

De la americanización a la globalización de los espectadores

Nuevas proyecciones del cine nacional*



Ana Wortman**/Universidad de Buenos Aires, Argentina

RESUMEN: Nos proponemos reflexionar en torno a la compleja cuestión del gusto en el contexto de la dinámica cultural global, a partir del desarrollo del cine argentino reciente, en tanto industria y en tanto público. Es de destacar la política de subsidios a la producción, como la creación nacional de salas de cine para su exhibición. Ante el nuevo clima de época, nos preguntamos si podemos seguir hablando de “americanización de los espectadores” para dar cuenta de la prevalencia de un tipo de espectador de cine, según se definió en los años noventa, influido por el éxito y dominio de un tipo de cine y un determinado modo de ver cine, de corte doméstico. ¿Qué relación podemos establecer entre estos nuevos climas culturales y la promoción que diversos gobiernos latinoamericanos, en nuestro caso el argentino, hacen para recuperar la industria cinematográfica argentina? ¿Cómo incide la denominada globalización cultural en las preferencias de los espectadores? ¿Es posible un público para el cine de producción argentina? A partir de notas periodísticas, entrevistas a público de cine y datos secundarios reflexionamos en torno a las dificultades de éxito local de la gran producción de cine argentino. Por último, nos referimos a uno de los recientes triunfos del cine argentino que impugna la reiterada falta de público: la película *Relatos Salvajes*. Damos cuenta de nuevos modos de producción de cine nacional así como del desarrollo de una temática que genera empatía tanto a nivel local como global.

PALABRAS CLAVE: nuevo cine argentino, globalización cultural, nuevas formas de consumo de cine, nuevas identidades nacionales.

From Americanization to Globalization of viewers:
new prospects of national cinema

Pp. 113-125, en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*
Número 36/mayo-octubre 2015, ISSN 2007-5758
<<http://version.xoc.uam.mx>>

ABSTRACT: In this paper we intend to reflect upon the complex issue of taste in the context of global cultural dynamics, from the recent development of Argentine cinema as an industry and concerning the audience. The policy in subsidies for production is noteworthy, as it is also the creation of national movie theaters for exhibition. In this new atmosphere of the time, we wonder if we can continue talking about “Americanization of viewers” to account for the prevalence of a type of moviegoer, as defined in the nineties by the success and dominance in a type of film and a certain way of watching movies, of a domestic kind. What relationship can be set between these new cultural climates and the promotion that several Latin American governments, in this case Argentina, make to recover the Argentine film industry? In what way the so-called cultural globalization affects the preferences of the audience? Is it possible an audience to exist for Argentine film production? Starting from news reports, interviews with movie audiences and secondary data we reflect on the difficulties of local success for the great Argentine film production. Finally, we refer to one of the latest successes of Argentine cinema, *“Relatos salvajes”* (*Wild tales*). We account for new ways of national film production and the development of a subject matter that generates empathy both locally and globally.

KEY WORDS: new Argentine cinema, cultural globalization, new ways of watching cinema, new national identities.

Introducción

A TRAVÉS DE este artículo nos proponemos reflexionar en torno a la compleja cuestión del gusto en el contexto de la dinámica cultural global. En este nuevo clima de época, nos preguntamos si podemos seguir hablando de “americanización de los espectadores” para dar cuenta de la prevalencia de un tipo de espectador de cine. ¿Cómo incide la denominada globalización cultural en las preferencias de los espectadores? ¿Qué relación podemos establecer entre estos nuevos climas culturales y la promoción que diversos gobiernos latinoamericanos, en nuestro caso el argentino, hacen para recuperar la industria cinematográfica argentina? ¿Es posible un público para el cine de producción argentina? ¿Qué significados asume lo nacional en un contexto de globalización?

Los nuevos cines nacionales del siglo XXI

Nos hacemos estas preguntas ya que —como hemos afirmado en diversas presentaciones (Wortman, 2013a, b y c)— la producción del cine argentino se ha ido incrementando de manera significativa, en cuanto a películas y salas de exhibición, en la última década. El gobierno nacional ha considerado de especial importancia la producción audiovisual, por lo cual, ha otorgado una serie de financiamientos para la promoción de nuevas figuras, con nuevas temáticas, entre otras cosas. Sin embargo, se constata que son pocas las películas exitosas.

El éxito del cine argentino contemporáneo en el exterior y la poca repercusión local es un tema de larga data, que ya había sido advertido en una declaración del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA) en 1988. En efecto, en dicho informe, a propósito de la celebración de su 40 aniversario, se hacía esta especie de balance sobre los años del “cine en democracia”:

Participan nuestros largometrajes en los festivales más importantes del mundo. Se obtienen galardones de todo tipo [...] Las miradas se vuelven hacia la cinematografía argentina con asombro... Pero ocurre un curioso fenómeno: estas películas, en su mayoría, no obtienen en su propio país de origen los resultados mínimos como para recuperar el capital invertido. Los productores comienzan a retraerse, buscando recuperar algo con la venta de sus películas en el exterior [SICA en Getino, 1998, pp.52-53].

Dicho autor, recientemente fallecido, en un texto más actual (2007), señala que si bien el cine iberoamericano ha crecido en la última década no alcanza el nivel de competitividad que tuvo medio siglo atrás, a diferencia de lo que ocurre con la TV y algunos canales y productos como las telenovelas y los entretenimientos.

Dos décadas después de la declaración del SICA comprobamos que el problema del cine argentino permanece. Seguimos observando, a partir de estadísticas, cierta disociación, en esta nueva etapa del llamado “nuevo cine argentino”, entre una creciente producción nacional y un no creciente público de cine local en el mismo sentido, a pesar del interés por nuevas producciones en festivales internacionales y del creciente estímulo de acciones

políticas gubernamentales en términos de apoyo y desarrollo de una industria nacional. La preocupación por los cines “nacionales” en la globalización también se advierte en sendos artículos sobre cine en Uruguay, Brasil y otros países, según Radakovich (2013). La autora señala —en relación al resurgimiento del cine uruguayo— que

se reafirma como “nacional” en un período y en condiciones de producción que habilitan y utilizan cada vez más la coproducción como mecanismo de financiamiento, con un impacto relativo en las condiciones de producción y características de las historias, los personajes y locaciones donde se desarrollan las películas, con éxitos importantes en la crítica y en los circuitos de exhibición “alternativa” —festivales especializados [Radakovich, 2013].

Reflexionando el asunto desde la perspectiva de los públicos, que es donde pretendemos situar el problema, en los años noventa García Canclini (1993) hacía referencia a un proceso cultural de americanización de los espectadores, dada la preferencia del público por un cine americano, de acción y heroico. Su artículo se proponía dar cuenta del proceso de transformación del gusto en esos años, constatando la inclinación de los espectadores por cierto estilo de cine, en detrimento del cine europeo caracterizado por otras narrativas, temáticas y puestas en escena, y de formas de exhibición. Asimismo, esa americanización, como opción por un tipo de películas, era paralela a otras americanizaciones en cuanto a estilos de vida, transformaciones urbanas, modos de ser espectador, dadas las transformaciones de las salas y de las formas de exhibición de las películas (la inclusión de las salas de cine en centros comerciales, entre otras).

En esta nueva coyuntura, dos décadas después de ser escrito ese artículo, para nosotros inspirador, y ante la constatación de la dificultad de generar nuevos públicos de cine, nos preguntamos si este fenómeno de americanización de los espectadores se mantiene en la nueva coyuntura de políticas audiovisuales nacionales. Si el contexto social y cultural es otro, ¿no genera cambios en el gusto por el cine? Si se mantuviera el gusto por lo americano, ¿hay posibilidades de crecimiento de un cine nacional en un contexto de revitalización de la producción nacional de cine, a la vez de globalización cultural? ¿Qué es un cine nacional en un contexto de globalización y coproducciones cinematográficas?

Avanzamos sobre el tema en cuestión a partir de entrevistas a actores involucrados en la producción cinematográfica argentina, público de cine, datos estadísticos y artículos referidos a esta nueva etapa del cine nacional en Argentina.

El público de cine en Argentina y Buenos Aires

Hasta mediados de los años setenta, las salas de cine constituyeron un ámbito de consumo cultural central en las

actividades de esparcimiento de las emblemáticas clases medias argentinas (Wortman, 2003). En relación con el resto de los países de América Latina, los argentinos asistían semana tras semana a ver toda novedad proveniente del cine americano, además de que el público de las salas de cine de los grandes centros urbanos fue muy receptivo al cine europeo y al llamado cine de autor (King, 1985). Décadas atrás esas entonces nuevas clases medias habían sido público masivo del exitoso cine argentino¹ con proyección internacional (Wortman, 2008). Getino describe el éxito y proyección del cine argentino entre 1930 y 1943, de forma sintética: “La industria cinematográfica crecía ininterrumpidamente. 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. ¿Qué factores había [sic] posibilitado semejante desarrollo?” (Getino, 1998, p.17). Señala los siguientes:

[...] experiencia industrial, técnica y comercial que, aunque limitada, no tenía muchos o ningún equivalente en América Latina [...] temática y sensibilidad populares del cine argentino, mucho más consustanciadas con las de las grandes masas receptoras latinoamericanas; el tango sería un excelente recurso para facilitar esa comunicación; características del principal público del cine argentino, constituido por masas de trabajadores urbanos, recién llegados del interior de país o provenientes de la inmigración europea [idem].

Esta descripción sobre el éxito del cine argentino en términos de producción y consumo, es interesante por la distancia que percibimos entre esa sociedad y la sociedad argentina actual, puede aportar pistas que nos ayuden a comprender el proceso contrario de escaso interés por las propuestas cinematográficas nacionales actuales. En la bibliografía sobre el tema, se indica que en ese proceso de éxito no existió prácticamente política de intervención estatal, excepto a mediados de los años cuarenta, cuando se exige una cuota de exhibición de cine nacional, precisamente, frente al avance del cine mexicano y fundamentalmente norteamericano (Marino, 2013). Pero como bien señala Getino, en esos años comienza a producirse un distanciamiento entre los públicos populares y los imaginarios de los directores de cine, ahora provenientes de sectores más cultos y literarios.

La cultura ecléctica que suele señalarse en literatura, filosofía, teoría, artes visuales, música también se vivió en el cine. Sarlo, en *Una modernidad periférica* (1988), y John King, en *El desarrollo cultural argentino* (1985), señalan la existencia de un sector social de clases medias caracterizado por un gusto cultural diverso, universal, fuertemente informado y ávido de lo nuevo. La alta receptividad de nuevas colecciones de literatura en los años sesenta y el crecimiento de la población con niveles tanto secundario como universitario constituyeron el público de cine y de revistas con contenidos sofisticados. Así, era de interés, en un sentido amplio, aunque no masivo, el llamado cine

de autor o cine arte, con figuras como Woody Allen, Bergman, Buñuel, Resnais, Godard, además del neorrealismo italiano. En esos años, el glorioso cine argentino comenzó a adoptar otro camino en relación con el cine más industrial y exportable... El cine argentino fue un cine más literario, en un caso, o de búsquedas cinematográficas más estéticas, en otro; a la vez, hacia fines de los sesenta comenzó a desarrollarse un cine político.

El cine argentino de los setenta tuvo mucho público; quizás es difícil tener datos estadísticos del público asistente a las salas, pero la repercusión que tuvo en la prensa gráfica una nueva generación de cineastas en esos años puede aproximarnos al interés del público por el cine argentino emergente. Nos podemos aproximar a este fenómeno a partir de los cuadros sobre producción cinematográfica nacional y extranjera que se presentan en el libro de Getino, ya citado, y también por el éxito de algunas películas, fundamentalmente del comienzo de la democracia; como *Camila* que, según este autor, tuvo 2.165.707 de espectadores en 1985, película que parecía captar una estructura de sentimiento dominante en contra del autoritarismo y la intolerancia.

Es evidente que si pretendemos pensar en alguna política cultural de fomento y configuración de públicos para los nuevos cines nacionales, deberemos considerar las modificaciones de nuestras sociedades, cómo se insertan ellas en los contextos internacionales, los nuevos estilos de vida y los procesos históricos culturales que las constituyen.

Privatización del consumo de cine

Con el impacto de la última dictadura militar y en forma coincidente a la llegada del *video home system* (VHS) a la Argentina, comenzó a producirse una primera modificación de la relación de la sociedad argentina con el consumo de cine, en términos de público masivo asistente a salas. Decimos primera modificación, porque si bien diversos estudios sobre públicos de cine señalan que fue la TV la que significó un primer cambio en la oferta de cine y en la relación de la gente con lo audiovisual en general, como ocurrió en EEUU (Tasker, 1998), en la Argentina, al menos en esos años, la TV no tuvo un impacto determinante en ese sentido. Este acontecimiento se acentuó con la creciente sofisticación de las formas de reproducción técnica. Primero fue el VHS, luego la TV por cable, cuyo impacto fue muy significativo, más adelante el disco versátil digital, DVD (Wortman, 2010), coincidente con el clima neoliberal de los años noventa y sus consecuencias, y con los primeros años del nuevo siglo que fueron favorables desde el punto de vista del consumo y mejoramiento de las condiciones de vida de la población. En las últimas décadas, la expansión de Internet, la red de redes, fue fundamentalmente lo que permitió el acceso a los filmes sin límites: descargar pe-

lículas, verlas *online*, comprarlas en forma pirata en el quiosco de revistas, etcétera.

Este proceso de radical transformación en el vínculo de los sujetos contemporáneos con la práctica moderna de ver cine y ser espectador de cine, fenómeno novedoso en las primeras décadas del siglo XX, en concomitancia con cierta manera de habitar la ciudad, acompaña también a los procesos de producción, distribución y exhibición de películas en ciertos cines, en detrimento de otros respecto a cuestiones económicas.

Si la sociedad argentina compartió el gusto por el cine extranjero junto con un importantísimo desarrollo del cine argentino, esta relación se fue modificando a la par que se fue transformando la sociedad argentina, en particular las clases medias provenientes de los sectores populares, las cuales constituyeron su público central en el momento de mayor éxito (Wortman, 2003).

Los años noventa y la llegada del cine multiplex. Una nueva dinámica económica del capitalismo interviene en la organización de la cultura

En la década de 1990 y luego de una larga época de transformaciones urbanas, cierre de salas de cine barriales que se convierten en playas de estacionamiento o iglesias evangélicas, se advierte una serie de cambios urbanos que involucra la forma en que se ve cine fuera de la casa. Lo notable fue cómo la proliferación de *shoppings* constituyó una forma espacial privatizadora de circulación de objetos, y fue en ese marco y en ese estilo donde se emplazaron las salas multiplex, las cuales se caracterizan por un importante desarrollo tecnológico que muestra como envejecida a la vieja sala de barrio, acompañando la expansión de un imaginario antiurbano, compartido con la creación de barrios cerrados en las afueras de las capitales.

Así, el cine aparece como el entretenimiento característico del consumo de este nuevo estilo de vida, que, más allá de haber sido adoptado por las clases medias emergentes, se constituye como el emblemático y faro de un sector social. En el Gran Buenos Aires esa forma de exhibición de cine remite a la globalización de las cadenas de distribución de películas, que pasan a controlar la exhibición, limitando la posibilidad de circulación de otro cine que no sea el americano.

¿Se puede decir que un sector de las clases medias argentinas se americanizó, o toda la sociedad se americanizó? Al menos el discurso suburbano, privado, no solo del consumo cultural privado, sino del consumo comunitario en forma de gueto, fue el que se impuso junto con una forma determinada de vivir la vida, asociarse y circular. La exhibición y el consumo de cine europeo casi se eclipsaron, porque desaparecieron las salas donde este tipo de cine se exhibía y las salas nuevas dominantes no exhibían, al menos en un principio, cine de autor o cine arte. Parecía

que la estética del cine en el *shopping* no coincidía con este tipo de cine y/o de público. De hecho, durante varios años fue muy difícil encontrar salas donde ver un tipo de cine distinto al crecientemente dominante. Cuando García Canclini hablaba de americanización de los espectadores, no solo se refería a una preferencia del público por un tipo de cine y por su origen, sino a una nueva manera de ver cine, menos asociada con el ritual de asistir a la sala de cine, más doméstica y vinculada a la valoración americana de lo interior, lo digerible, como las hamburguesas. Se había producido a la vez una nueva manera de ser espectador de cine, que no suponía una interrupción íntima de la vida urbana. Ver cine ya no supone abandonar el ritmo urbano, o mejor dicho, el ritmo cotidiano. Se desacraliza la práctica de ver películas y el cine se presenta como en un *continuum* con el resto del tiempo. Se podría decir, corresponde a un consumo también *fast food* ahora de películas.² Según Ivonne Tasker (1998), después de la segunda posguerra, la presencia del cine se transforma porque aparece la televisión como competidora del cine. Esta presencia forma parte de la evolución de una cultura doméstica orientada al ocio, incluyendo el *boom* del bricolaje, el desarrollo de otras tecnologías y pasatiempos domésticos y el significativo desplazamiento de la población, de los centros urbanos a las áreas suburbanas.³

Resurgimiento del cine argentino, la propuesta de recuperar las salas

Hacia fines de los años noventa comenzaron a producirse movimientos en términos de la emergencia de una nueva generación de directores argentinos que comenzaron a dar cuenta de transformaciones sociales, culturales y estéticas, y a producir un nuevo tipo de cine, ya no político, ya no literario. Mucho se ha escrito sobre este fenómeno que se ha dado en llamar *nuevo cine argentino*. Después de cierto desfinanciamiento y desvinculación del Estado de la

actividad cultural, y específicamente del cine, a mediados de los años noventa y en concomitancia con cierto clima de época que buscó un desarrollo económico vía las industrias creativas, comenzó a apoyarse sistemáticamente la industria cinematográfica.

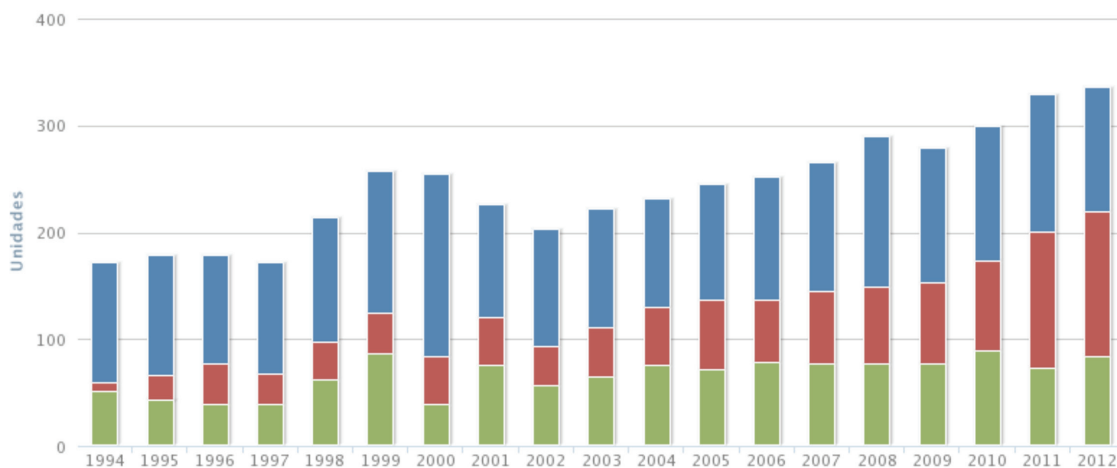
Desde la sanción de la ley de cine, en 1994, que creó los fondos para el fomento de la actividad, la producción cinematográfica creció exponencialmente. Pasó de 11 estrenos en 1994, a 45 en 2000 y llegó a 95 estrenos en 2010. Ese crecimiento, sin embargo, fue acompañado por una concentración mayor de las salas en manos de exhibidores ligados a las *majors* de Hollywood. Dicha concentración supone una nueva disposición territorial de la ubicación de la sala cinematográfica, que cierra en los barrios y abre en los *shoppings*, y a su vez representa una mayor elitización del público asistente, que tiende a bajar en cantidad total, mientras los precios de las entradas suben en dólares, provocando un aumento significativo de las recaudaciones de las compañías extranjeras [Doca, 2012].

Como señala Marino (2013) desde la lógica de intervención implementada a partir de la reforma normativa de 1994, a contramano del modelo neoliberal imperante hasta ese momento, la cinematografía es una actividad subsidiada, y dicho apoyo se ha vuelto indispensable para llevar a cabo las producciones.

La última década de la sociedad argentina nos sitúa en un momento aparentemente muy distinto con respecto a los imaginarios y las tradiciones de los años noventa. Años caracterizados en las políticas públicas por la idealización del mercado y un cierto debilitamiento de la intervención estatal en diversos planos de la sociedad, junto con una reorganización fuerte de la economía y de la dinámica productiva, tanto a nivel mundial como local.

En la siguiente gráfica se puede advertir cómo ha ido creciendo de manera significativa la producción de cine argentino a partir de la intervención estatal en la financiación de las películas.

Gráfica 1. Cantidad de títulos estrenados según origen del *film* (EE.UU., Argentina y otros). Argentina. 1994 a 2012. En unidades



Fuente: DEISICA (Depto. de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina).

El problema que señalan diversos análisis sobre las limitaciones del éxito local, es que “sin embargo se entrenan con un número reducido de copias y se quedan poco tiempo en pantalla por lo que el 75% de las recaudaciones son para las *mayors*” (Bordat, 2010, p.18). Por su parte, Castells (2009) señala que es en el campo de la producción cinematográfica, en relación con la televisión o la música, donde se ha producido una mayor diversificación en la producción, donde aún los EEUU controlan más la producción cultural. En 2006, Disney, Time Warner, NBC Universal, Fox Studios (NewsCorp) y Viacom representaban 79% de la producción cinematográfica y 55% de la distribución mundial. Sin embargo, como señalaban expertos en cine hacia el año 2006, como el entonces director del BAFICI (Festival del Cine Independiente de Buenos Aires), Fernando Peña, no se puede “sólo pensar en apoyar la producción sino también debemos pensar cómo intervenir en la exhibición y el público” (Grupo Kane, 2005).

A continuación, se puede observar el peso que mantienen las cadenas norteamericanas en la exhibición de cine en Argentina, lo cual limita la permanencia de la nueva producción nacional y la posibilidad de acceso de este cine a las salas cercanas. Según Bordat (2010), la presencia norteamericana sigue siendo fuerte. Ahora en México, Argentina y el resto del continente las *mayors* norteamericanas mantienen una hegemonía en la región sin invertir o producir en los cines nacionales, pero tienen un poder sobre la comercialización de las películas. La mayoría de los filmes que se pueden ver en cartelera son norteamericanos. A pesar que la producción de los países latinoamericanos se incrementa gracias a políticas públicas, el público prefiere en muchas ocasiones el cine norteamericano. El bombardeo publicitario y el uso del *star system* aseguran el éxito de sus películas en el extranjero.

Tabla 1. SInCA. Espectadores de cine según sala de exhibición en Ciudad de Buenos Aires, año 2012 (en porcentajes).

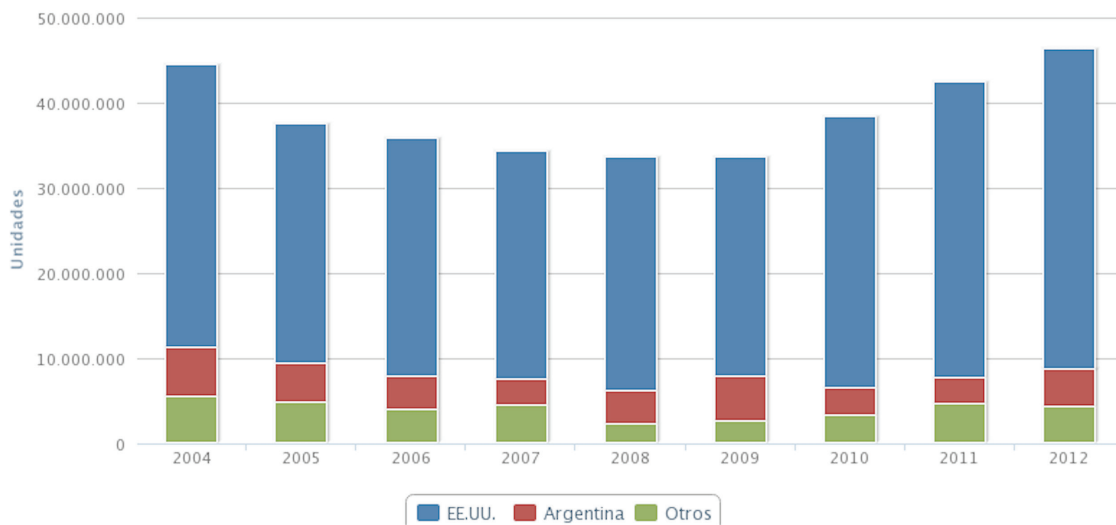
Cadena	Cantidad de espectadores
Cine Hoyts	24%
Cinemark	14%
Lumiere	14%
Otros	13%
Village Cine	13%
Showcase Cinema	11%
Cinemacenter	8%
Sunstar	3%

Fuente: SInCA .

El siglo XXI se instala en el cine recuperando viejas tradiciones de intervención social estatal, sin dejar de tener en cuenta las transformaciones que los años noventa operaron en la sociedad, en los sujetos y en las formas de trabajar. Digo esto, porque si bien no es el eje de esta presentación, es prácticamente imposible no considerarlas en el análisis de los fenómenos culturales emergentes. Es decir, surge una nueva formación cultural: el cine argentino, que da cuenta de una nueva manera de producir, de nuevas formas de circulación, de una nueva manera de decir las cosas, de nuevas temáticas; o de viejas, pero resignificadas en códigos contemporáneos.

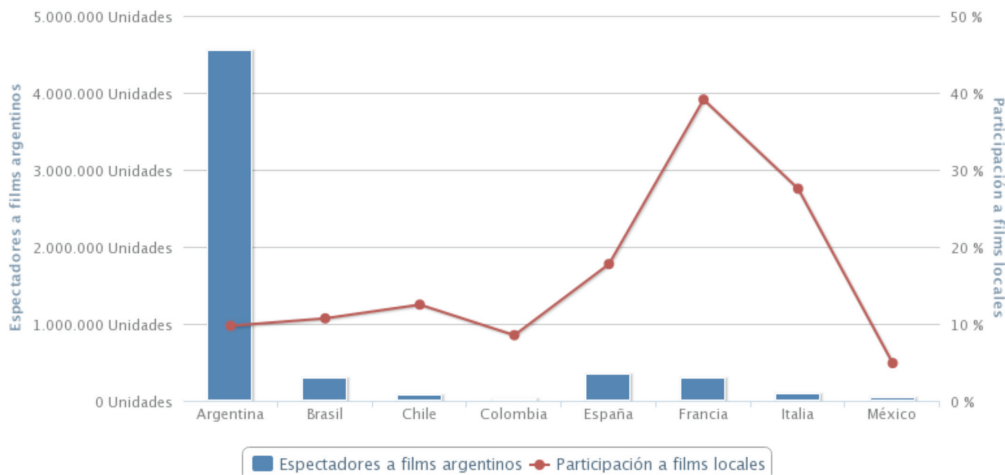
La disociación entre creciente producción cinematográfica y debilidad de los públicos es advertida también por investigadores como Falicov (2013), quien indica la dificultad del cine para constituir una audiencia y cómo esta cuestión es asumida por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) a través de sucesivas políticas, pero sin éxitos visibles; la política de abrir salas al interior y exterior del país, por un lado, y, por el otro, obligar a las salas multiplex a proyectar cine argentino.

Gráfica 2. Cantidad de espectadores según origen del *film*. Argentina. 2004 a 2012



Fuente: DEISICA.

Gráfica 3. Espectadores a *films* locales y argentinos. Argentina y otros países. 2012. En unidades



La participación es sobre el total de espectadores del año 2012.

Fuente: DEISICA.

Si bien se puede advertir un mayor interés en la modificación de la exhibición, gracias a las políticas estatales, salas INCAA, subsidios, patrocinios, etcétera, percibimos que hay algo en relación con la sociedad y el gusto que no interesa, así como ciertos prejuicios sociales en torno a lo nacional; prejuicios de otra época que no se corresponden con el presente del cine, mejorado en fotografía, guión, actuaciones, sonido, entre otras cuestiones. En la Gráfica 3 se puede observar que ha crecido el interés por el cine argentino a nivel local.

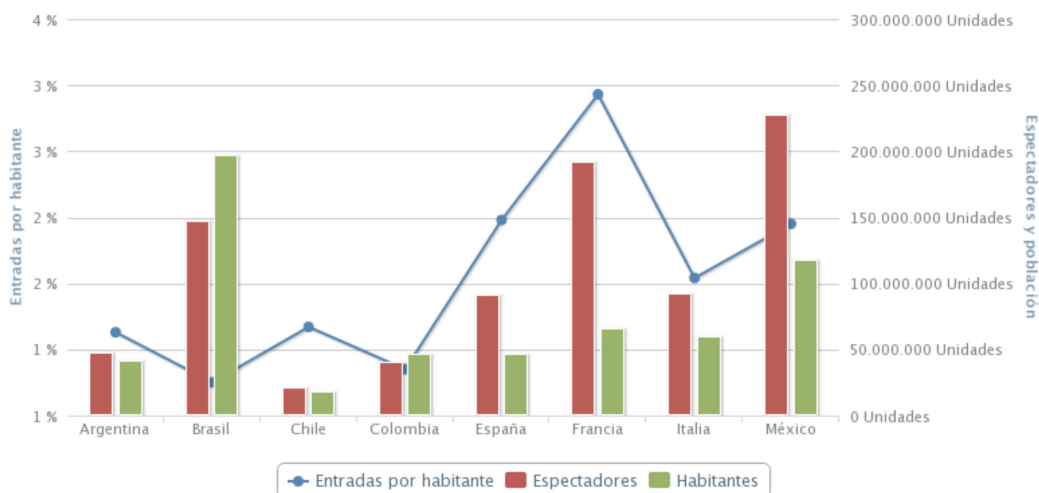
valorado “positivamente”. Sin embargo, ha habido algunas variaciones y comienza a tener, aún en forma imprecisa, alguna presencia en el razonar irrazonado de la vida cotidiana, según aparece en dicha encuesta. Esto es, se lo nombra, se sabe que existe, pero no se puede definir claramente de qué se trata. En la encuesta mencionada, se afirma: “Los argentinos valoran muy positivamente el cine nacional. Es casi tan bien evaluado como el cine extranjero, 7,7 sobre 10 el extranjero; y 7,2 el nacional” (SINCA en *Cultura Argentina*, 2014, p.1).

Imaginaris sobre lo nacional

Las encuestas y estudios realizados en cuanto a la cantidad de espectadores de cine argentino en la última década, constatan que este no crece en la misma proporción que la cantidad de películas que se exhiben y se producen, aunque como aparece en la primera *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno digital*, el cine nacional es

En las entrevistas⁴ aparecen claras diferencias etáreas. En aquella gente que manifiesta tener un gusto por el cine, el cine argentino comienza a tener alguna presencia. También pudimos detectar los siguientes imaginarios, claramente diferenciados a pesar de los límites de la muestra. La gente de mediana edad, más educada cinematográficamente con cine de autor extranjero, desconfía del cine argentino y formula razonamientos de sentido común, sin a veces determinar en qué película aparece la “remanida” lentitud, el mal sonido, o historias

Gráfica 4. Espectadores totales y en relación a la población. Argentina y otros países. 2012. En unidades.



Fuente: INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales).

poco atractivas o “sin ritmo”. Si viven lejos del centro de la ciudad es poco lo que ven de los reiterados estrenos, y las películas que recuerdan son aquellas que tuvieron más difusión porque los actores eran de la televisión. En los más jóvenes se manifiesta un mayor interés por el cine argentino, en particular en aquellos que estudian carreras vinculadas con el arte; estudiar cine se ha constituido en una elección de carrera próxima y factible para clases medias con ciertos consumos culturales, elección que no ocurría décadas atrás. Muchos de los nuevos directores que participan en festivales de cine independiente pertenecen a la generación de los jóvenes entrevistados. Otro rasgo señalado como negativo es la porteñidad, es poco lo que se asiste al cine actual, generalmente los nuevos estrenos aluden a una urbanidad del interior, y la mayoría de los jóvenes ha crecido sin ir al cine; o si en sus familias lo hacían, solo era una excepcionalidad de vacaciones. Como señala la encuesta del Sistema de Información Cultural de la Argentina, SINCA, 2013, los jóvenes ahora se conectan con la computadora, como lo hacían antes con la televisión, y desde esa vinculación deciden luego qué película o serie ver; son quienes menos van al cine, pues su entorno digital está centrado en la computadora. Por un lado, bajan películas por la computadora o cuando asisten a salas eligen las que tienen estilo multiplex donde se exhiben películas dinámicas, de géneros como ciencia ficción o *thrillers* donde no ubicarían al cine local. Desde el punto de vista espacial, las eligen “porque están cerca”. Así es como establecen una división entre cine de búsqueda estética, más complejo o intimista, o de temáticas políticas o sociales, y otro más comercial, con artistas más conocidos, accesibles por la cercanía con el hogar; las salas multiplex ocupan el lugar de lo que antes eran las viejas salas barriales.

Asimismo, en las entrevistas surge un discurso ideológico antinorteamericano, de rechazo por el cine tanque de Hollywood o por las series de ese origen; pero también se reconoce que su ritmo las hace más atractivas y por ello se ven asiduamente, más que al cine nacional. Si bien ahora existe una aceptación mayor de su valor, como consecuencia del reconocimiento internacional del cine argentino, ya que no es muy frecuente la asistencia a salas INCAA, que son las que más exhiben cine argentino, parecería, en cuanto a la percepción, la sensibilidad, las prácticas cotidianas, que están más acostumbrados a otro ritmo. Por otro lado, es evidente que se ha perdido el hábito de ir al cine cuando se trata de personas mayores, en los jóvenes no existe prácticamente dicha experiencia y cuando la llevan a cabo quienes no son cinéfilos, se elige el cine más cerca, casi como una prolongación del hogar, no como un corte con lo doméstico.

Los nuevos directores advierten que el tema del público no está resuelto, si bien constatan que ha crecido de manera importante en el último año. Señalan que la crítica muchas veces no favorece a las películas independientes y que tiene efectos negativos sobre el público.

Sin embargo, el efecto es prácticamente nulo cuando se trata de películas “tanque”; la gente va de cualquier forma, aunque la película no sea buena, pero por cierta desconfianza presta más atención a la crítica de las nuevas películas de menor producción.

Las excepciones recientes: *Relatos salvajes* y el resurgimiento de la industria cinematográfica local

Producir cine como bien industrial, el caso de Relatos salvajes

Relatos salvajes es la película del cine argentino de 2014, o mejor dicho, la película más exitosa de 2014. Su éxito supera a todas las películas de cine argentino, en relación con el total de espectadores de la historia del cine argentino y con las películas estrenadas en salas de exhibición del año en cuestión. Respecto al primer aspecto, se trata de la película argentina más vista del año. Convocó en el término de cuatro meses a 3.395.143 personas que pagaron una entrada para verla, superando a todos los “tanques” norteamericanos con una significativa diferencia; la siguieron dos productos de la factoría Disney: *Frozen, una aventura congelada* (1.943.239 espectadores), y *Maléfica* (1.883.324 espectadores). Es decir, el filme escrito y dirigido por Damián Szifrón tuvo un rendimiento 75% mejor que la segunda película argentina estrenada en el *ranking*, si se toman en cuenta todas las películas estrenadas en el país en el año. ¿De qué nos habla este éxito del cine argentino? ¿En qué se diferencia esta película de otras del cine argentino?

En primer lugar, reflexionemos en torno a la diferencia de éxito de la película en relación con otras locales. *Relatos salvajes* implicó 45% del total de espectadores de cine argentino. El otro 55% se repartió entre las 161 películas restantes producidas a lo largo del año, número también muy alto en ese sentido. En 2014 se estrenaron 162 películas argentinas en cines —que el lector ni siquiera se haya enterado de la existencia de la amplia mayoría de ellas, es otro tema—, un promedio de casi tres por semana. Aun cuando no es el objeto del artículo debatir aquí sobre la política de subsidios estatales y la falta de público de la mayoría de esas películas, de todos modos algunas cuestiones quedarán planteadas, en consecuencia, al analizar el éxito singular de esta película.

El éxito del filme puede traducirse también en dinero: recaudó más de \$150.000.000. Si bien los productores de *Relatos salvajes* se quejaron de haber recibido el mismo monto estatal que el resto teniendo costos muy diferentes, de tomar ese dato, solo siete de las 162 películas la alcanzaron (entre las siete se encuentran *El inventor de juegos* y *Betibú*); es decir, solo 4% de la producción nacional. ¿El 96% restante? 153 películas (94% del total) no llegaron a los 100.000 espectadores, 149 filmes (92% del total) ni arañaron los 50.000 espectadores, 138 producciones

(85%) no tocaron los 10.000 espectadores. Y, yendo aún más al extremo, 75 películas (46%) no llegaron ni siquiera a los 1000 espectadores. La película que menos recaudó reunió \$260.

Como anticipaba Hugo Sigman, el productor nacional de la película, en un reportaje del *Diario Perfil*, a mediados de agosto de 2014, *Relatos salvajes* “es la película que nos dejará plata antes de su estreno en Argentina, visto que ya había sido premiada en otros países” (*Perfil.com*, 2014).

Dada la singularidad del éxito, nos interesó ahondar en la estrategia de producción, nueva para la industria cinematográfica argentina, a partir de la afirmación de una de las innumerables notas que se han publicado tanto en la prensa gráfica como en revistas de cine y blogs en la web. En el sitio LatAM Cinema, se afirma, a propósito de otra entrevista al productor argentino, “Aún antes de asegurarse su lugar en la competencia oficial de Cannes, “Relatos salvajes” era señalada como la mayor producción argentina del año” (LatAM.com, 2014). ¿En qué consiste esta producción?, se pregunta la nota, y allí comienza a enumerar una serie de elementos que considera distintivos en términos de producción. Señala el éxito anterior de su director y guionista en la televisión, pues la película marca el regreso al cine de Damián Sziffrón, el director/autor que dejó su huella en la televisión argentina con *Los simuladores* y que en la pantalla grande ganó elogios con la comedia policial *Tiempo de valientes* (2005). Remarca, como otras notas, la importancia del elenco actoral y la puesta en escena local de una temática universal. Alude a la película en términos de superproducción, dado que tiene detrás a una de las productoras más importantes del país, Kramer & Sigman Films, compañía que tiene en su filmografía películas como *La historia oficial*, *De eso no se habla* o *Crónica de una fuga* (seleccionada en Cannes 2006), que se involucra activamente en todo el desarrollo de sus producciones.

Asimismo, podríamos agregar dos datos de lo novedoso de esta película: que el productor sea un empresario argentino, que además de tener una productora de cine genera recursos económicos en otras intervenciones, y la forma de distribución de una película argentina.

CEO, la productora mencionada, del Grupo Insud, a cargo de Hugo Sigman, psiquiatra, comprador de arte, dueño de laboratorios y empresas que suman 7000 empleados en 46 países del mundo y 1000 en Argentina, financió 70% de la película de Damián Sziffrón, junto con su contraparte española la productora El Deseo, del director español Pedro Almodóvar (que aportó 30%). Además, en Argentina hubo coproductores que colaboraron: Telefe, Corner y la productora de Belocopitt, entre otras.

La forma de distribución ha permitido el acceso del gran público a la película, tanto en Argentina como en una gran cantidad de países. Warner Bros, empresa que adquirió los derechos para estrenarse en Latinoamérica, España y Francia, ha dispuesto 288 pantallas para la exhibición nacional. Una cifra sin precedentes para el cine nacional.

Posteriormente, la distribuidora Sony Pictures Classics adquirió los derechos de la película para su distribución en Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda. Este elemento, que las políticas nacionales cinematográficas deberían tener más en cuenta a la hora de apoyar la producción de cine, resulta contundente en el alcance nacional e internacional que ha asumido la película.

Siguiendo esta lógica de gran producción industrial cinematográfica, la cabeza productora principal de este producto remarcó en una de sus entrevistas:

En Kramer & Sigman siempre creímos que *Relatos salvajes* tenía un mensaje universal, y este acuerdo con Sony Classics confirma esa idea y nos permite acceder a la audiencia de Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda. Estamos convencidos de que, con la visión, calidad y profesionalismo que caracteriza a Sony Pictures Classics, *Relatos salvajes* tiene buenas posibilidades de ser vista masivamente en esos países [*Haciendo Cine*, 2014].

Este carácter de superproducción también puede advertirse en la legitimación que ha adquirido la película mediante un importante número de premios por parte de diversas instituciones como la Academia Nacional de Cinematografía; la ovación que tuvo en el Festival de Cannes, que le permitió ser candidata al Oscar como película extranjera y también por un número significativo de cualidades. Fue galardonada con los premios Goya; ha sido ovacionada en Toronto y ha tenido un increíble éxito en España, donde ya la han visto 750.000 espectadores. Tal sucesión de premios contribuyó a posicionar a la película argentina en el pedestal de la historia del cine mundial. ¿Lo novedoso de esta superproducción para el cine argentino, explica el éxito? La pregunta aquí es cómo se produce identificación con el público que asiste masivamente. Y ahí surge vincularse con la temática de la película en sí misma.

Relatos salvajes o lo amoral argentino en un contexto de desigualdad

A lo largo de la película se despliega una problemática contemporánea con estilos argentinos. En efecto, en los seis relatos aparece una tensión entre nuestros deseos y aspiraciones y los “controles” internos, cuyo debilitamiento es provocado por el orden social actual a partir del imperio de la flexibilización laboral, lo cual produce un desajuste con los externos, los que muchas veces son vividos como injustos, pues no siempre se adaptan a nuestras motivaciones y se instalan ahí como una barrera. Lo singular de esta época es que esa tensión se exagera, ya que la sociedad de consumo contemporánea requiere individuos insatisfechos, en búsqueda de placer constante, y también socializados, para que aflore más el individuo que el sujeto identificado con la norma social. Lo que provoca el estallido violento de esa eterna tensión es que, por un lado, se promueve que seamos nosotros mismos, en un

clima de época atravesado por la incertidumbre, pero, por otro, lo social se presenta como un límite para nuestros deseos: emerge lo peor de este individualismo exacerbado que es el no reconocimiento del otro y fundamentalmente el debilitamiento de la compasión. Estos rasgos contemporáneos dan cuenta de aspectos cotidianos de la sociedad argentina, que en muchas situaciones expresa una gran dificultad de aceptar normas burocráticas que administran y regulan las voluntades, siendo la transgresión, la omnipotencia o simplemente el descuido lo que regula nuestras vidas. Podríamos decir que esta película, a la par de obras de teatro de carácter universal, hace referencia a temas eje de la condición humana en general, pero el hallazgo aquí es que se presentan como se manifiestan actualmente y “en argentino”. En efecto, sentimientos como la venganza, la envidia, el odio, el amor como posesión, los celos, los prejuicios, los fantasmas del pasado, el individualismo constituyen rasgos universales a la vez que contemporáneos, así como el deseo de hacer justicia por mano propia, por encima de la ley. Por esas razones es una película social, pero no solo en lo que muestra de desigualdad social, como consecuencia de relaciones de poder asimétricas, sino también en términos de cómo nuestro ser social entra en conflicto con nuestra subjetividad. Es decir, en la película aparecen dos planos de lo social, uno más en sentido estructural, en relación con las tensiones y conflictos de clases sociales antagónicas atravesadas por cierta impunidad, y otro más general y en términos de límites difusos entre lo social y lo individual. Entonces, ¿mi reacción es consecuencia de la desigualdad social y de sociedades polarizadas, o es que al otro no lo quiero y no me importa o ambas cuestiones al mismo tiempo? Sociólogos contemporáneos como Zygmunt Bauman y Richard Sennett son quienes más reflexionan en torno al sujeto contemporáneo en la sociedad posfordista, esto es, en la sociedad donde han cambiado las formas de trabajar y se requiere de un sujeto que cultive su individualidad, en un contexto social incierto y evanescente. Ya la culpa no parece regir la vida de las personas en relación con la consecuencia de sus actos, en relación con los otros; en todo caso, aparece la vergüenza cuando el individuo no logra ser exitoso como los otros, éxito que importa poco cómo se alcance... Lo que aparece a lo largo de la película como determinante, es que solo me importa lo que quiero yo. La expresión de este rasgo va a tener distintas manifestaciones si se trata de un empresario exitoso, un ingeniero, una novia de clase casi alta, un abogado o el dueño de una inmobiliaria que si se trata del mozo de un bar en el medio de la ruta, un cocinero de un casamiento, o el jardinero. Entonces, no tolero que nada se interponga en el camino, sean otros o reglas sociales. Y ahí empieza la violencia, ahí emerge la furia o estalla el odio.

Es evidente que algo pasó que el orden social no aparece como legítimo, creíble o factor de represión y de moralización de mis instintos: el lazo social se presenta roto. ¿Es una época amoral? Es decir, no me importa nada

del otro, si el día del casamiento, momento de consagración del amor y del compromiso afectivo de una pareja, invito a un/una amante, como se presenta en el último relato; no me importa nada del otro, no lo escucho, si, a pesar de que yo, como representante de la burocracia estatal, necesaria para la vida en sociedad, aludo a la norma permanentemente y presto atención al reclamo del automovilista que llega tarde al cumpleaños de su hija; no me importa nada del otro, si lo insulto en términos racistas y hago una exaltación de poder a partir de manejar un auto de alta gama; no me importa nada del otro, si violo la ley luego de haber cometido un asesinato con el auto, nuevamente de alta gama. Claro, cada uno de los “no me importa nada del otro” tiene distintas implicancias y consecuencias, pero podemos afirmar que es un *leitmotiv* de los relatos de la película que viene asociado con hacer justicia por mano propia; en uno y otro relato aparece este síntoma contemporáneo de debilitamiento del lazo simbólico y fundamento de la sociedad.

Otro plano de lo social, también mencionado en la película, es el de la desigualdad social argentina y la ostentación de cierta clase media enriquecida económicamente, emergente en la época de la dictadura y reforzada en los años noventa junto con la aparición de ciertos bienes como signo de distinción, fundamentalmente expresión de poder económico. Desigualdad que, si bien aparece con frases y rituales locales, se puede hacer extensible a otras sociedades de consumo: las fiestas lujosas y los autos de alta gama constituyen expresión de desigualdad y poder, aquí, en Colombia, en Brasil, España o en EEUU. Símbolos de las sociedades de consumo que imaginan un mundo de felicidad y placer y que sin embargo muchas se sostienen en un vacío existencial. Lo interesante y novedoso de la película, y de una película argentina, es que ese vacío existencial no es privativo de los ricos. Nadie es idealizado, no hay buenos ni malos como en el viejo melodrama cinematográfico argentino, donde los ricos eran malos y los pobres buenos, dando lugar a los imaginarios populistas que han atravesado la cultura y la vida cotidiana argentina. En *Relatos Salvajes* las personas acuden a su bondad y maldad en sentido táctico. Obviamente, quien tiene mayor poder económico y social logrará más ventajas en ese ir y venir, que quien ocupa un lugar subalterno. Lo nuevo es que nadie puede tirar la primera piedra, como la cocinera del bar de la ruta que al enterarse que su cliente había estafado a la moza del bar se propone asesinarlo con veneno de ratas; o como el jardinero del relato vinculado al asesinato de una mujer embarazada por el hijo del abogado adinerado, quien en el medio del arreglo corrupto entre abogados y fiscal, para evitar el encarcelamiento del hijo asesino al volante, también reclama parte del soborno. Seguramente en cada uno de los relatos cada uno de nosotros encontrará algo de su ser instintivo, de su propio descontrol y de su ser social, esto es, cómo convivimos —a decir de Castoriadis— con el magma de significaciones que nos constituyen y que

afloran en situaciones límite. ¿Este cierto modo de aflorar, será propio de los argentinos? ¿Será que las reglas y las instituciones son más débiles? No encontraría en esta película una alusión directamente política. Es una película que da cuenta de la lógica de las relaciones sociales y de la tensión contemporánea/local entre individuo y sociedad. Finalmente no hay moraleja ni discurso moral, no es de izquierda ni de derecha.

Conclusiones

A lo largo de este artículo nos propusimos desplegar un conjunto de dimensiones que fundamentan la transformación de los espectadores, en este caso argentinos, en cuanto a las formas de recepción del cine y su impacto en la transformación del gusto. Si, parafraseando al clásico texto ya mencionado de García Canclini, el espectador de los años noventa, momento de inflexión en la historia del público de cine, se caracterizó por su americanización no solo en relación con el origen de la película, la transformación en multiplex de los modos de exhibición, sino también en relación con un modo menos público de ver cine, el espectador del tiempo presente es otro. Es innegable que el espectador de cine se ha transformado y se sigue transformando a la luz de los cambios sociales, tecnológicos y de estilos de vida. En la dinámica social actual, el tiempo libre está menos pautado, pues los ritmos laborales son otros, como se puede observar en los jóvenes que estudian y trabajan en formas inestables. Hay menos rutinas y usos más desordenados del tiempo. Se evidencian nuevos recorridos de la ciudad, tanto por una nueva dinámica laboral como por la creciente desigualdad social, el impacto de la gentrificación urbana y la inseguridad, la cual vuelve más hostil circular por la ciudad en la noche. La gente tiende a vivir y moverse casi en forma concéntrica, no circula como un *flaneur* por todos sus rincones, como en la promesa de la modernidad. Dado lo caótico y amenazante que se vuelve vivir en la ciudad, para salir al cine se elige la sala más cercana, la cual no siempre coincide con la aún circunscripta oferta de salas INCAA, las salas promovidas para proyectar cine nacional, más allá de las buenas intenciones. Ver cine no significa solo asistir a salas de exhibición, incluye una multiplicidad de formas de circulación, vinculadas a las nuevas formas de reproducción hogareña y la aparición de Internet. Ver cine, entonces, tiene que ver con un nuevo ritmo urbano y digital, un ritmo laboral y un ritmo de la película, y eso parece ser lo que también se demanda a las nuevas producciones de cine argentino. Por otra parte, el éxito reciente de películas producidas en el país, como *El secreto de sus ojos* (2012) y *Relatos Salvajes* (2014), revela la emergencia de la industria del cine a partir de nuevas formas de coproducción, la estrategia de presentar la película en diversos y múltiples festivales y la incorporación de una rítmica fundada en la acción y en el relato corto,

en una época de disminución de la atención en discursos largos. No debe soslayarse, finalmente, el acierto en los temas planteados en la película y el tono emocional, entre trágico e irónico, estilo crecientemente frecuente en los relatos contemporáneos.

Notas

- ¹ Acerca de las temáticas del exitoso cine argentino entre los años veinte y cuarenta, sugerimos leer a Karush (2013), pues las mismas habrían generado una empatía con la cambiante sociedad argentina.
- ² En este punto, García Canclini se refería a que la gente, al alquilar películas en el videoclub, ve cine de la misma manera que consume otros bienes y presta menos atención al bien cine como resultado de una compleja articulación de personas que intervienen. Por ejemplo, deja de prestar atención a los carteles del final y se levanta antes, situación que antes no era frecuente en el consumo de cine en salas.
- ³ En Argentina este proceso se producirá recién en los años noventa.
- ⁴ Hemos realizado entrevistas en profundidad a jóvenes y adultos, hombres y mujeres de clase media consumidores de cine, aunque en menor medida asistentes a salas de cine, fenómeno que aparece ahora como más vinculado a clases medias altas dado el aumento del precio de la entrada y su vinculación con “la cultura de las salidas”, como las denomina Renato Ortiz (1997), pues ahora se va al cine y a comer, gasto que ya no es posible realizar con la frecuencia en que se hacía hace 40 años.

Referencias

- Bordat, E. (2010), “Cine e identidad: un análisis de las políticas de fomento al cine en Argentina y en México en el siglo XX”, *Hal, archives-ouvertes*, halshs-00496199, en <<http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/49/61/99/PDF/ElodieBordatArticle.pdf>> [fecha de consulta: 3 de abril de 2015].
- Castells, M. (2009), *Comunicación y poder*, España, Alianza.
- Cultura Argentina (2014), “Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital”, *Cultura Argentina*, en <<http://www.cultura.gob.ar/noticias/consumos-culturales-facebook-es-la-pagina-mas-visitada-por-los-argentinos/>> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2015].
- Doca (2012), “Sobre el problema de la distribución y la exhibición en la Argentina”, *Documentalistas Argentinos*, en <<http://docacine.com.ar/distribucion-exhibicion.html>> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2015].
- Falicov, T. (2013), “El cine argentino y la crisis de la audiencia”, *Revista Cronopio*, núm. 38, en <www.revis-tacronopio.com> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- García Canclini, N. (1993), “De lo público a lo privado: la americanización de los espectadores”, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.

- Getino, O. (1998), *Cine argentino (entre lo posible y lo deseable)*, en <http://www.hamalweb.com.ar/textos/getino_cine_argentino.pdf> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Getino, O. (2007), *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*, Buenos Aires, Ciccus/INCAA.
- González, L. (2012), "Cine argentino. Gusto, recepción y consumo. Primeras aproximaciones", en <http://www.ungs.edu.ar/ms_ico/wp-content/uploads/2012/03/LG-Ponencia-ALAI-2012-Uruguay.pdf> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Grupo Kane (2005), "Entrevista a Fernando Martín Peña", *Grupo Kane*, en <http://www.grupokane.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=66:artentrevfernandopena&catid=41:cateoria&Itemid=29> [fecha de consulta: 3 de abril de 2015].
- Haciendo Cine (2014), "Relatos salvajes ya tiene distribuidora internacional", *Haciendo Cine*, 16 de mayo, en <<http://www.haciendocine.com.ar/node/41776>> [fecha de consulta: 3 de abril de 2015].
- Hopenhayn, M. y R. Franco (2010), *Las clases medias en América Latina*, México, Siglo XXI/Cepal.
- Karush, M. B. (2013), *Cultura de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946)*, Buenos Aires, Ariel.
- King, J. (1985), *El Di Tella y el desarrollo cultural argentino*, Buenos Aires, Ediciones de Arte Gagaglione.
- LatAM.com (2014), "Hugo Sigman, productor de 'Relatos salvajes'", *LatAM Cinema.com*, en <<http://www.latacinema.com/entrevistas/hugo-sigman-productor-de-relatos-salvajes/>> [fecha de consulta: 3 de abril de 2015].
- Marino, S. (2013), "Espacio audiovisual argentino: claroscuros de un presente exitoso y de un futuro incierto", *Austral Comunicación*, vol. 2, núm. 2, pp. 187-205.
- Nota 22 (2013), "Los jóvenes ven poco cine argentino porque no se enteran de los estrenos", *Nota 22.com*, 7 de octubre, en <<http://www.nota22.com/noticia/9009-los-jovenes-ven-poco-cine-argentino-porque-no-se-enteran-de-los-estrenos.html>> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Ortiz, R. (1997), "Notas sobre la mundialización y la cuestión nacional", *Nueva Sociedad. Democracia y Política en América Latina*, núm. 149, en <http://www.nuso.org/upload/articulos/2594_1.pdf> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Perfil.com (2014), "Hugo Sigman: 'Relatos...' es la primera película que nos dejará plata", *Perfil.com*, 17 de agosto, en <<http://www.perfil.com/espectaculos/Relatos...-es-la-primera-pelicula-que-nos-dejara-plata-20140817-0056.html>> [fecha de consulta: 14 de enero de 2015].
- Radakovich, R. (2013), "Industrias creativas en Uruguay. El boom del cine nacional en los años dos mil", en M. Pais y A. Molina (comps.), *Cultura y desarrollo en América Latina. Actores, estrategias, formación y prácticas*, Buenos Aires, EC Ediciones Cooperativas, en <http://www.academia.edu/8743160/Industrias_creativas_en_Uruguay_el_cine_nacional_de_la_d%C3%A9cada> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Raposo, M. (2007), "El desafío de fomentar y consolidar la industria cinematográfica", *Universidad de Palermo. Centro de Investigación en Entretenimiento y Medios*, en <http://www.palermo.edu/economicas/ciem2/pdf/Desafiodeaumentarla_participacionnacional_v5.pdf> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Sarlo, B. (1988), *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- SINCA (2014), *Atlas cultural de la Argentina*, en <<http://sinca.cultura.gob.ar/sic/publicaciones/libros/Atlas-Cultural-de-la-Argentina.pdf>> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Tasker, I. (1998), "Aproximación al nuevo Hollywood", en J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*, Buenos Aires, Paidós Comunicación, pp. 323-346.
- Wortman, A. (2001), "Globalización, consumos y exclusión social", *Nueva Sociedad*, núm. 175, en <http://www.nuso.org/upload/articulos/2997_1.pdf> [fecha de consulta: 20 de abril de 2014].
- Wortman, A. (2002), "Identidades sociales y consumos culturales: el consumo de cine en la Argentina", *Intersecciones en Comunicación*, núm. 2, en <http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=405%3Aarticulo-wortman&catid=48%3Arevista-intersecciones-en-comunicacion&Itemid=102> [fecha de consulta: 25 de abril de 2014].
- Wortman, A. (2003), *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida en la Argentina de los noventa*, Buenos Aires, La Crujía.
- Wortman, A. (2008), "Consumo de cine en Argentina. ¿Es posible reinventar los imaginarios nacionales?", *Indicadores culturales*, Buenos Aires, EDUNTREF, pp. 104-115. Una versión más reducida de este artículo en <<http://ubaculturaldigital.wordpress.com/2008/09/26/reinventar-imaginarios-nacionales-en-la-globalizacion-%C2%BFes-posible-recuperar-el-publico-del-cine-nacional-hoy/>> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2015].
- Wortman, A. (2010), "Las clases medias en Argentina, 1960-2008", en R. Franco, M. Hopenhayn y A. León (coords.), *Las clases medias en América Latina. Retrospectiva y nuevas tendencias*, Santiago, Siglo XXI/Cepal, pp. 117-167.
- Wortman, A. (2013a), "¿Hay un boom de la producción audiovisual? Una aproximación comparativa entre Brasil y Argentina", en I. Sarti, D. Perrotta, M. Leite y G. Cardoso (orgs.), *Por una integración ampliada da*

América do Sul no século XXI, Rio de Janeiro, Perse, en <Hay un boom de la producción audiovisual? Una aproximación comparativa entre Brasil y Argentina www.academia.edu/7030681/Por_uma_integração_ampliada_da_América_do_Sul_no_século_XXI_-_V.2> [fecha de consulta: 20 de marzo de 2015].

Wortman, A. (2013b), “Demoliendo mitos, ¿se va o no se va al cine en el siglo XXI? El caso de la ciudad de Buenos Aires”, ponencia, *XXXI Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos*, LASA, Washington DC, 29 de mayo al 2 de junio.

Wortman, A. (2013c), “Imaginaris argentinos en la era de la globalización cultural”, ponencia, *XXIX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*, Alas, Santiago, Chile, 29 de septiembre al 4 de octubre, en <http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT3/GT3_WortmanA.pdf> [fecha de consulta: 20 de octubre de 2014].

Filmografía

Relatos salvajes (2014), dirigida por Damián Sziffrón, Argentina/España, Kramer & Sigman Films/El Deseo.

Recibido: 4 de abril de 2015

Aceptado: 10 de agosto de 2015

* Parte de este artículo fue presentado en forma de ponencia en el marco del Congreso LASA, Chicago, 21 al 25 de mayo de 2014, en el panel *Públicos de cine en América Latina*, coordinado por la Dra. Anita Simis.

** **Autora: Ana Wortman**

Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA y de posgrados en Gestión Cultural, en forma virtual y presencial. Investiga sobre Identidades sociales y producciones culturales contemporáneas. <Aewortman@gmail.com>. Sus últimas publicaciones: *Mi Buenos Aires querido, entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*, Prometeo, 2012; “La producción simbólica del kirchnerismo” en *10 años de kirchnerismo, ¿la década ganada?*, editado por Carlos Gervasoni y Enrique Peruzzotti, Penguin Random House Mondadori, 2015; y “Consumo culturales en Buenos Aires: una aproximación a procesos sociales contemporáneos”, documento de trabajo, núm. 73, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, 2015.

Imagen de inicio:

Sala Instituto Nacional de Cine y artes audiovisuales de la Argentina. Recuperado de <<http://argentina.com.ar>> [fecha de consulta: 3 de agosto de 2015].

Cómo citar este artículo:

Wortman, Ana (2015), “De la americanización a la globalización de los espectadores. Nuevas proyecciones del cine nacional”, *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 36, mayo-octubre, pp. 113-125, en <<http://version.xoc.uam.mx/>>.