

La ciudad, los cines y sus públicos

Equipamiento de exhibición y prácticas de consumos de filmes en Buenos Aires: del encuentro colectivo al espectáculo minoritario (1960-2014)



Emiliano Torterola*/Universidad de Buenos Aires, Argentina

RESUMEN: Durante buena parte del siglo XX, cada uno de los “cien barrios porteños” contó con al menos una sala de cine. Estos espacios de sociabilidad y cultura, junto con las grandes y pequeñas salas del Centro Histórico, constituyeron verdaderos símbolos de la sociedad y la ciudad de masas, de su cultura urbana y agitada vida pública. Sin embargo, y en correspondencia con el advenimiento de profundas transformaciones estructurales —sociourbanas y socioculturales—, la cantidad, la distribución física de los espacios de exhibición, las demandas de consumo, así como los públicos, cambiaron drásticamente en décadas recientes (1990-2014). El trabajo presentado a continuación se propone exponer de manera articulada tan radicales metamorfosis, haciendo foco en la ciudad de Buenos Aires, para problematizar por último en las formas de construcción y conceptualización de los públicos de cine dentro de las ciudades actuales.

PALABRAS CLAVE: públicos de cine, consumos de cine, ciudad de Buenos Aires, exhibición *multiplex*, suburbanización.

ABSTRACT: For most of the XX century, every single “true Buenos Aires neighborhood” had at least, one cinema. These cultural and sociable places, among the big and small historical center cinemas, constituted a real symbol of the culture and the mass city, its urban culture, and hectic public life. However, according to the coming deep structural changes —urban-social and cultural-social— the amount, the physical distribution of the cinemas, the demand, and the audiences have been drastically changed in recent decades (1990-2014). The purpose of this paperwork is to expose, in an articulate way, and by focusing on Buenos Aires city, this extreme metamorphosis to finally question the manners of cinema audiences construction and conceptualization.

KEY WORDS: Movie theater, cinema consumption, Buenos Aires city, multiplex exhibition, suburbanization.

The city, the cinemas and their publics. Equipment display and practices of consumption of films in Buenos Aires: from the collective meeting to the minority show (1960-2014), Pp. 153-166, en *Versión. Estudios de Comunicación y Política* Número 36/mayo-octubre 2015, ISSN 2007-5758
<<http://version.xoc.uam.mx>>

I. Introducción

EL DESEMBARCO DEL SERVICIO DE exhibición y consumo *multiplex*, lo mismo que la gestación y consolidación de sus visitantes, lleva poco más de 20 años en Buenos Aires (inicios de 1990 a la fecha). Paradójicamente, la “reestructuración”, “remodelación” o “modernización” de los espacios de exhibición y sus públicos transcurrió casi inmediatamente después que numerosos directores, periodistas e investigadores diagnosticaran o, más aún, pronosticaran la “muerte” o el “final” del cine como forma urbana de comunicación audiovisual y reunión social (véase Russo, 2009; Aprea, 2009).

Sin lugar a dudas, la revolución o remodelación *multiplex* (Rosas-Mantecón, 2003; Rama, 2003a y 2003b; García-Canclini, 1999) fue posible gracias al desembolso de millonarias inversiones realizadas por las corporaciones transnacionales y locales multimedia, orientadas a la industria del entretenimiento, así como a otras actividades. No menos novedosas que dicho desembarco resultaron las demandas de consumo de los públicos de cine o, cuando menos, sus características principales en el circuito comercial de difusión. Sin embargo, estas demandas materiales y simbólicas —lo mismo que los criterios de circulación y apropiación del espacio urbano, o las disposiciones al encuentro y la interacción pública— poco tenían en común con las que caracterizaron a los rituales urbanos de cine durante su fase “masiva” o “generalizada”, en el corazón del siglo XX.

Al margen de la presentación (I), el artículo ofrecido se compone de dos grandes apartados o bloques: “II. Del Centro Histórico a los núcleos barriales: cine y comunicación generalizada” procura explicar las razones por las cuales, durante buena parte de la pasada centuria, los espacios de exhibición se transformaron en sitios estelares del entretenimiento generalizado o de masas; entre ellas destacan la amplia cobertura territorial de los cines o el precio popular de las entradas. Por su parte el tercer bloque, “Públicos y ciudadanos: mucho más que un entretenimiento”, explora de manera sucinta las formas de caracterización del ritual urbano que contribuyeron a la generalización del entretenimiento de masas. Este fenómeno abrevó en una creciente socialización¹ del ocio y el consumo cinematográfico masivo, pero también en el fortalecimiento de una cultura pública urbana sólida, plural, diversa, intensiva.

La cuarta sección, “Marco de emergencia de los complejos y los espectadores *multiplex*: brechas sociourbanas, privatización y mercantilización del ocio y el esparcimiento en Buenos Aires”, actúa de bisagra entre los dos períodos históricos aquí analizados y, por lo tanto, entre los capítulos II y III, y V y VI. Por tal motivo, procura generar un ámbito de reflexión para comprender la desarticulación de la vieja relación “ciudad fordista-keynesiana (Soja, 2008) —comunicación generalizada de cine”, y la construcción de un modelo

urbano y de acceso a los bienes y servicios cinematográficos estructurado por grandes corporaciones, la cuales están orientadas a la producción privada de la ciudad y, más específicamente, a la gestación de servicios avanzados de consumo y entretenimiento, en un contexto histórico caracterizado por la profundización de desigualdades sociourbanas.

“V. Nuevos centros y espectadores urbanos de exhibición cinematográfica” se propone, al igual que el apartado II, exponer las formas de localización de los complejos *multiplex* y sus consumos, así como las racionalidades que impulsan a estas. Como se observará posteriormente, después de los procesos de descentralización de las ofertas y demandas multisalas, vino un profundo proceso de homogenización de las mismas, pero también una acuciante recentralización y concentración urbana de los complejos.

El sexto apartado, “Descolectivización, privatización: nuevos sentidos del ritual minoritario”, explora la importancia y los alcances que, en la actualidad, presentan las segregaciones sociourbanas en cuanto a la formación de espacios y públicos de cine. Como se sostendrá posteriormente en las conclusiones, lo que se pone en cuestión es la posibilidad misma de una vida-en-común, del compartir bienes comunes, colectivos. En ese contexto, se sostiene lo siguiente: han avanzado las formas suburbanizadas y fuertemente privatizadas de sociabilidad y consumo minoritario y confinado de cine. Así, más que una conclusión, la sección final se propone abrir interrogantes y debates para futuras investigaciones.

Por último, resta explicitar la perspectiva metodológica adoptada para el artículo. Se determinó un enfoque histórico-comparativo que tiene como objeto generar una comprensión y explicación más precisa de las formas contemporáneas de estructuración de espacios y públicos urbanos de cine. De manera que sociedad, ciudad y consumos (cinematográficos) “de masas”, así como sociedad, ciudad y consumos “fragmentados” —por no emplear más definiciones—, conforman tipos-ideales, modelos conceptuales puros, abstractos, que facilitan el cotejo y el contraste histórico, social y cultural. Al mismo tiempo, el enfoque comparativo se propone dar cuenta de un conjunto de procesos sociourbanos y culturales que permita explicar, en clave evolutiva y de manera dinámica, la “transición” de una forma histórica a otra. De ahí la importancia de términos como colectivización, fragmentación, segregación, privatización, dualización o mercantilización urbana, y de los consumos “situados” o “localizados”. Las fuentes utilizadas más destacadas son esencialmente cuantitativas (bases de datos georreferenciadas, indicadores o estadísticas sobre preferencias de salidas, salas de cine, evolución de la taquilla, etcétera). También se utilizarán algunas fuentes de naturaleza cualitativa, como artículos periodísticos.

II. Del Centro Histórico a los núcleos barriales: cine y comunicación generalizada

Al menos en numerosos países de América Latina, durante los treinta y cincuenta de la última centuria los espacios de exhibición de cine parecían haber “brotado como del suelo”, convirtiéndose en verdaderos íconos de la modernización y la comunicación (masiva) urbana. Prueba de ello fueron, respectivamente, las imponentes estructuras edilicias que caracterizaron a los novedosos templos seculares, y la poderosa atracción que generaba en las multitudes, agolpadas en la oscuridad y frente a la gran pantalla, la proyección de imágenes (posteriormente también sonidos), cinematógrafo mediante.

¿Qué modo de inserción urbana y cuáles cualidades o atributos son necesarios resaltar para comprender el acceso y el consumo generalizado de cine en el corazón de las ciudades latinoamericanas del siglo XX? En primer lugar, la cantidad y variedad de establecimientos que formaban el equipamiento porteño de cine (verbigracia de primer nivel, segundo orden y, por último, las “piojeras” o los “tachitos”; diferenciados entre aquellos “de nivel” que difundían estrenos, así como de las salas que reproducían películas viejas o de escasa atracción). En segundo término, el grado de dispersión o, mejor dicho, de distribución geográfica de las salas, hecho que se tradujo en una extensa cobertura urbana. Exceptuando algunos barrios del extremo austral de Buenos Aires (Villa Riachuelo y Villa Soldati), hacia 1950 o 1960 los porteños no debían trasladarse, en promedio, más de 1.000 metros para encontrar un cine.

Entre las consecuencias de estos factores, se reconocerá ante todo que, en la ciudad “de masas” (Donzelot 2012) “fordista-keynesiana” (Soja, 2008) o “desarrollista” (Ciccorella, 2012), prácticamente todos los vecindarios del distrito contaban con su templo cinematográfico. Con frecuencia, este último formaba parte del centro parroquial de esparcimiento y consumo, el cual estaba equipado con restaurantes, bares, bodegones, cafés (véase Rud, 2012). “Cada barrio ostentó al menos un cine. Cada cine ostentó al menos una buena época” (Bolaño, 1995, p.8), recordaba nostálgica y preocupadamente una nota periodística hacia mediados de los noventa del siglo pasado, momento en que casi todos los vecindarios perdieron sus antiguos templos de esparcimiento y entretenimiento.

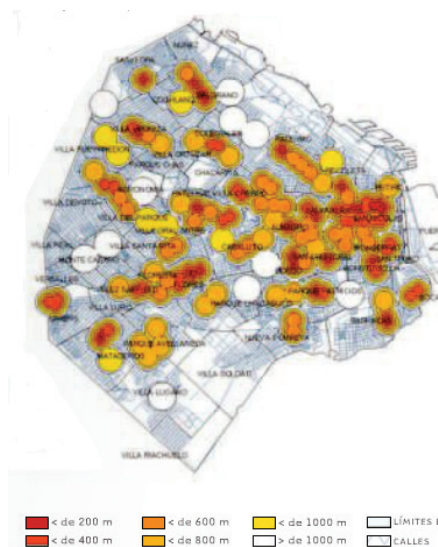
La existencia de centros barriales de exhibición, corolario de las autonomías o autosuficiencia vecinales (sustentadas en la disponibilidad de ofertas materiales y simbólicas, diurnas y nocturnas), les facilitaba a los vecinos el acceso a los espacios de esparcimiento y cultura; asimismo, les evitaba la necesidad de realizar grandes desplazamientos interbarriales o de movilizarse hasta el centro urbano. La cantidad, diversidad y cobertura territorial de los cines en Buenos Aires hacia mediados del siglo XX (puede decirse entre 1940 y 1970) facilitó, al

menos formalmente, un acceso generalizado a los mismos. Difícilmente un porteño debía trasladarse por entonces más de 1.000 metros para llegar a un cine de barrio. En muchos vecindarios, bastaba desplazarse 500 metros o menos para encontrar un espacio cultural. Las únicas excepciones en este punto fueron Villa Soldati y Villa Riachuelo, en el extremo sur —y pobre— porteño (véase mapa 1).

Los cines y públicos vecinales coexistían entonces con un Centro Histórico que se erigía como polo de esparcimiento y consumo ciudadano primario, referente. No casualmente la peatonal Lavalle fue conocida durante largas décadas como “la calle de los cines”. Las crónicas de la época aseguraban que durante los fines de semana —dedicados al paseo familiar—, los paseantes podían demorarse varias horas para transitar solo 200 o 300 metros del (por entonces) mítico bulevar.² A los cines de Lavalle se sumaba la Avenida Corrientes, descrita en los cincuenta como “la calle que nunca duerme” debido a la intensidad y prolongación de su vitalidad nocturna, un lugar en donde los cines y sus públicos, desde luego, cumplían un rol destacado.

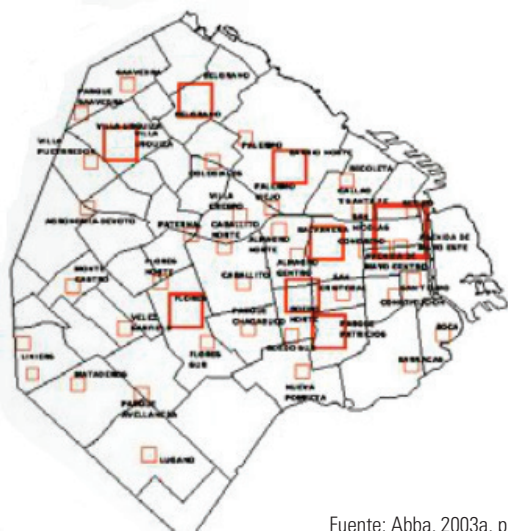
Este hecho no es aleatorio, si se tiene en cuenta que el modelo urbano mencionado era, en lo esencial, “centralizado” (Nivón-Bolán, 2003). Las actividades orientadas hacia el ocio y el entretenimiento, así como la participación multitudinaria en las mismas, establecían una suerte de continuo con las actividades burocráticas y productivas, públicas o privadas. El centro de esparcimiento y ocio colectivo (formado por cines, teatros, librerías, restaurantes, confiterías, bares y demás) se yuxtaponía espacialmente al centro económico (constituido por palacios gubernamentales nacionales y locales; entidades bancarias y financieras en expansión, edificios, galerías comerciales y demás).

Mapa 1. Cobertura territorial de cines. Ciudad de Buenos Aires, año 1960.



Fuente: Abba, 2003a, p.59.

Mapa 2. Jerarquías cinematográficas.
Ciudad de Buenos Aires, año 1960.



Fuente: Abba, 2003a, p.61.

Por su parte, en la cartografía segunda (mapa 2) se grafica la distribución de las centralidades o jerarquías de exhibición, definidas por el número de salas y butacas zonales o barriales. Además de la indiscutible aglomeración de espacios de cultura en el microcentro, debe remarcar que, más allá de algunas excepciones (Belgrano, Villa Urquiza o Flores, vecindarios ubicados en la segunda y tercera corona urbana), el primer anillo de Buenos Aires (macrocentro y barrios aledaños) concentraba el mayor número de espacios de cultura y entretenimiento. La distribución de las jerarquías expresan, de manera georreferenciada, la importancia del Centro Histórico en la esfera del consumo situado urbano.

En tercer lugar, el acceso masivo o generalizado a los cines estaba facilitado no solo por el tamaño de las salas (y los *foyeres*); a inicios de 1950, la capacidad de un cine porteño promedio rondaba las 1.100 / 1.200 localidades (véase Quintar y Borello, 2014, pp.95-96), lo que garantizaba un amplio acceso a los mismos. Si por entonces se contabilizaban cerca de 300 espacios de exhibición (uno por cada 10.000 habitantes), el número de butacas ascendía a 345.000, es decir, un asiento cada 8,7 residentes.

Otro factor insoslayable y primordial —cuarto término— lo constituyó el precio popular, por demás accesible, de las entradas. Entre 1945 y 1960, el valor del *ticket* en los teatros osciló entre US\$0,30 y US\$0,35, uno de los más bajos de la historia de la exhibición en el Distrito (Quintar y Borello, 2014, p.105). Se sabe que las políticas de precios populares o accesibles fueron uno de los motores de la racionalidad comercial fordista. Las ganancias se obtenían por la comercialización de servicios estandarizados a gran escala. Este hecho promovió la ampliación de la base social de los consumos porteños de cine del siglo XX. Si históricamente el Distrito Federal explicó cerca de 30% de la taquilla nacional y, por entonces, esta última era de unos 60.000.000 de aforos anuales, la visita anual

a los centros de exhibición rondaba las 6,7 per cápita, una por bimestre.

III. Públicos y ciudadanos: mucho más que un entretenimiento

A contrapartida de la tesis sostenida en su colosal obra por Sennett (1974), al menos en el caso específico de las grandes ciudades latinoamericanas los rituales de cine fueron mucho más que símbolos de modernidad, comunicación masiva de “imágenes oníricas” y gestación de cultura cinéfila. Como se ha señalado en varias oportunidades (Rosas-Mantecón, 2009; Abba, 2003a; García-Falcó y Méndez, 2010), en el corazón del siglo XX los teatros de cine devinieron verdaderos templos de gestación y celebración de un ritual secular colectivo.

El sentido cultural y social de la salida al cine trascendía largamente el formal consumo de la ciudad, la apropiación de las obras audiovisuales o cualquier otra mercancía. Además de instituirse en un recurso socialmente extendido de entretenimiento —gracias al crecimiento sostenido de las economías locales— el cine conformó, como otros y junto con otros lugares urbanos, una pieza material; al mismo tiempo, se instauró a nivel simbólico como una pieza de incorporación y participación de los sectores populares y medios a la vida cultural porteña.

Dicho de manera amplia, las salas de cine y las distintas formas de reunión y sociabilidad asociadas con el mismo constituyeron medios y, a su vez, condiciones de producción y reproducción del proceso de colectivización —y desindividuación— que caracterizó a la sociedad salarial del siglo XX (Castel, 2006, p.309), en sus diferentes esferas o actividades: el empleo y la riqueza social, la educación y la salud; la vivienda, el turismo, los servicios públicos y privados, las actividades políticas o sindicales, el entretenimiento, al igual que los bienes tecnológicos de consumo masivo.

Integración social, política, cultural, pero también participación y expresión pública-urbana. Aquel proceso histórico específico de colectivización y construcción de propiedades sociales públicas, teniendo en cuenta el potencial de acceso y la apropiación colectiva de las mismas, así como la celebración del encuentro y la comunicación comunitaria, contribuyó al forjamiento de identidades y sentidos compartidos.

Fuertemente articulado al fortalecimiento de la participación ciudadana en los espacios públicos —la calle, el bulevar, el paseo peatonal—, el cine fue uno de los símbolos más importantes de la *agorafilia* (Gubern, 1987) porteña del siglo XX; la institución por antonomasia “de la socialización y de la fiesta —que supone la cohabitación ritual en un espacio compartido—”, y contribuyó con ello a “afirmar la vitalidad, la cohesión y la unidad del grupo a través de su interacción personal cara a cara” (Gubern, 1987, pp.221-222).

Al fácil y rápido acceso —a pie o a través del transporte público— a los cines, se sumaba el hecho de que los cines mantenían una relación de continuidad con la calle y el espacio público. De hecho, en numerosas ocasiones funcionaron como centros de congregación y realización de actividades sociales y culturales que estaban al margen de la proyección cinematográfica. En los cinemas barriales en particular se congregaban vecinos para celebrar los carnavales, disfrutar números teatrales, musicales o de danza, entre otras actividades que podían ser culturales, sociales o políticas (véase Rud, 2012).

De suerte que el contacto —más aún, el abigarramiento “entre extraños” (en las calles, los bulevares y los lugares públicos de reunión— fortalecía y reproducía la cultura cívica. El paseo urbano y la salida al cine tendían a propagar identidades primarias o íntimas de pertenencia (comunidad familiar o conyugal, amistad, etcétera), pero también sentidos más amplios y difusos de solidaridad (pertenencia al barrio, a la ciudad, a la nación).

Ahora bien, no debe exagerarse la condición colectiva, pluriclasista, ni la gestación de una ciudadanía cultural plena en lo que se refiere a las prácticas de consumo de cine. Por ejemplo, la gestación de autonomías barriales en materia de ocio, sociabilidad y esparcimiento —lo mismo que las categorías disímiles entre salas— no solo daban cuenta de un proceso de colectivización cultural-urbano. Producían y reproducían las desigualdades materiales y simbólicas existentes entre ellos. De igual modo, ponían en escena la dialéctica abierta entre integración y subordinación, participación y estratificación (social, cultural, urbana) que caracterizó a la vieja sociedad de masas, así como al formato urbano “keynesiano”, “fordista” o “desarrollista”.

En efecto, los vecindarios más pobres o humildes (ubicados en Buenos Aires en el cordón sur y suroeste) tendían a reproducir en su interior —aunque de modo más modesto y en menor escala— una buena cantidad de las instituciones y prácticas económicas, sociales y culturales urbanas presentes en los barrios más pudientes y modernizados de la ciudad (Lash y Urry, 1998), cualitativa y cuantitativamente más prestigiosas.

Por razones innumerables que aquí no se pueden exponer, la experiencia del cine de masas y el gran público del siglo XX fueron, de hecho, tan fugaces en la historia moderna como la misma sociedad de bienestar y la ciudad fordista o desarrollista. Si los medios de comunicación deben entenderse como instituciones sociales (y no solo como técnicas o tecnologías), los modos (culturales y sociales) de acceso y apropiación son también históricos y, por lo tanto, cambiantes, dinámicos, se articulan a procesos estructurales más amplios.

Hacia finales de la pasada centuria e inicios de la presente, la cantidad y calidad del equipamiento urbano de cine se modificó drásticamente. De manera paralela, mutaron fuertemente las formas de transitar y compartir la ciudad, de “salir al cine”, así como de apropiarse y

consumir bienes cinematográficos y otras mercancías. La metamorfosis del parque de cines, la localización urbana, la estructuración de demandas —y, por lo tanto, públicos de cine— fueron en parte el resultado de transformaciones acaecidas en la estructura social, la trama urbana y los procesos de mercantilización de los lugares y las mercancías culturales. Corolario que, al mismo tiempo, no puede instituirse si no es reproduciendo, a su vez, o contribuyendo a estructurar las desigualdades sociales, culturales y urbanas que sucedieron a la sociedad de bienestar.

IV. Marco de emergencia de los complejos y los espectadores *multiplex*: brechas sociourbanas, privatización y mercantilización del ocio y el esparcimiento en Buenos Aires

En poco más de una década (1990-2000), tanto las ofertas como las demandas de cine se modificaron drásticamente en las grandes ciudades de América Latina. Buenos Aires no fue la excepción a la regla. Aquel decenio marcó una bisagra en la historia de la exhibición; constituyó el tramo último de los ahora denominados “cines tradicionales” —céntricos y barriales— y, al mismo tiempo, el desembarco de las corporaciones *multiplex*.

Podría decirse que la reestructuración de la exhibición y, por ende, de sus visitantes, se escenificó y efectuó a caballo de transformaciones socioculturales y sociourbanas más profundas. En términos típico-ideales y esquemáticos puede afirmarse que, si el cine de masas conformó una pieza emblemática y característica de la ciudad fordista-keynesiana del siglo XX, los cinemas *multiplex* contribuyeron a la reproducción de las llamadas metrópolis “fractales” (Soja, 2008), “difusas” (Nivón-Bolán, 2003), y “privadas” o “privatizadas” (Svampa, 2004).

Los adjetivos mencionados son por demás importantes para comprender las condiciones de estructuración de los circuitos urbanos de cine, pero también de las demandas *multiplex*. “Fractales”, “quebradas”, “desarticuladas”, ya que las brechas sociourbanas radicalizadas en las últimas décadas se gestaron al calor del crecimiento de las desigualdades sociales y la descomposición del tejido social. El acrecentamiento de las brechas o polaridades sociourbanas (Ciccorella, 2012) cobra una importancia central en lo que respecta a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el distrito más rico pero también el más desigual de Argentina, al considerar la distribución de la riqueza (Pírez, 2005).

Las polaridades referidas —que pueden estar en mayor o menor medida acompañadas de elevados niveles de pobreza y marginalidad (véase Wortman, 2008)— se objetivan en las distancias socioespaciales abiertas entre una Buenos Aires “rica” (ubicada en el extremo norte y este) y otra “pobre” (austral). El incremento de las brechas y las desigualdades territoriales y sociales acentuadas durante el ascenso y la crisis del denominado

“período neoliberal” (1989 y 2002) se tradujeron fuertemente en la localización y la composición social de los espectadores porteños de cine (sobre todo los orientados al “círculo comercial” de exhibición).

Las brechas intensificadas se objetivan esquemáticamente en la yuxtaposición de tres tipos (ideales) de espacios sociourbanos: “*ghettos* exclusivos para los sectores de altos ingresos”, ámbitos “rezagados o relegados para los sectores medios, y verdaderos *apartheid* sociales para los grupos populares” (Mattos, 2010, p.99, la cursiva pertenece al autor). Tal polarización “se refuerza con la diferenciación territorial propia de las transformaciones económicas en la producción y el consumo, expresada en la emergencia de distritos financieros y negocios y grandes equipamientos comerciales, mientras importantes áreas [...] de la ciudad constituyen el espacio económico por excelencia de la economía informal, ligada a la sobrevivencia” (Mattos, 2010, p.99).

Este proceso de polarización social y territorial fue acompañado por la dinámica abierta entre descentralización y recentralización de los núcleos urbanos de esparcimiento y ocio. Ciertamente, la distinción entre Centro Histórico y barrios —en lo que se refiere a la producción de la ciudad de esparcimiento y ocio— pierde consistencia, nitidez.

La recentralización fragmentada de las inversiones privadas (productivas, pero también las asociadas con los servicios educativos, turísticos, de entretenimiento) corrió paralela a la expansión de la mancha urbana. Expansión, polarización y fragmentación sociourbana se entrelazaron en el área metropolitana de Buenos Aires, formando un corredor “moderno y rico”, que comienza en Zárate o Campana, recorre toda la franja ribereña del AMBA (desde el Tigre, San Fernando, Vicente López, pasando por los barrios de Núñez, Belgrano y Palermo en el norte porteño, Retiro y Puerto Madero en el este), y finaliza en la ciudad de La Plata.

No debe llamar la atención que las regiones del corredor ribereño (sobre todo en la región norte urbana y suburbana) en los últimos lustros concentraron entre 75% y 80% de las inversiones y los emprendimientos concernientes al desarrollo de las autopistas, la edificación de nuevos complejos residenciales, industriales y comerciales (véase Pérez, 2005, p.40).

La dialéctica entre descentralización y recentralización de los espacios y las ofertas cinematográficas se corresponde con las transformaciones en los estilos de vida de los estratos altos y medioaltos urbanos, pero también con las racionalidades de inversión y territorialización de los grandes capitales transnacionales y nacionales especializados en negocios inmobiliarios y comercialización del entretenimiento (*multiplex*).

La emergencia de los modernos complejos multisalas (Showcase, Hoyts Cinemas, Cinemark, Atlas) estuvo asociada con la localización de las grandes ciudadelas cerradas y privadas de consumo —*shoppings centers*, *malls*, paseos

de renombre como el Alcorta o Solar de la Abadía, para el caso de la Ciudad Autónoma—, lo cual tendió a articularse con los hábitos y preferencias de consumo urbano por parte de los estratos de alto y medio poder adquisitivo.

Como se desprende de lo dicho hasta aquí, el incremento de las brechas socioespaciales, así como la gestión y formación de nuevos centros y complejos de consumo, estuvieron motorizados esencialmente por la inversión privada. Precisamente, cuando las iniciativas de la producción del espacio metropolitano se alejaron del Centro Histórico, cobraron mayor relevancia las iniciativas privadas, orientadas a la mercantilización de la ciudad, así como a los accesos de distintas ofertas.

Si en la producción de la ciudad keynesiana o desarrollista la iniciativa pública-gubernamental adquirió un rol preponderante, en el modelo actual son las iniciativas privadas, llevadas adelante por grandes corporaciones transnacionales y locales de capitales concentrados, las principales responsables en la producción y organización del espacio urbano.

La privatización y mercantilización de la producción ciudad supone que el valor (privatizado) de cambio de la misma se impone ante los potenciales valores (sociales) de uso. Y ello en un contexto neoliberal de desregulación de las actividades y contracción de las injerencias de los estados en aquellas. De tal modo que las políticas gubernamentales “no solo no han afrontado de manera primordial” las brechas abiertas entre las regiones ricas, modernas y glamorosas, y aquellas otras empobrecidas, deprimidas y escasamente atractivas, sino que en muchas ocasiones “la han reforzado de forma sistemática” (Díaz-Orueta y otros, 2005, p.161).

La reestructuración o modernización de la exhibición y sus visitantes no escapó a las dinámicas privatizadoras, mercantilizadoras y recentralizadoras. Al mismo tiempo, las iniciativas corporativas, privadas, reorientaron (territorial y socialmente) las formas de exhibición cinematográfica comercial, mientras que el Estado local no solo no impidió la demolición de los viejos cines céntricos o barriles, sino que desalentó —en algunos casos impidió— iniciativas vecinales orientadas a recuperar los antiguos espacios de encuentro y comunión vecinal.

En consecuencia, la reestructuración o modernización de los cines y sus públicos no es ajena al proceso descrito. Por lo mismo, las iniciativas corporativas no fueron las únicas en remodelar y reorientar (geográfica y socialmente) la exhibición de cine; el Estado local ha hecho poco y nada, en términos ejecutivos y legislativos, para frenar la demolición de viejos cines de barrio. Incluso desalentó algunas veces las iniciativas vecinales que tenían como propósito la recuperación de los espacios de encuentro y comunión vecinal.

Queda así servido el escenario para dar cuenta, por un lado, de los patrones y las formas de localización urbana de las cadenas multicines y sus espectadores, estructurados con base en el “libre juego” y la libre “concurrentia y

acuerdo” entre ofertas y demandas privadas. Dos fenómenos se presentan insoslayables en este escenario, siguiendo el hilo argumental y expositivo del trabajo: en primer lugar la fuerte “contracción” de la cantidad y diversidad de espacios de cine y sus visitantes. Por otro lado, y en clara relación con ello, la celebración de rituales y prácticas minoritarias, privadas y parcialmente selectivas de sociabilidad, las cuales contrastan con las viejas celebraciones inclusivas, públicas y colectivas de las sociedades de bienestar.

V. Nuevos centros y espectadores urbanos de exhibición cinematográfica

Como ya se mencionó, los procesos sociourbanos referidos guardan una estrecha relación tanto con los criterios de emplazamiento de los cines *multiplex*, como con las cualidades que revisten los servicios modernizados que las cadenas ofrecen. Unas y otras —criterios de inserción urbana y de comercialización de servicios avanzados de consumo— limitan en parte las condiciones de gestación de espectadores y la apropiación de contenidos cinematográficos bajo condiciones urbanas.

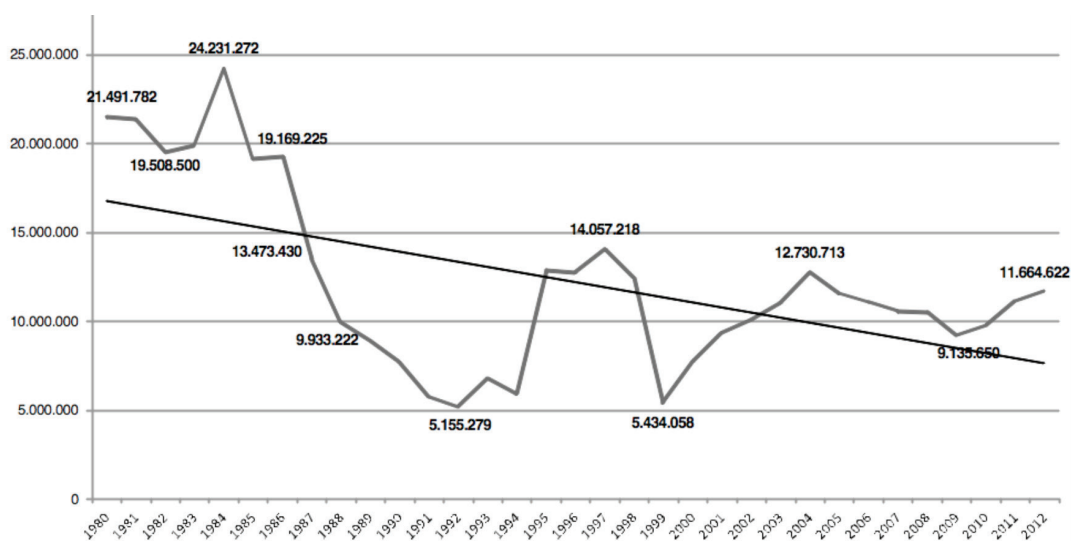
Hacia el período final de la dictadura militar (1980-1982), en Buenos Aires se contabilizaban unos 100 cines-monosalas (uno cada 30.000 habitantes); es decir, una tercera parte de las abiertas en la época del “espectáculo de masas”. En oposición a lo que puede suponer el sentido común, en la actualidad (2010) el número de salas-pantallas es mayor: alcanza las 120. Pero la cuestión fundamental aquí es que estos recintos parcelados se aglutinan en complejos multisalas, los cuales se concentran en un contado número de zonas y barrios de la ciudad.

Al mismo tiempo, se observa un declive importante —con excepción no casual de los barrios “modernos y ricos”, que van desde Núñez hasta Puerto Madero, pasando por Palermo y Recoleta— del número disponible de butacas. En 2012 apenas se contabilizó la cuarta parte del total registrado durante 1950-1960. En otras palabras, la cifra descendió de más de 100.000 a 25.000 localidades, una cada 250 habitantes.

La caída del parque de asientos y, en contraparte, el incremento del universo de pantallas manifiestan distintos fenómenos a considerar. En primer lugar —es importante remarcarlo una vez más—, la exhibición y el consumo de cine se encuentran sujetos a las autorregulaciones de los mercados de ofertas y demandas. El “encogimiento” de los espectadores visitantes (en la actualidad solo cuatro o cinco de cada 10 porteños acuden anualmente al cine)³ explicaría el declive del número de butacas, mientras que la ampliación del parque de salas —también de las funciones y los títulos disponibles— se asociaría con una estrategia orientada a optimizar los menús audiovisuales al alcance de espectadores exigentes y de gustos especializados.

El “encogimiento” o el acotamiento paulatino de la taquilla (ver gráfico 1) y de públicos considerados ahora minoritarios no constituye una traba preocupante para el modelo *multiplex*. Ahora la clave del negocio se enfoca en obtener elevados réditos comerciales, orientando los bienes y servicios ofrecidos (modernos, sofisticados, de calidad internacional) a un reducido (cuando no selectivo) número de clientes-consumidores. El precio de la entrada de cine y, más ampliamente, el costo de “la salida del fin de semana” (sobre todo si se tienen en cuenta ingresos asalariados medios) se ha encarecido notablemente, si se lo compara con tres o cuatro décadas atrás.

Gráfico 1. Públicos porteños. Evolución de la venta de aforos en la ciudad de Buenos Aires (1980-2012)



Fuente: elaboración con base en datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (SICA).

Lejos quedaron los US0,30-0,40 registrados entre 1940 y 1960. Entre 2000 y 2012, el valor promedio (considerando promociones y descuentos vigentes, de vital importancia para los sectores medios que continúan visitando los cines) de los *tickets* osciló entre US5,00 y US7,0 (DEISICA, 2010). La rentabilidad del negocio no se asegura ahora por “volúmenes” o “cantidades” sino a través de la explotación de cualidades “diferenciadas”, “singulares”, “diversas” y “de categoría”, ofrecidas por el servicio *multiplex* y orientado a nichos especializados y segmentados de consumo. El encarecimiento del cine, representado cada vez más como una salida suntuaria o costosa, contribuyó a generar una barrera material de acceso para diversas fracciones de los estratos populares. Estos últimos, de hecho, fueron los “grandes perdedores” de la reestructuración y modernización del servicio avanzado de consumo.⁴

La oferta estandarizada, comercializada a granel y a precios accesibles, fue remplazada por otra diferenciada y de precios elevados. De otro modo, las políticas de comercialización basadas en la explotación del *high volume* fueron sustituidas por otras dirigidas a maximizar e intensificar beneficios a través del *high value* (Torre, 2008; Torterola y Lobo, 2012). En ese sentido, el proceso de remercantilización de la exhibición cinematográfica —motorizada por las corporaciones *multiplex*— se profundiza a través de la comercialización de bienes y servicios conexos o complementarios a los cinematográficos. Es importante remarcar en este punto que las (costosas) dulcerías, el *fast food* (sándwiches, hamburguesas, papas fritas, etcétera) y las gaseosas explican entre 45% y 55% de los ingresos de los complejos *multiplex* (Getino, 2006). Como justifica el gerente de Hoyts General Cinemas: “Definitivamente [...] los *snacks* y las bebidas tienen mayor rentabilidad. La ganancia enorme de los *snacks* compensa, pues, la baja venta de entradas” (DiMonti, 2008).

Si las corporaciones del entretenimiento *multiplex* tienden a focalizar la comunicación y promoción de sus servicios, dirigiendo los mismos a nichos sociourbanos con poder adquisitivo capaz de afrontar los elevados costes actuales que caracteriza “la salida al cine”, no debe llamar la atención que los establecimientos se afinquen, esencialmente, en el norte moderno y rico de la ciudad de Buenos Aires. Esta franja, sumada a Puerto Madero, se consolidó como la “gran ganadora” de la modernización *multiplex*, en tanto concentra el mayor número de centros comerciales, complejos de exhibición (véanse mapas 3 y 4), así como aforos vendidos.

Un segundo fenómeno consolidado en los últimos tiempos (1995 a la fecha) es que las ofertas y demandas, las pantallas y los públicos de cine “migraron” del centro urbano y, más generalmente, de la primera corona porteña hacia los barrios de la segunda y tercera corona (lindante con el conurbano), principalmente aquellos que se encuentran en el corredor ennoblecido

(Núñez, Saavedra Norte, Belgrano); asimismo, en algunos barrios de los anillos segundo (Caballito) y tercero del eje central de la ciudad (Liniers, Villa Devoto, Villa Del Parque).

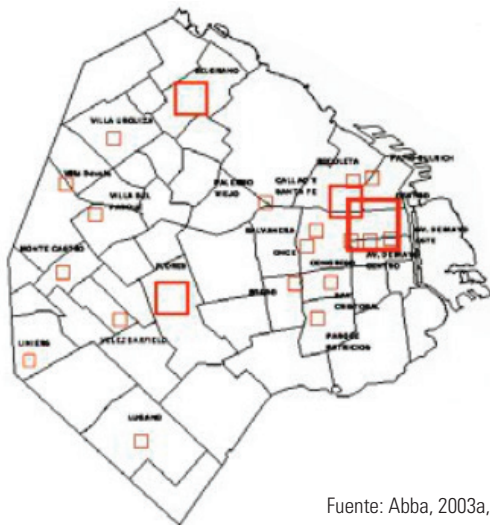
En tercer término, los núcleos de exhibición ubicados al sur de la Avenida Rivadavia —la cual divide al norte y al sur de la ciudad— se transformaron, prácticamente en su totalidad, en periferias cinematográficas. El hecho de que el sur porteño haya perdido casi la totalidad de sus cines no solo condicionó potenciales expansiones del número de espectadores, también redujo los umbrales de ciudadanía urbana y cultural de los residentes australes; para muchos de ellos “el derecho” al cine fue incompatible con la maximización de los beneficios *multiplex*.

A contrapelo del cine generalizado, el afincamiento de los establecimientos en el territorio porteño no se desarrolló —al menos considerando el período que va desde los inicios del modelo hasta hoy (1995-2015)— de manera relativamente equitativa entre los diferentes barrios y las zonas urbanas. El menor y más concentrado número de exhibidores (es decir, habiéndose gestado un esquema oligopólico), pero también la contracción de los públicos —sus cantidades y cualidades—, se tradujo territorialmente en el siguiente fenómeno: dos terceras partes de los barrios porteños perdieron sus espacios de sociabilidad y entretenimiento.

El viejo modelo, basado en la combinación jerárquica de centralidad de primer orden (macrocentro), centralidades de segundo y tercer nivel (barriales), fue remplazado por un esquema dual, polarizado, estructurado por “centros” y “periferias” de exhibición y consumo. Al tiempo, emergieron nuevas jerarquías entre las zonas y los barrios que salieron victoriosos de la remodelación de las ofertas de cine comercial. Los “centros primarios” los forman ahora Belgrano y Núñez (corredor norte, tercera corona), Recoleta (corredor norte, segunda corona), Caballito y Abasto (corredor céntrico, segunda corona). Luego, se reconocen nodos de segundo nivel, si se tiene en cuenta el número de salas, pantallas y también visitas: el tándem bulevar Lavalle - Avenida Corrientes en el Centro Histórico (primera corona, eje central) y, en menor medida, Puerto Madero, Floresta, Villa del Parque, Liniers, Saavedra (con excepción de Saavedra, distribuidos sobre todo en la región intermedia, en las coronas segunda y tercera).

Los distintos desplazamientos de los centros de exhibición y de sus públicos pueden observarse en los mapas 3 y 4. El primero brinda una fotografía de la distribución de salas y complejos en el período último de las salas tradicionales, inmediatamente anterior al desembarco de las grandes cadenas *multiplex*. Por su parte, el mapa 4 grafica la notable concentración geográfica actual de los complejos y sus pantallas, apostados en su gran mayoría —lo mismo que los públicos porteños— en el corredor ennoblecido y modernizado.

Mapa 3. Jerarquías cinematográficas, según barrio.
Buenos Aires, 1990

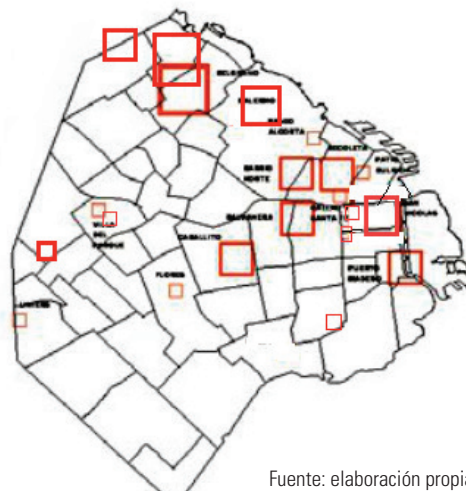


Fuente: Abba, 2003a, p.61.

A grosso modo y teniendo en cuenta la cartografía última, ¿cómo se distribuyen espacialmente los públicos en la Buenos Aires actual? Tomando como referencia la información desagregada por el INCAA y suministrada para la siguiente investigación, dicha pregunta puede responderse resumidamente del siguiente modo:

- La Buenos Aires opulenta, moderada, equipada con servicios de calidad internacional, concentra actualmente la tercera parte de los complejos multisalas (12 sobre unas 36), 45% de las pantallas y entre 45% y 50% de la taquilla. En 1960 apenas aglutinaba 15% de los teatros. De manera que Buenos Aires acapara poco menos que una de cada dos salas y uno de cada dos aforos cortados anualmente. En correspondencia con el proceso de descentralización, se reforzó en el último decenio y medio (1998-2012) la gravitación de los barrios ubicados en la segunda y tercera corona del corredor (Palermo, Belgrano, Núñez, Saavedra Norte), tanto en lo que se refiere al número de salas y butacas como al número de aforos y la recaudación anual.
- Los barrios que componen la Buenos Aires “rezagada” o de “menor escala” en modernidad y riqueza, de sectores medios plenos, cuentan con un menor número de cines *multiplex* en pie. Estos se afincan en vecindarios pertenecientes al eje central, como Abasto, Caballito, Flores, Villa del Parque, Villa Devoto, Liniers. Por añadidura, concentran aproximadamente entre 35% y 40% de las pantallas y la taquilla porteña anual. Sin querer realizar una estrecha homologación entre espacio social y espacio urbano, es importante subrayar que dichos guarismos tienden a ser confirmados por los estudios de consumo cultural; estos indican que cerca de 40% de los porteños de ingresos medios concurre al cine al menos una vez al año.

Mapa 4. Jerarquías cinematográficas, según barrio.
Buenos Aires, 2012



Fuente: elaboración propia con base en datos de Abba, 2003a y el INCAA.

- El macrocentro porteño acapara en la actualidad los porcentajes restantes: cerca de 15 a 20% de las salas y los aforos vendidos. Debe destacarse que los cines comerciales afincados sobre la peatonal Lavalle y las salas de cinearte ubicadas sobre la Avenida Corrientes y cercanías (verbigracia Espacio INCAA Gaumont, sobre la Avenida Rivadavia) en la actualidad se distribuyen en partes iguales los aforos cortados anualmente. Ello expresa el decaimiento significativo de la peatonal Lavalle como escenario atractivo para los porteños, particularmente los de alto y mediano capital económico y/o cultural: hasta mediados de los noventa, la “calle de los cines” y sus alrededores duplicaban o incluso llegaban a triplicar la lograda anualmente en la Avenida Corrientes. Asimismo, este evento llegaba a convocar anualmente a una quinta parte de los públicos urbanos.
- En el circuito comercial y en menor medida en el circuito de cinearte porteño, como sucede a escala mundial, se observa que los principales actores de la demanda cinematográfica —en clara correspondencia con el afianzamiento de las ofertas hollywoodenses en las pantallas *multiplex*— son los jóvenes y los jóvenes adultos “sin familia”. Por razones sociales y culturales diversas, dichos segmentos sociales se afianzaron en los últimos decenios como los “públicos estrella” del modelo de exhibición hegemónico actual.

VI. Descolectivización, privatización: nuevos sentidos del ritual minoritario

No debería llamar la atención el desmoronamiento, desde inicios de los noventa, del Centro Histórico como núcleo referente de ocio colectivo, pluriclasista y pluricultural, ícono de la *agorafilia* del siglo XX y la celebración de un

modelo social y urbano no solo “centralista” o “centralizado”, sino también “integrador”, “cohesionador”. Ello se debe a que, precisamente, la representación de la sociedad como una totalidad formada por actores interdependientes se puso en cuestión y, por ende, toda forma de reunión y afirmación a una identidad colectiva, a una comunidad urbana y cultural.

Desde esta perspectiva, la notable metamorfosis del Centro Histórico (y la emergencia de nuevos centros fragmentados, de dimensiones más reducidas) puede entenderse como una imposibilidad: la de la construcción cotidiana de un ágora colectivo de re-unión y comunión en torno al ocio y el tiempo libre, socialmente amplio y culturalmente diverso. Al respecto, los nuevos polos urbanos de ocio y esparcimiento y sus bulevares ya no cumplen con la función integradora y cohesionadora del viejo macrocentro. No solo fenecieron Lavalle, Florida y Corrientes como bulevares céntricos públicos, urbanos, multitudinarios; falleció la posibilidad misma del diseño y la celebración de un ámbito socialmente integrador e inclusivo.

Tampoco debe llamar la atención la “exitosa” institucionalización del modelo *multiplex*. Pensar que la misma se debe únicamente a la concentración de la ventana de comunicación y sus ofertas sería una conclusión sesgada, parcial. Parte de su éxito radica en que aquellos complejos se asientan en grandes ciudadelas “semipúblicas” (Lull, 2009, p.212) de moda, ocio y consumo diversificado. A la fecha (2015), casi siete de cada 10 salas-pantallas porteñas existentes se ubican en centros comerciales (*shoppings, malls, paseos de compras*). Algunas de las ciudadelas —Showcase Belgrano, Cinemark Palermo, Puerto Madero o Village Caballito— tienen al complejo *multiplex* como principal atracción o estrella. Estos cinemas “cerrados”, “semiprivados”, explican cerca de 75% de las ventas y los *tickets* cortados actualmente en la Ciudad Autónoma. Personalmente, siento el Hoyts Abasto (Shopping Abasto) y Showcase Recoleta (Recoleta Mall) los complejos más concurridos.

En buena medida, el triunfo del cine comercial “amurallado” se corresponde con un conjunto de características positivamente valorado por los consumidores contemporáneos de bienes y servicios cinematográficos: orden físico y semiótico; limpieza, vigilancia, diseño innovador, iluminación adecuada, amplios espacios, etcétera. Como bien afirma Rama (2003a), los espectadores *multiplex* “manifiestan una clara [...] disposición a pagar sobrecostos asociados a un *servicio de calidad*” (Rama, 2003a, p.165, las cursivas no corresponden al autor).

Por otra parte, para muchos visitantes las cualidades que caracterizan al interior-semiprivado-y-controlado contrastarían con un exterior-urbano más bien desordenado, caótico, muchas veces violento e inhóspito. Ciertamente, la relación que los complejos *multiplex* mantienen en la trama urbana puede variar, dependiendo del establecimiento en cuestión. Pero, en líneas generales, puede

aseverarse que el mayor número de salas de cine ya no mantiene una relación de continuidad con la calle y el bulevar. Más bien tienden a “darle la espalada” al espacio y a la vida pública urbana. En sentido estricto, se vislumbra una dinámica más o menos nítida de *desurbanización* de las ofertas y demandas de cine (García-Canclini y Piccini, 1993; Rosas-Mantecón, 2013).

Desde luego, la lógica de privatización del espacio trasciende la esfera del ocio y el consumo. Ello puede corroborarse en el florecimiento de nuevos complejos residenciales (*countries* en altura, imponentes condominios cerrados, cercados, altamente equipados y custodiados) y comerciales (oficinas inteligentes, nuevos servicios privados de salud, educación; complejos turísticos y demás). No es casual que en la construcción de los opulentos enclaves de vivienda, consumo o producción, se haya planificado una férrea distinción ente el “adentro” (ordenado, previsible, homogéneo) y el “afuera” (incierto, caótico).

En esa misma línea de ideas, los dispositivos de ingreso-egreso e inclusión-exclusión de las ciudadelas encapsuladas tienden a ser similares: levantamiento de muros y sistemas de vigilancia perimetral e interna. Dichos enclaves, lo mismo que los automóviles individualizados que recorren avenidas y autopistas de gran velocidad, actúan como mecanismos de resguardo y refugio “de las clases altas, medias altas y sectores medios en ascenso” (Svampa, 2004, pp.12-13; véase también Bauman, 2005). Lo anterior explica por qué uno de los mayores atractivos de los grandes complejos comerciales radica en su amplia infraestructura, la cual se encuentra disponible para el aparcamiento privado. A este aspecto se suma la cercanía de las ciudadelas con avenidas o autopistas de gran velocidad.

De modo que las minorías cinematográficas no se construyen únicamente con una lógica cultural, esto es, con base en la segmentación-especialización de las preferencias y los gustos audiovisuales. Incluso, la comunicación generalizada y de acceso multitudinario podría resultar escasamente atractiva. El “contacto con extraños”, las relaciones abiertamente establecidas con sujetos social y culturalmente diferentes establecidas en espacios públicos-urbanos, en algún momento pudieran producir sensaciones desagradables, incómodas, molestas...

Abrevando, las fortalezas parcialmente abiertas o públicas de esparcimiento y consumo cinematográfico tienden a reproducir las condiciones segregantes, privatizadoras y fractales del modelo urbano actual, pues reducen el ejercicio de la ciudadanía al consumo de mercancías. Asimismo, desalientan el cultivo y el ejercicio público de la civilidad; en cambio, propician el encuentro con “semejantes” o “iguales” sociales y culturales. Por lo mismo, promueven el acceso y egreso a los emplazamientos a través del automóvil —dispositivo privado e individualizado de movilidad—, estimulando una transición veloz entre nodos residenciales, productivos y comerciales en los márgenes o fronteras del espacio público.

La búsqueda de encuentros con semejantes puede enlazarse con la fuerte homogenización que caracteriza a establecimientos —como otros tantos sitios internacionalizados— que componen el circuito comercial. De hecho, los complejos *multiplex*, lo mismo que sus públicos, se asemejan demasiado. Lejos de diferenciarse por sus tamaños, categorías o estatus, prevalece una fuerte estandarización del diseño, la decoración y ambientación del complejo, pero también de los precios estipulados, la programación exhibida, los servicios conexos ofrecidos y demás.

En el caso particular del circuito comercial de cine, las construcciones de rituales y prácticas de consumo —“posurbanas”, “pospúblicas” y “posmasivas”— no se conciben como fenómenos naturales y *reificados*. Es importante entender en este punto que las políticas corporativas *multiplex* se orientan a satisfacer las expectativas y los intereses de minorías de consumo que construyen, mediante los procesos de descolectivización y desocialización, la “salida al cine”.

VII. Conclusiones: del gran público urbano a las minorías replegadas suburbanizadas

Traduciendo a Dominique Wolton (1992), podría afirmarse lo siguiente: si bien la exhibición generalizada o masiva del cine fue un “espejo de la sociedad” de bienestar y, más aún, de la ciudad keynesiana, desarrollista y masiva, el modelo actual —*multiplex*— puede denominarse “el espejo roto” de la sociedades tardocapitalistas y el correlato físico de aquellas, es decir, de las grandes metrópolis fractales, polarizadas y fuertemente desarticuladas.

La contracara de la comunicación generalizada fue el gran público de cine, que hizo del centro urbano y de los centros barriales —con sus múltiples y diversas salas de cine— verdaderas ágoras integradoras, cohesionadoras y, por lo tanto, pluriclasistas y pluriculturales. Los nuevos centros privados de esparcimiento y los complejos *multiplex* “más que espacios públicos que favorezcan la interacción y la integración por el encuentro de los diversos —interactivo, significativo, multicultural, democrático [...]— se trata de espacios no inclusivos, diferenciados, que contribuyen a la fragmentación y la exclusión social” (Rosas-Mantecón, 2006, p.320).

Desde esta óptica, el “gran público” —anónimo, uniformemente concebido, reunido en torno a ofertas y demandas generalizadas comunes— dio lugar a las minoritarias semiprivadas de consumo, las cuales se replegaron principalmente en el extremo norte y, en menor medida, en el eje central de la ciudad, y que se caracterizan por ser individualizadas, soberanas y especializadas en sus gustos. Entonces, ¿cómo es posible articular la celebrada “modernización” o “revolución” de la exhibición *multiplex*, que irrumpió con vigor hacia mediados de los noventa del siglo pasado, en pleno auge del neoliberalismo político y

cultural, con el encogimiento pero también con la homogenización social y cultural de los públicos?

En este punto, tal vez sea preciso problematizar la categoría de “públicos”. La formación de las actuales comunidades (o minorías) segmentadas de gustos y preferencias no se forman solo en la esfera pública urbana, sino en espacios semiprivados, amurallados y custodiados de ocio y esparcimiento. Como ya se mencionará, la cultura ciudadana —tal como se gestó en la modernidad clásica o primera— suponía que tanto los sujetos (públicos) como el soporte físico (espacios públicos de la ciudad) existiesen vía la afirmación de un conjunto de valores seculares —apertura, participación, pluralidad social, cosmopolitismo y diversidad cultural—, los cuales se objetivaban y escenificaban en la definición de relaciones contingentes, fortuitas, entabladas entre extraños.

Con respecto a las características y a las reglas comerciales de exhibición, así como a las formas culturales de apropiación de bienes y servicios cinematográficos, la contracara del declive del espacio público —integrador, abierto, participativo— lo constituye algo que podría denominarse la suburbanización de las formas de encuentro, sociabilidad y consumo cinematográfico. El propósito de ello es complementar y matizar el viejo concepto de desurbanización de las prácticas de ocio y entretenimiento (García-Canclini y Piccini, 1993), ya que el prefijo *des* supone empobrecimiento, crisis y vaciamiento de la vida y la cultura urbana, al tiempo que enfatiza como contrapartida el afianzamiento de la cultura doméstica y el domicilio como ámbito primario del tiempo libre. Ciertamente, la mayor parte de los residentes del sur porteño experimentaron, por la fuerza y en las últimas décadas, un proceso de desurbanización de los espacios de cine, puesto que estos barrios de medio-bajo poder adquisitivo resultan poco atractivos para las corporaciones *multiplex*.

En cambio, el prefijo *sub* permite complejizar la relación entre vida pública y espacio privado. De ahí que los *shoppings*, centros comerciales y complejos *multiplex* puedan definirse como espacios “parcialmente privados” o “semipúblicos”. Lo que se observa en los estilos de vida de los estratos altos y medio-altos metropolitanos es, precisamente, un interés por *subordinar* el dominio público a la esfera privada, la trama urbana a la vida íntima, la contingencia a la seguridad, la diversidad a la homogeneidad, la selectividad a la amalgama.

De ahí que también la movilidad —o la circulación en o a través de la trama urbana— se privatice e individualice. Los lugares de consumo y esparcimiento no desaparecen, se encapsulan, abstraen y, muchas veces, se alejan de la ciudad (hacia sus fronteras). Los espectadores orientan sus prácticas al encuentro hedonista y personalizado con los objetos; en vez de fagocitar la interacción humana, celebran rituales minoritarios y muchas veces exclusivos —el ejemplo hiperbólico de ello son los Cineplex Premium— en vez de festejar el encuentro colectivo.

Ni la “salida” ni el “paseo” al cine desaparecen o entran en crisis para los grupos sociales que forman el sustrato de los consumos “urbanos” de cine. No obstante, la “revitalización” o “el renacimiento de lo urbano” (Donzelot, 2012; García-Canclini, 2008) tienen sentidos y límites más o menos precisos en lo que se refiere al objeto de investigación. Para buena parte de los estratos altos y medios, el consumo de ciertos lugares y símbolos urbanos no desaparece —en muchas ocasiones se fortalece—, pero sí tiende a privatizarse, mercantilizarse, segmentarse y hasta apoyarse en racionalidades social y espacialmente segregadoras.

¿Qué hay, qué queda, pues, de “público” en los públicos (urbanos) de cine? Siguiendo a Habermas, no debe confundirse una definición o entendimiento formal con otro más bien político de aquellos. Para el primer caso, los públicos son, esencialmente, espectadores, *viewers* que se “enfrentan” en la oscuridad a la gran pantalla, como podrían enfrentarse a un escenario teatral, musical, etcétera. En tanto sujetos políticos, los públicos se construyen indefectiblemente en los espacios públicos, es decir, en mundos intersubjetivamente compartidos y, por lo tanto, en órdenes superiores y comunes a las particularidades que los producen y reproducen.

A la fecha, el avance de un modelo urbano estadounidense “angelizado” —como sostienen diferentes estudios— parece obturar y corroer la gestación de centros cinematográficos inclusivos, participativos y democráticos, tal y como se conocieron en buena medida en el marco de las sociedades de bienestar del siglo XX.

Notas

¹ Desde luego, con ello no se desea omitir ni soslayar la importancia de los espacios y consumos culturales como ámbitos de jerarquización y distinción social o como instancias de reproducción —permanente y también generalizada— de las desigualdades materiales y simbólicas de la sociedad (Bourdieu, 2012; 2010).

² La importancia social y cultural del bulevar y sus alrededores era tal que el Metro reservó uno de sus grandes carteles —todavía persiste como pieza de museo— para indicar: “Salida a los cines”.

³ Mientras a finales de los setenta la taquilla porteña anual constaba de unos 27.000.000 de aforos, en la actualidad (2000-2010) equivale a una tercera parte de aquel total (alrededor de 9.500 millones y medio). En otras palabras, las visitas anuales al cine se redujeron de 9,0 (1980) a 3,3 (2012) anuales por residente porteño.

⁴ En estos últimos, cerca de una cuarta parte, 2,5 de cada 10 porteños o habitantes del Gran Buenos Aires (GBA), afirma concurrir al cine al menos una vez al año (SMC, 2004; 2006; Quevedo y otros, 2000).

Referencias

- Abba, A. (2003a), “La geografía del cine / Ciudad de Buenos Aires”, *Revista Summa+*, núm. 62, pp.58-75, en <http://www.summamas.com/revista_pdf/62/58#visor> [fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015].
- Abba, A. (2003b), *Cine y ciudad en el siglo XX. Evolución de las centralidades culturales de Buenos Aires, Documento de Trabajo CiHaM N° 4*, Buenos Aires, Centro de Investigaciones, Hábitat y Municipio/ Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, en <http://www.ciham.org/CiHaM%20FADU-UBA_files/bib-abba2003.pdf> [fecha de consulta, 19 de septiembre de 2015].
- Anónimo (2010), “La lenta agonía de los videoclubes de la Ciudad”, *El Día*, 10 de agosto, en <<http://www.camara-devideoclubes.com.ar/nota.php?id=101>> [fecha de consulta: 23 de septiembre de 2015].
- Aprea, G. (2009), “Las muertes del cine”, en M. Carlón y C. Scolari (eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, Buenos Aires, La Crujía.
- Battle, D. (1995), “El cine argentino ¿tiene futuro?”, *Revista La Maga. Noticias de cultura*, núm. 159, pp. 2-5.
- Bauman, Z. (2005), *Modernidad líquida*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica (FCE).
- Bauman, Z. (2008), *Vida de consumo*, Buenos Aires, FCE.
- Bolaño, N. (1995), “Buenos Aires perdió casi doscientas salas de barrio”, *La Maga. Noticias de Cultura*, núm. 159, pp. 7-10.
- Bourdieu, P. (2010), *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2012), *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*, Buenos Aires, Taurus.
- Castel, R. (2006), *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*, Buenos Aires, Paidós.
- Ciccorella, P. (2012), “Revisitando la metrópolis latinoamericana más allá de la globalización”, *Revista Iberoamericana de Urbanismo*, núm. 8, pp. 9-21.
- Cinea (2009), *Estudio sobre consumos culturales en la ciudad autónoma de Buenos Aires*, Buenos Aires, Centro de Investigaciones en Estadística Aplicada (Cinea)/ Universidad Nacional de Tres de Febrero (Untref).
- Cohn, B. (2010), “El cierre de los cines cambió la postal de la peatonal Lavalle”, *La Razón*, 4 de noviembre, en <http://www.larazon.com.ar/ciudad/cierre-cambio-postal-peatonal-Lavalle_o_183000006.html> [fecha de consulta, 15 de septiembre de 2015].
- DEISICA (2010), *DEISICA*, núm. 20, edición especial, Buenos Aires, Departamento de Estudio e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (DEISICA).
- DiMonti, C. (2008), “El negocio del cine argentino está en riesgo”, *Crítica de la Argentina*, 19 de julio, en <http://cortosverdes.blogspot.mx/2008_08_01_archive.html?m=1> [fecha de consulta: 19 de septiembre de 2015].
- Díaz-Orueta, F., M. Lourés, C. Rodríguez y V. Devalle (2005), “Ciudad, territorio y exclusión social. Las políticas de recualificación urbana en la ciudad de Buenos Aires”, *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 103, pp. 159-185.

- Donzelot, J. (2012), *¿Hacia una ciudadanía urbana? La ciudad y la igualdad de oportunidades*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Featherstone, M. (2000), *Cultura de consumo y posmodernismo*, Buenos Aires, Amorrortu.
- García-Canclini, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- García-Canclini, N. (1999), "Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano", en N. García-Canclini y C. Moneta (comps.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, México, Grijalbo, pp. 67-94.
- García-Canclini, N. (2004), *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapa de la interculturalidad*, Buenos Aires, Gedisa.
- García-Canclini, N. (2008), *La globalización imaginada*, Buenos Aires, Paidós.
- García-Canclini, N. y M. Piccini (1993), "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en N. García-Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta).
- García-Falcó, M. y P. Méndez (2010), *Cine de Buenos Aires: patrimonio del siglo XX*, Buenos Aires, Centro de Documentación de Arquitectura Latinoamericana (Cedodal).
- Getino, O. (2003), "Producción, mercados y proyectos de integración cinematográfica en los países de Mercosur"
- Getino, O. (2006), *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y en la integración Mercosur*, Buenos Aires, Parlamento Cultural / Mercado Común del Sur (Mercosur).
- Getino, O. (2009), *Industrias del audiovisual argentino en el mercado internacional. El cine, la televisión, el disco y la radio*, Buenos Aires, Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad (Ciccus).
- Gubern, R. (1987), *El simio informatizado*, Madrid, Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (Fundesco).
- Lash, S. y J. Urry (1998), *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Lull, J. (2009), *Medios, comunicación y cultura*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Lipovetsky, G. y J. Serroy (2009), *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona, Anagrama.
- Mattos, C. (2010), "Globalización y metamorfosis metropolitana en América Latina. De la ciudad a lo urbano generalizado", *Revista de Geografía Norte Grande*, núm. 47, pp. 81-104.
- Nivón-Bolán, E. (2003), "Las contradicciones de la ciudad difusa", *Alteridades*, vol. 13, núm. 26, pp. 15-33.
- Pírez, P. (2005), "Expansión territorial, privatización y fragmentación en la configuración metropolitana de Buenos Aires", *Cadernos Metrópole*, núm. 13, pp. 11-46.
- Quevedo, L., A. Vacchieri y M. Petracci (2000), *Públicos y consumos culturales en la Argentina*, Buenos Aires, Secretaría de Cultura y Comunicación de la Nación (SCN)/ Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso).
- Quintar, A. y J. Borello (2014), "Evolución histórica de la exhibición y el consumo de cine en Buenos Aires", en *Revista H-Industri@*, núm. 14, pp. 81-120.
- Rama, C. (2003a), *Industrias culturales en la globalización digital*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba).
- Rama, C. (2003b), "La globalización de la exhibición cinematográfica en América Latina", en Oficina Regional para América Latina y El Caribe (UNESCO), *Cine, cultura y nuevas tecnologías*, La Habana, Ediciones Pontón, pp. 69-91.
- Rosas-Mantecón, A. (2006): "Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México", en G. Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción Teórica y líneas de investigación*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 318-341.
- Rosas-Mantecón, A. (2009), *Ir al cine en la ciudad de México. Historia de una práctica de consumo cultural*, Tesis de Doctorado en Ciencias Antropológicas, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rosas-Mantecón, A. (2013), "Reactivación de la exhibición sin diversidad. Películas y públicos mexicanos al cambio de siglo", conferencia, *XXI Congreso Internacional de la Latin American Studies Association*, Latin American Studies Association, Washington (DC), 30 de mayo a 1 de junio.
- Rud, L. (2012), "El sur también exhibe. Espacios de exhibición cinematográfica en el barrio de Boedo", *Revista Lindes, Estudios Sociales del Arte y la Cultura*, núm. 5, en: <http://revistalindes.com.ar/contenido/numero5/nro5_ins_rud.pdf> [fecha de consulta: 15 de septiembre de 2015].
- Russo, E. (2009), "Las tres muertes del cine: algunas hipótesis sobre algunos discursos recurrentes", en M. Carlón y C. Scolari (eds.), *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, Buenos Aires, La Crujía, pp. 137-151.
- Sennett, R. (2011), *El declive del hombre público*, Barcelona, Anagrama.
- SMC (2004), *Informe preliminar, Primera Parte*, Buenos Aires, Secretaría de Medios de Comunicación (SMC), Jefatura de Gabinete de Ministros de la Presidencia de la Nación.
- SMC (2006), *SNCC: Sistema Nacional de Consumos Culturales, informe núm. 3*, Buenos Aires, SMC.
- Soja, E. (2008), *Posmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*, Madrid, Traficantes de sueños.
- Svampa, M. (2004), *La brecha urbana. Countries y Sueños privados*, Buenos Aires, Capital Intelectual.

- Torre, M. (2008), "El cine y la sociedad de la información: una aproximación a las transformaciones del campo cinematográfico argentino durante los años noventa", conferencia dictada en *V Jornadas de Sociología de La Plata y I Encuentro Latinoamericano de Metodología en Ciencias Sociales*, Universidad Nacional de La Plata (UNLP), La Plata, 10-12 de diciembre.
- Torterola, E. y A. Lobo (2012), "El cine en la cultural digital. Reconfiguración del séptimo arte en el cambio de siglo", *TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, Fundación Telefónica, núm. 93, pp. 34-45.
- Wolton, D. (1992), *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*, Barcelona, Gedisa.
- Wortman, A. (2006), "Viejas y nuevas significaciones del cine en la Argentina", en G. Sunkel (coord.), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 342-363.
- Wortman, A. (2008), "Las clases medias en Argentina (1960-2008)", en R. Franco, M. Halperyn y A. León (eds.), *Las clases medias en América Latina. Retrospectiva y nuevas tendencias*, México, Siglo XXI, pp. 117-167.
- Wortman, A. (2009), "Consumo de cine en la Argentina. ¿Es posible reinventar los imaginarios sociales?", *Cuadernos de Políticas Culturales. Indicadores Culturales 2008*, Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional Tres de Febrero (Eduntref), pp. 104-115.

Recibido: 30 de abril de 2015

Aceptado: 15 de agosto de 2015

*Autor: Emiliano Torterola.

Emiliano Torterola es sociólogo, con maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural por la Universidad Nacional de San Martín. Es profesor en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA) e investigador del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la UBA. Autor del libro *Individuo y profesión. El proceso de especialización en las teorías de la modernidad en Max Weber y Georg Simmel* (2009). <etorterola@yahoo.com.ar>.

Imagen de inicio:

Peatonal Lavalle, la calle de los cines de Buenos Aires. Recuperado de: <nivelartecriticas.wordpress.com> [Fecha de consulta: 27 de agosto de 2015]

Cómo citar este artículo:

Torterola, Emiliano, "La ciudad, los cines y sus públicos. Equipamiento de exhibición y prácticas de consumos de filmes en Buenos Aires: del encuentro colectivo al espectáculo minoritario (1960-2014)", *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 36, mayo-octubre, pp. 153-166, en <<http://version.xoc.uam.mx/>>.