instituto de Artes del Espectáculo “Raúl H. Castagnino” (UBA). soniasasiain@outlook.com

Introducción

El siglo XXI ha visto un notorio crecimiento en el campo de los estudios de cine en Argentina. Tanto las temáticas como las perspectivas metodológicas han ido creciendo y se han diversificado, configurando así un terreno de gran dinamismo. Sin embargo, un fenómeno tan complejo como el cinematográfico sigue siendo estudiado fundamentalmente desde su textualidad sin tomar tan en cuenta sus otras dimensiones.

En este sentido, el carácter del cine como espectáculo público conectado con las transformaciones sociales y urbanas es todavía poco considerado. Menor aún ha sido la indagación en sus redes de exhibición y distribución y la conformación de un espectro de espectadores. Esta carencia se agrava aún más en lo que hace a los estudios historiográficos, donde siguen siendo prácticamente desconocida las características de estos circuitos en Argentina y sus principales centros urbanos. Una de las principales causas de esta ausencia ha sido la falta de fuentes primarias, tanto estadísticas como documentales, que ha dificultado la tarea de reconstrucción de las condiciones materiales sobre las que se consolidó la industria cinematográfica en nuestro país en la primera mitad de siglo XX. Los datos que permitirían reconstruir este universo se encuentran dispersos entre distintas publicaciones periódicas, documentos oficiales y reconstrucciones historiográficas por ello resulta fundamental su organización y sistematización para luego poder ser estudiados.

Desde el grupo de trabajo del Área de Investigaciones en Cine y Artes Audiovisuales del Instituto de Artes del Espectáculo Raúl H. Castagnino de la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL) de la Universidad de Buenos Aires (UBA), dirigida por la Dra. Clara Kriger, hemos comenzado un proceso de creación y sistematización de fuentes primarias en el marco del proyecto UBA-CyT *Aproximaciones a una historia de los públicos de cine en Buenos Aires (1933-1955)*.³ Éste propone abordar un estudio sistematizado, histórico y crítico, del público de cine en la ciudad de Buenos Aires entre los años 1933 y 1955, momento de auge del cine clásico. En esa dirección se analizan los modos de ver e ir el cine en la urbe moderna, siempre condicionados por los flujos en la circulación de películas nacionales y extranjeras, por la demarcación de los

³ UBACyT N° 2002017020000605BA. Accesible desde: <http://www.fuentescineclasico.com/> (en construcción).

circuitos de exhibición del centro y los barrios, así como por las prácticas de comercialización y de marketing de las empresas exhibidoras y distribuidoras.

Para ello ha resultado fundamental acercarse a las nuevas posibilidades teóricas y metodológicas que brindan las Humanidades Digitales. Partiendo desde un conjunto de actividades planificadas inicialmente de manera incierta, se ha ido configurando gradualmente una metodología de trabajo que busca recuperar nuevos abordajes conceptuales ligados a la posibilidad de entrecruzamiento de datos heterogéneos construyendo una matriz de fuentes. En este sentido, el proyecto busca articular tres áreas fundamentales de este campo, películas, empresarios y espectadores en las coordenadas geográfica-temporales: Buenos Aires de 1933 a 1956⁴.

Esta ponencia presenta los primeros avances en la reconstrucción de la historia del público cinematográfico de Buenos Aires en la primera mitad del siglo XX. Para ello enmarcaremos en primer lugar este trabajo en las tendencias internacionales en las que se inscribe, retomando los postulados generales de la *New Cinema History*. Nos adentraremos luego en los lineamientos generales sobre los que se conforma el proyecto y los ejes que lo componen.

Reformulaciones de la historia del cine

El creciente acceso a fuentes primarias a nivel global y los avances en las posibilidades de manejo y análisis de redes y bases de datos han llevado en los últimos años a una mayor preocupación por los aspectos industriales y comerciales en las investigaciones de historia cultural. En el caso de los estudios de cine se ha ido configurando gradualmente lo que Richard Maltby (2011) ha denominado la *New Cinema History*. Esta nueva perspectiva ha sido posible en gran medida gracias a los avances de las Humanidades Digitales que han conllevado la conformación nuevas metodologías que permiten articular las microhistorias de la exhibición cinematográfica con las series sociales y culturales en que se inscriben (Maltby, Walker y Walsh, 2014)

⁴ Estas fechas son tomadas a partir de las periodizaciones clásicas establecidas por la historiografía del cine argentino. El punto de partida es la irrupción del cine sonoro y comienzos de la conformación de un sistema fílmico industrial nacional, mientras que la finalización se debe a la caída del modelo industrial en conjunto a una reformulación de estrategias comerciales del cine nacional. Una de las hipótesis de este proyecto postula, sin embargo, la necesidad de reformular estas periodizaciones para la historia de los públicos ya que suponen parámetros de cambios y continuidades alternativos a los tradicionalmente considerados.

Esta línea retoma trabajos señeros de autores como Robert Allen (1990), Daniel Biltereyst, Philippe Meers y Maltby (2011) y Melvyn Stokes Maltby y Allen (2007) proponen centrarse en estudios sobre la circulación y el consumo cinematográfico considerando al cine como un terreno de intercambio social y cultural. El crecimiento de la *New Cinema History* ha ido tomando una dimensión formal más sólida en la última década, especialmente a partir de la conformación en 2004 de la red *HoMER-History of Moviegoing, Exhibition and Reception*, un espacio de discusión y socialización de diversos estudios globales sobre la experiencia de ir al cine, la exhibición y la recepción desde una perspectiva multidisciplinaria. Dentro de estos trabajos, muchos han comenzado a indagar las posibilidades que brindan las Humanidades Digitales para la presentación y divulgación de los estudios.⁵

Un ejemplo de ello se puede encontrar en *Going to the Show*, proyecto dirigido por Robert C. Allen de UNC-Chapel Hill.⁶ Allí se presenta una variedad de documentos y fuentes relacionadas a la experiencia de ir al cine en Carolina del Norte durante las primeras décadas del siglo XX; articulando distintas capas de mapas georreferenciados con material hemerográfico, planos de las salas y memorias personales de los espectadores. El sitio permite observar distintos ángulos creando una visión múltiple de esta experiencia. Esta presentación de los resultados de investigación, enriquecen y alejan la homogeneidad de los artículos académicos y se acercan más a la polifonía que requiere su objeto.

Si bien inicialmente estos proyectos se han desarrollado en el universo anglosajón y europeo, en los últimos años los estudios de cine en América Latina han comenzado a acercarse a estas propuestas, se han dado pasos tradicionales en libros como los de Jorge Iturriaga (2015) en Chile, Ana Rosas Mantecón (2017) en México o investigaciones que trabajan casos puntuales, como Rafael de Luna Freire (2012) en Brasil y Fernanda Arias Osorio (2014) en Colombia. Ellos demuestran la variedad de ejes posibles para abordar este campo, desde una mirada sociológica sobre la conformación de públicos, a perspectivas urbanísticas sobre la relación de las salas de cine con las transformaciones de la ciudad moderna o preocupaciones técnicas sobre las mutaciones de los equipamientos y los espacios de exhibición.

⁵ Accesible desde: <http://homernetwork.org/>.

⁶ Accesible desde: <http://gtts.oasis.unc.edu/>

A partir de ese dinamismo en la actualidad, han comenzado a conformarse proyectos de mayor envergadura con un enfoque similar al aquí propuesto: organizar y sistematizar digitalmente un conjunto de fuentes para poder crear bases de datos útiles a diversos proyectos. De este modo se forma una red regional de estudios de públicos con investigadores de Chile, Brasil y México. Junto con la organización de eventos académicos en conjunto y la generación de debates e intercambios, uno de los primeros puntos a trabajar ha sido la búsqueda de homologación de las metodologías y herramientas digitales planteando la posibilidad a futuro de un entrecruzamiento de los resultados particulares.

Hacia una historia de los públicos en Buenos Aires

El proyecto *Aproximaciones a una historia de los públicos de cine en Buenos Aires (1933-1955)* busca retomar las líneas que se han ido desarrollando en los estudios de cine a nivel global para proponer un nuevo punto de vista sobre la historia del cine argentino. Si bien los estudios históricos sobre el cine y el entretenimiento nacionales han visto en los últimos años un crecimiento cuantitativo y cualitativo, la pregunta por los públicos sigue quedando abierta.

Si bien no se sabe mucho aún sobre este campo desde la perspectiva histórica, en los estudios sobre consumos culturales contemporáneos ha ido creciendo una preocupación por ello. Uno de los textos más destacados en este sentido es el estudio sobre las audiencias televisivas de Alejandro Grimson y Mirta Varela (1999), en el que explicitan varias de las inquietudes que guían nuestra investigación. Por un lado, los autores proponen pensar que la articulación entre los medios y los espectadores se constituye en herramienta de construcción de identidades, por el otro llaman la atención sobre la memoria oral de los espectadores no solo para reescribir la trayectoria de los objetos comunicacionales sino para determinar distintos modos de ver y su vinculación con los imaginarios sociales y culturales.

Por su parte Ana Wortman (2003, 2015), quien se ocupa de estudiar la conformación de públicos y consumos en el ámbito de la cultura, ha desarrollado investigaciones relacionadas con distintos sectores sociales que consumen el cine argentino contemporáneo. Su perspectiva se orienta a pensar en qué medida inciden los intermediarios culturales en la formación del gusto y en las preferencias de los consumos culturales, dado que la clase social ya no puede entenderse como determinante del consumo.

Asimismo, los investigadores González, Barnes, Borello y Quintar (2014) de la Universidad Nacional de General Sarmiento, profundizan en temáticas relacionadas al consumo, la exhibición y la distribución. Sus textos son señeros para identificar metodologías de trabajo y relaciones teóricas que permiten profundizar en esta área temática. Borello y Quintar (2014a; 2014b) plantean que para estudiar la exhibición y distribución fue preciso considerar cuatro aspectos que les permitieron realizar una periodización de cinco etapas. Estas variables son: la tecnología de exhibición, las características de las empresas exhibidoras, la geografía de la exhibición y el consumo (sitios y lugares donde suceden estos procesos) y la relación entre exhibición y consumo.

Estos antecedentes deben ser reformulados para abordar el estudio de la historia de públicos y para ello resultan favorables las posibilidades que abren las Humanidades Digitales. Dado que este trabajo implica la creación y sistematización de fuentes primarias –documentales, hemerográficas y testimoniales–, hemos identificado tres columnas vertebrales sobre las cuales ir estructurando el trabajo: las películas, los empresarios y los espectadores. Las distintas articulaciones de estos actores permitirán ahondar en la complejidad de la red que conforma el terreno de la exhibición, distribución y consumo de cine en Buenos Aires entre los años 30 y 50. Estas tres columnas implican la sistematización de datos en forma determinada para cada una, permitiendo proponer tres áreas diferentes sobre las cuales trabajar en un primer momento.

El eje relacionado con las películas

Este eje será organizado en una base de datos de las carteleras porteñas que permite reconstruir los circuitos cinematográficos, la permanencia en cartel de los films y las políticas de distribución de las empresas del sector. Para ello se trabajará en un primer momento con la cartelera publicada en el diario La Nación, siendo la más consistente del período entre los periódicos de gran tirada. En un segundo momento se complementarán estos datos con los de publicaciones barriales para atender no sólo las grandes salas cinematográficas sino los diversos espacios de exhibición que existían en distintos puntos de la ciudad.

La base de datos a crear se configurará tomando cada función de una película como una entrada individual. Los campos de cada entrada incluirán fecha, barrio, sala, horario, título de estreno, precio, compañía productora, distribuidora, país de producción y título original del film. El objetivo es poder dar cuenta del modo

más acabado de las distintas variables que afectaban cada función, permitiendo así distintas entradas cruzadas para su posterior análisis y estudio.

A screenshot of a Microsoft Excel spreadsheet. The spreadsheet contains a large table with multiple columns and rows. Several rows are highlighted in yellow, indicating they are selected or active. The columns appear to contain text and numerical data, likely representing film titles, dates, and other details from the newspaper clippings mentioned in the caption. The interface shows the standard Excel ribbon and window controls.

Figura 1. Planilla elaborada a partir de las carteleras publicadas todos los viernes en el diario *La Nación* en 1936

Como se puede percibir en la figura 1, por el momento se han identificado las productoras y distribuidoras de los films nacionales y de las cintas realizadas por Carlos Gardel en Francia y Estados Unidos. De igual modo, se encuentra la columna observaciones donde se vuelcan aquellos textos presentes en la cartelera que exceden los campos de la base de datos.

El eje relacionado con los espectadores

Se estructurará en torno a la realización de entrevistas que recojan testimonios de espectadores y trabajadores del sector donde se busca articular los datos recogidos en los otros ejes con los recuerdos y vivencias. Para ello se convocará a personas mayores de 85 años, estableciendo criterios de selección que garanticen la diversidad de vivencias para indagar en su relación con el cine en cuanto objeto cultural, social y emocional, su lugar dentro de la vida cotidiana y su relación con las prácticas de consumo del entretenimiento.

Las entrevistas serán filmadas y, con la debida autorización del entrevistado, se subirán a un sitio web en versiones editadas, resaltando sus principales aportes de interés. Cada una contará con etiquetas que permitan su hipervinculación con las películas mencionadas que se encuentran en la base de datos y con las salas de cine mencionadas también presentes en los mapas georreferenciados.

El espacio intermedio entre ambos que refiere a las salas y circuitos de exhibición

Se organizará a partir de mapas georreferenciados de las salas de exhibición que existieron en la ciudad de Buenos Aires en dicho período. El listado

de salas se confeccionará a partir de la información provista por los Censos Nacionales y por los Anuarios Cinematográficos –publicaciones destinadas a distribuidores y exhibidores del sector.

Sobre cada sala se confeccionará una ficha donde consten barrio, nombre, dirección, propietario, capacidad y equipamiento. Las salas serán luego situadas en mapas virtuales articulando las capas históricas, entrecruzándose con otros mapas históricos donde constarán cuestiones vinculadas a los circuitos del espectáculo, el transporte y los servicios.

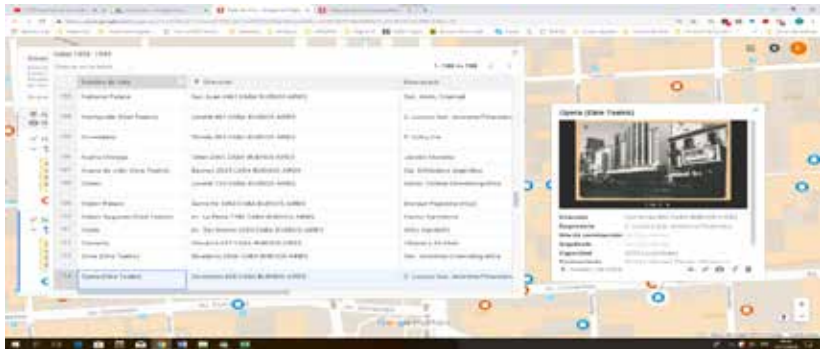


Figura 2. Mapa de salas cinematográficas⁷

Los tópicos descriptos se volcarán en un sitio web buscando establecer diálogos e interconexiones a partir de la navegación hipervincular. Para ello se establecerá un sistema de etiquetas y motores de búsqueda que permita cruzar los relatos orales con las películas estrenadas y los espacios de exhibición. De este modo, se estarán creando fuentes que permitan avanzar con la historia de públicos de cine, al mismo tiempo que se dejará asentada la estructura para futuros problemas de investigación a estudiar a partir de esta sistematización de los datos.

⁷ Elaborado en Google Maps según la información provista por Anuarios Estadísticos de 1938 y 1943. Desarrollado por Bergman, T; Micella, F; Peterlini, L; Trost, L. y Sasianin S. en el marco del Proyecto “Aproximaciones a una historia de los públicos de cine en Buenos Aires (1933-1955)”. Se pueden visualizar dos fichas de información. A la izquierda, el listado de las salas de cine con sus nombres, dirección y empresarios. A la derecha, la ficha correspondiente al Cine Teatro Ópera.

Consideraciones finales

La historiografía tradicional del campo sostiene que, en Buenos Aires durante el período de estudio, el público se diferenciaba en dos grupos. Un sector cosmopolita y sofisticado que asistía a las salas del centro casi exclusivamente; y otro popular, de menor educación y recursos, confinado a las salas de barrio. En general, esta manera de concebir al público justifica sus elecciones en una cuestión de gustos más que de recursos o de posibilidades materiales de elegir entre una oferta diversa. Si bien en los últimos años distintos investigadores han buscado matizar esta división, esta pesquisa propone ampliar los resultados obtenidos hasta el momento al emplear herramientas digitales para demostrar con fuentes concretas cómo los espectadores se vieron condicionados por los flujos en la circulación de películas nacionales y extranjeras, por la demarcación de los circuitos de exhibición del centro y los barrios por las empresas cinematográficas extranjeras y locales, por las prácticas de comercialización y de marketing de las empresas exhibidoras y distribuidoras tanto como por la ampliación en la red de transporte o por la ampliación de la infraestructura.

La ponencia presentada se propuso socializar ante la comunidad de expertos en Humanidades Digitales un proyecto que se encuentra en una etapa inicial y que no cuenta con antecedentes en el campo local. Dentro los objetivos que plantea, uno de los principales es demostrar en qué medida la elección de cada espectador cuando iba al cine —cuando decidía qué película ver y en qué sala hacerlo—, estaba más condicionada por una trama invisible de exhibición y distribución que por cuestiones de gusto. Para alcanzar ese objetivo de manera acabada es imprescindible desarrollar nuevas herramientas de análisis no utilizadas en los estudios de cine y emplear los recursos ya desarrollados por las Humanidades Digitales de modo que se puedan poner en relación distintas fuentes existentes: estadísticas oficiales, mapas históricos de circulación de transporte público, mapas de ampliación de la infraestructura urbana.

En un período en que el cine fue el medio masivo de comunicación más importante que permitió crear comunidad e identidad a los distintos sectores de la población de Buenos Aires se considera que estudiar al público cinematográfico permitirá completar la cartografía del imaginario cultural urbano. En este sentido se valoran las herramientas digitales que permiten actualizar esas experiencias al contribuir con la difusión de resultados de la investigación

además de abrir innumerables oportunidades de comunicación con informantes, ya que permiten a los usuarios añadir experiencias y recuerdos a través de plataformas en línea y de distintos dispositivos de participación en red.

Referencias bibliográficas

- Allen, R. (1990). From Exhibition to Reception: Reflections on the Audience in Film History. *Screen*, 31(4), 347-356.
- Arias Osorio, M. (2014). *Movie Audiences, Modernity and Urban Identities in Cali, Colombia, 1945-1980*. (Tesis doctoral). Department of Communication and Culture, Indiana University, Bloomington.
- De Luna Freire, R. (2012). *Cinematographo em Nictheroy: História das salas de cinema de Niterói*. Niteróilivros-Rio de Janeiro: Inepac.
- González, L., Barnes, C. y Borello, J. (2014). El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la argentina. *Revista h-industri@*, 8(14), 51-79.
- Grimson, A. y Varela, M. (1999). *Audiencias, cultura y poder: Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba.
- Iturriaga Echeverría, J. (2015). *La masificación del cine en Chile, 1907-1932: La conflictiva construcción de una cultura plebeya*. Santiago de Chile: Lom.
- Maltby, R., Biltereyst, D. y Meers, P. (Ed.). (2011). *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Maltby, R., Biltereyst, D. y Meers, P. (Ed.). (2012). *Cinema Audiences and Modernity: New Perspectives on European Cinema History*. Abingdon-New York: Routledge.
- Maltby, R., Stokes, M. y Allen, R. (Eds.). (2007). *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*. Exeter: University of Exeter Press.
- Maltby, R., Walker, D. y Walsh, M. (2014). Digital Methods in New Cinema History. En A. Longley y K. Bode (Ed.), *Advancing Digital Humanities. Research, Methods, Theory*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Quintar, A. y Borello, J. (2014a). Consumos culturales en Argentina: El caso del cine en la población de estudiantes universitarios. *Revista Imagofagia*, 9. Recuperado de <https://bit.ly/2HxXpsX> el 17/05/2019.
- Quintar, A. y Borello, J. (2014b). Evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en buenos aires. *Revista H-industri@*, 8(14), 81-120. Recuperado de <https://bit.ly/2YEafgj> el 17/05/2019.

- Rosas Mantecón, A. (2017). *Ir al cine: Una antropología de los públicos*. México DF: Gedisa.
- Wortman, A. (2003). *Pensar las clases medias: Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la argentina de los noventa*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Wortman, A. (2015). La conformación de nuevos públicos de la cultura en *Indicadores culturales* (pp. 202-212). Buenos Aires: Eduntref. Recuperado de <https://bit.ly/2W4FhQR> el 17/05/2019.