

INTRODUCCIÓN

La sociedad argentina supo tener un significativo público de cine casi junto con el nacimiento del cine. Podemos verificar su expansión a partir de la importante cantidad de salas de exhibición no sólo en la ciudad de Buenos Aires sino a lo largo y ancho de todo el país hasta mediados de los años setenta. También es posible constatar que las dimensiones de su público acompañaron el importante desarrollo de la industria cinematográfica argentina hasta mediados del siglo XX. La relación entre cantidad de público y consumo de cine nacional, comienza a modificarse hacia mediados de los años cincuenta conjuntamente con la presencia hegemónica del cine norteamericano a nivel mundial, proceso que en la Argentina coincide con procesos locales de crisis de la industria cinematográfica argentina y paulatina transnacionalización de la economía.

A partir de entonces se modifica la relación entre producción y consumo de cine, siendo el segundo más diversificado. Es decir no sólo comienza a consumirse cine de origen extranjero sino que también se puede observar la conformación de públicos de cine europeo tanto en las salas de exhibición masiva como en el surgimiento de una gran cantidad de cine clubes. El cine argentino deja de ser relevante tanto en términos de producción como de público y sólo asume una cierta importancia en momentos transformación de su estética, el surgimiento de la llamada Generación del 60, en el marco del proceso político de mediados de los años 70 y con el llamado surgimiento de una nueva camada de directores de cine, a los cuales el periodismo dio en llamar *Nuevo cine argentino* a comienzos del 2000. En un principio logró recuperar cierto interés por el cine nacional, el cual luego fue decayendo, dándose el fenómeno de crecimiento de la producción nacional, gracias a subsidios a nuevos realizadores, a la vez que se constató falta de público en forma paulatina.

CLASES MEDIAS Y CULTURA EN LA ARGENTINA

Se suele afirmar que la constitución de los sectores medios en la sociedad argentina, está asociada no sólo con procesos económico laborales, sino también con el papel fundamental que la educación pública ha tenido como vía de acceso a la cultura letrada (Sarlo, 1983 y 1997). El acceso a la cultura a través de la masiva escolarización de los inmigrantes e hijos de inmigrantes constituyó un signo de identidad de los sectores medios. Como señala Sarlo (1997) el Estado nacional a través del normalismo tuvo un papel preponderante en la instalación de este valor. Desde esta idea fuerza se sostiene el enorme y



Ana Wortman

MAGÍSTER CIENCIAS SOCIALES, FLACSO. DEFENDERÁ TESIS DOCTORAL: CONSUMOS CULTURALES, CLASES MEDIAS Y CRISIS SOCIAL: EL CASO DEL CINE, LA TV CABLE Y LOS CENTROS CULTURALES. FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES. PROFESORA DE LA CARRERA DE SOCIOLOGÍA Y DE POSGRADO EN LA MAESTRÍA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA. SU ÚLTIMO LIBRO ES “CONSTRUCCIÓN IMAGINARIA DE LA DESIGUALDAD SOCIAL”

temprano desarrollo cultural, como por ejemplo de la industria editorial y las industrias culturales en general en las primeras décadas del siglo las cuales fueron posibles a partir de la existencia de personas que se estaban entrenando en la lectura. Se establece así una vinculación entre la constitución histórica de una clase y la emergencia de determinadas prácticas y productos culturales.

En los trabajos de historia cultural realizados por Beatriz Sarlo (1985, 1991, 1994) se concluye, junto a los de Luis Alberto Romero (1986), entre otros, acerca del importante desarrollo de la industria editorial, así como la proliferación de espacios culturales, bibliotecas, clubes de barrios, teatros, cines en las primeras décadas de este siglo.

Por ejemplo en *El imperio de los sentimientos* (Sarlo, 1983), ensayos centrados en el análisis del éxito masivo de una nueva lectura –los folletines– en las primeras décadas de este siglo, se hace referencia a la constitución de un nuevo público lector producido por las condiciones sociales que acompañan el proceso de urbanización y alfabetización, desarrollo comercial y administrativo, expansión del aparato escolar y del normalismo. Debido al fuerte impacto de esta literatura en el mercado editorial se la considera como generadora de imaginarios y fantasías sociales. En ese sentido, afirma la autora, “La ficción y también la poesía no sólo se construyen con materiales ideológico experienciales que, de algún modo, forman parte de un patrimonio común transformado estéticamente, sino que los textos mismos funcionan como formadores activos de fantasías sociales” (Sarlo, 1983:23).

Asimismo, en la investigación de Mazziotti y Terrero, (1983: 93) se hace referencia al desarrollo del cine como industria cultural durante la década del 30. En este marco se alude al proceso de constitución de la sociedad argentina, en particular –el imaginario social de las clases medias– y a la experiencia anterior a los años 30 en la cual los hijos de inmigrantes, se convirtieron en clase obrera o en pequeña burguesía urbana, esto es experimentaron la posibilidad de ascenso social, de acceso regular a la instrucción pública y, en algunos casos, incluso de acceso a la universidad. De la manera como se narra la investigación se da cuenta de una sociedad constituida en torno al valor de la movilidad social. Así los años de sacrificio y ahorro rendían sus frutos y la hija maestra, el hijo empleado público, bancario o doctor, se constituían como modelos aspiracionales de amplios sectores de la clase trabajadora. Aunque estos modelos no fueran una realidad para todos y se veían seriamente limitados en la etapa de crisis, estaban en el universo de sus posibilidades, como la posesión de una casa de material en algún barrio de la Capital Federal y el acceso a un consumo cultural diversificado que incluya el teatro, el cine, el periódico, revistas, libros y que evidenciaba la ampliación del consumo recreativo y la avidez de la instrucción. (Mazziotti y Terrero, 1983: 93). También en

Buenos Aires, una modernidad periférica, Sarlo (1991) da cuenta de cómo se ha desarrollado el cine en las primeras décadas del siglo XX en el marco del crecimiento vertiginoso de Buenos Aires, como ciudad puerto. “Hacia 1930 existen en todo el país más de mil salas y según la revista *Señales*, pocos años después de introducido el sonoro, se abren 600 salas preparadas para esta nueva técnica”.

En la primera mitad de este siglo la radio y el cine contribuyeron a organizar los relatos de la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales. Agregaron a las epopeyas de los héroes y los grandes acontecimientos colectivos, la crónica de las peripecias cotidianas: los hábitos y los gustos comunes, los modos de hablar y vestir. Podemos afirmar que el cine completaba en la ficción la compleja operación de producción de identidades nacionales promovida por la escuela, pero también por el discurso médico a través del higienismo en las primeras décadas del siglo XX. Es evidente que la nacionalización de los hijos de inmigrantes no se producía solo por la asistencia masiva a la institución escolar, con la exitosa alfabetización y el aprendizaje de una determinada forma de la historia argentina. Sino que la sociedad procesó en una producción cultural de nuevo tipo, en relación a las ya consagradas artes plásticas y a la literatura –propias de las elites y la alta burguesía–, la legitimación cultural de las clases medias, las cuales comenzaban a ser protagonistas de la conflictiva historia argentina del siglo XX. El disciplinamiento de los cuerpos, vía la educación y la salud pública tiene su correlato afectivo en los relatos sobre las relaciones amorosas evocadas en la producción cultural del cine, la literatura de folletín y el teatro. Así las emociones humanas asumen una dimensión histórica nueva, a partir de la cultura media y en particular de la industria cultural. Las identidades, los sujetos, los argentinos, las clases medias se producen material y simbólicamente a través de estas nuevas manifestaciones de la industria cultural. En ese sentido el aporte de Elías en torno a la historicidad de las emociones resulta de particular interés para entender el éxito masivo de estas nacientes expresiones culturales. Una sociedad nueva, demandaba nuevos imaginarios y relatos no discursivos, figurales, para este nuevo actor social cuyo hábitus no era producido por la familia. La industria cultural incidió fuertemente en la difusión de modelos de hombre y de mujer, generando un fuerte impacto en la organización de los afectos y fundamentalmente del deseo.

El éxito del cine en la sociedad argentina se sostuvo sobre la conformación de una sociedad relativamente nueva e igualitaria, al menos en relación al resto de América Latina hasta mediados de la década del setenta. La instrucción pública, promovida como proyecto estatal y el cine como consumo cultural conformaron un entramado que legitimó simbólicamente a las clases medias argentinas.

Vaivenes del público masivo a salas de exhibición acompaña cambios sociales. La TV y el imaginario del suburbio.

Nos preguntamos entonces si en el marco de la experiencia ética y estética posmoderna es posible pensar esta relación inicial, esto es la expresión en la ficción de la vida urbana, por un lado y si es posible reinventar los imaginarios nacionales en el marco de procesos de globalización cultural que despertaran el interés por el cine nacional. Como afirman los investigadores de la posmodernidad urbana, la ciudad ya no se presenta como la ciudad de todos o para todos de la modernidad ya que se manifiestan distintas vivencias de la ciudad fragmentada, una ciudad para grupos de sujetos sociales con recorridos muy diferenciados. Si esto es así, si la ciudad que vivimos no es una ciudad para todos, no es una ciudad donde se produce la experiencia de la multitud, de

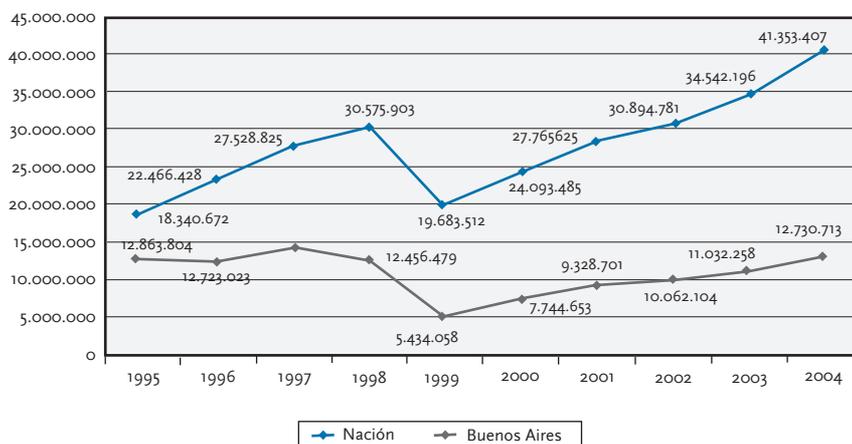
La instrucción pública, promovida como proyecto estatal y el cine como consumo cultural conformaron un entramado que legitimó simbólicamente a las clases medias argentinas.

la mezcla, nos preguntamos ¿qué impacto tiene esta nueva experiencia de la ciudad en la práctica de consumo de cine y en las formas que se presenta la exhibición del cine? ¿Tiene sentido pensar al consumo de cine en la actualidad como recepción colectiva, según lo plantea Benjamin?

En el marco de las transformaciones culturales y económicas de los años 90, el mapa de los cines en la Capital Federal ha mutado definitivamente su geografía con la llegada de los multicines y las salas dentro de los *Shopping Centers*. A fines de 1995 cuando llegaron a la Argentina los grandes complejos de multicines de origen estadounidense y australiano, existían 456 salas y concurrían 18.220.000 espectadores por año en salas de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Dos grupos locales dominaban cerca de un 88% del mercado. Hoy el mapa cambió significativamente: existen 920 salas a las que concurren cerca de 32.000.000 espectadores. Sin embargo, la inversión extranjera de los últimos años dejó a los empresarios nacionales con el control de sólo el 33% del mercado de exhibición.

Estas cifras indican el aumento en el público de salas cinematográficas ubicadas en multicines.

GRÁFICO 1
Evolución de espectadores Nación y Ciudad de Buenos Aires. Años 1995-2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de INCAA, actualizados al 28-02-05.

IR AL CINE COMO EXPERIENCIA MINORITARIA

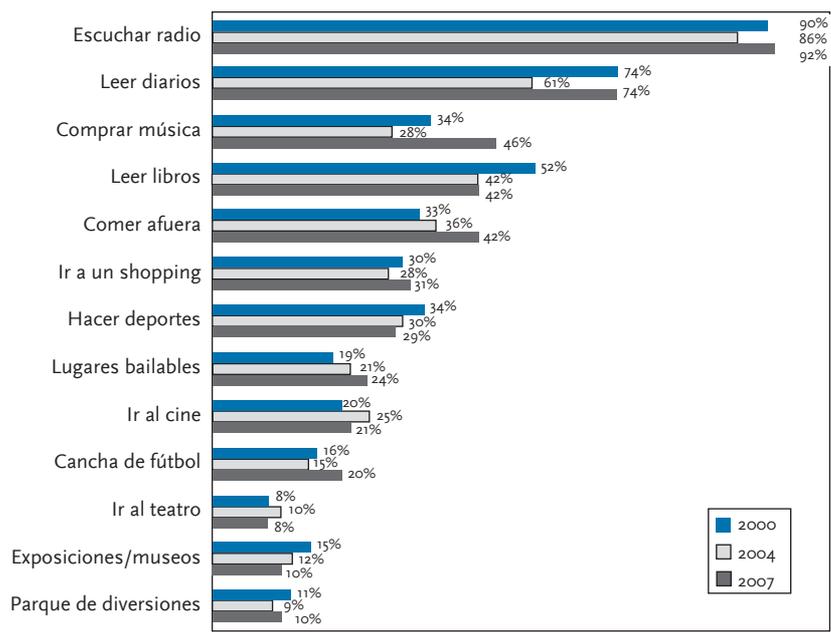
Un conjunto de procesos sociales, culturales y económicos han incidido en el debilitamiento del otrora masivo público de cine en las salas de exhibición en la Argentina. Asimismo se ha modificado el gusto estético, las características del espectador, reorientándose el consumo de cine hacia la esfera de lo privado, particularmente a partir del acceso masivo a la renovación del equipamiento tecnológico en el hogar. Argumentamos que este proceso no implica necesariamente disminución de la vida pública o disminución del consumo cultural en el espacio público¹. El cine no ocupa un lugar relevante a la hora de salir y disminuye a medida que descendemos en la escala social. En relación a la modificación del gusto, se puede apreciar a partir de los datos existentes el crecimiento exponencial del consumo de cine norteamericano en forma paralela al debilitamiento del consumo de cine europeo, situación además provocada

¹ Como se afirma en otros casos nacionales, tomando como variable cierta transformación de las ciudades como consecuencia de la prevalencia del mercado en la organización social.

por el dominio norteamericano de las distribuidoras.² Es muy interesante observar la relación oferta y consumo de cine norteamericano y luego entre oferta y espectadores de cine argentino. Es decir que si bien es importante la oferta de cine norteamericano, más importante aún es el porcentaje de público de dicho cine, con respecto a públicos de cine de otros orígenes. En el caso del cine argentino ocurre al revés, ha aumentado la oferta en salas de exhibición de cine argentino, aunque en número limitado, pero carece de público.

En el caso argentino específicamente es evidente el declive del público en salas de cine argentino, el cual solo aumentó en los primeros años del tercer milenio a partir del surgimiento de una nueva camada de directores de cine, que el periodismo dio en llamar “nuevo cine argentino”. Como podemos apreciar en el siguiente cuadro, ir al cine no ocupa un lugar relevante como opción en el tiempo libre.

GRÁFICO 2. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES
¿Con qué frecuencia ha realizado las siguientes actividades?



Fuente: Encuesta Gallup nivel nacional *Los argentinos y los hábitos culturales*, 2007.

El cine ocupa un nuevo lugar en el marco de la cambiada estructura de clases argentinas, y constituye, esencialmente una salida para las clases medias altas según observamos en los datos correspondientes a la segunda mitad de los noventa. Se puede afirmar entonces que el cine es un buen ejemplo de las transformaciones y fragmentaciones de los sectores medios, ya que su consumo se redujo junto con el descenso del consumo mundial, paralelo al crecimiento de la importancia de la TV y de las transformaciones de la industria cinematográfica, pero también acompañó la debacle de los sectores medios y sus reconfiguraciones.

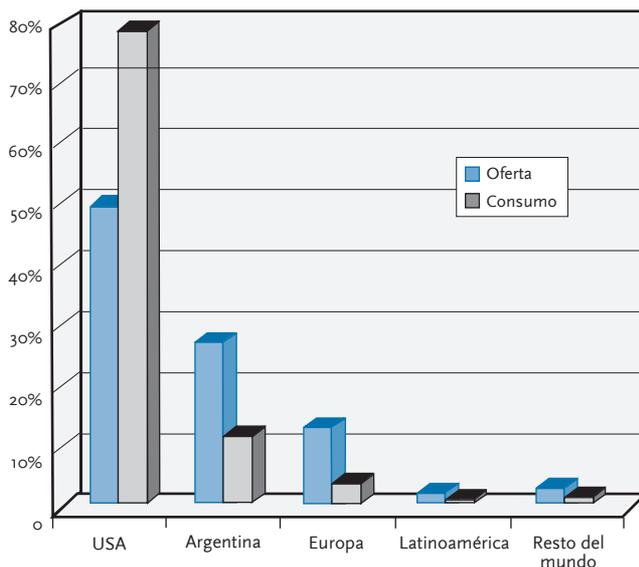
Por otra parte, numerosas publicaciones advierten que el problema de los públicos de cine, no es sólo de la Argentina.

Como señala un director canadiense Atom Egoyan (2006),

² El gusto y el éxito de este cine debe ser explicado por el poder de distribución de estas películas como resultado de la dominación norteamericana, cabe preguntarnos si los norteamericanos han sabido captar una búsqueda inconciente del sujeto contemporáneo por la acción.

“el problema es hallar un público. Las películas ahora se hacen accesibles por Internet y se pueden ver por la computadora, pero no genera una experiencia comunitaria como el cine”.

GRÁFICO 3. RELACIÓN OFERTA (TÍTULOS)-CONSUMO (ESPECTADORES)
Por origen del film (en porcentajes). Argentina, año 2005



Fuente: elaboración propia en base a datos de INCAA, actualizado al 26-05-06.

Un dato elocuente del interés por el cine en el hogar lo expresa el alto nivel de ventas de reproductoras de DVD. En el año 2007 se incorporaron al parque de reproductoras de DVD hogareñas del país, 1.000.000 más de equipos, representando un crecimiento de casi un 25% en relación al año 2006. Así el parque de reproductores de DVD en los hogares ascendería a 5.000.000 de unidades, representando una penetración de esta tecnología de un 50% en el país. Paralelamente el alquiler de películas en el año 2007 ha caído entre un 10 y un 15% en comparación con el año anterior. Este fenómeno, el aumento de equipos de reproducción y la baja de alquileres, podría explicarse por la expansión de copias no autorizadas.⁴

GRÁFICO 4. VIDEO
Posesión de equipos reproductores de VHS/DVD en hogares según nivel socioeconómico.
Argentina. Año 2006

Posee / no posee	Nivel socio-económico		
	Alto y medio alto	Medio y medio bajo	Bajo
SI	88,1%	85,0%	64,4%
NO	11,9%	14,2%	35,6%
Ns / Nc	0,0%	0,8%	0,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Informe N° 3 - noviembre de 2006 - Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC) - Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación.

³ http://www.buenosaires.gov.a/areas/produccion/industrias/pbservatorio/?menuid_6933.

GRÁFICO 5. VIDEO
Alquiler total de unidades y según formatos anuales. Argentina. 2002-2005

Formato	2002	2003	2004	2005
VHS	353.881	469.406	482.803	382.832
DVD	149.216	186.083	484.050	785.135
TOTAL	503.097	655.489	966.853	1.167.853

Fuente: Elaboración propia en base a datos del IVC - OIC / GCBA.

EL CINE NACIONAL EN LAS SALAS DE EXHIBICIÓN

El panorama es complejo: en el período 2004-2007, mientras la cantidad de títulos nacionales estrenados creció un 20% (pasando de 54 a 68), el total de personas que concurren a ver estrenos argentinos se redujo un 48% (de 5,8 a 3 millones). Uno de los desafíos que enfrenta nuestro cine surge del siguiente contraste: se producen y exhiben muchas películas, pero cada vez hay menos espectadores. 80 estrenos en 48 semanas marcan una cifra récord para el cine argentino, pero el dato en sí mismo puede significar muchas cosas depende a quién se le pregunte. Productores y directores, en principio, deberían estar felices de poder hacer sus películas y estrenarlas, pero a la vez ven con desagrado cómo esas películas, por más pergaminos que traigan, pasan bastante inadvertidas en la cartelera, muchas veces tapadas por otras películas argentinas estrenadas simultáneamente. “Los funcionarios pueden festejar el récord y demostrar la capacidad productiva y la variedad del cine local –reseña el periodista Diego Lerer desde el *Clarín*–, pero también miran con preocupación la poca concurrencia que acompaña esos estrenos. Para los distribuidores y exhibidores el asunto se torna más negativo. Los primeros presionan para mostrar sus títulos y los segundos se resisten a inundar sus cines con películas nacionales porque, dicen, no rinden comercialmente, más cuando vienen de a media docena”. Si bien es cierto que las películas nacionales “entran y salen” rápidamente de cartel, es en buena parte, gracias a tres razones omitidas. Primero, las distribuidoras extranjeras (norteamericanas) ejercen una enorme presión sobre los exhibidores para asegurarse los mejores días de estrenos y la mayor cantidad de salas y horarios posibles. Segundo, estos últimos, no cumplen plenamente con las medidas dispuestas por el INCAA (*Cuota pantalla y Media de Continuidad*) tendientes a asegurar un espacio mínimo para las realizaciones nacionales. Tercero, dichas realizaciones cuentan con dos veces menos copias que las películas de Hollywood, por lo que ven restringida su oferta en las salas. Sin embargo, esta realidad no contradice el dato preocupante expuesto al inicio: producimos largometrajes a niveles europeos, mientras que el nivel de asistencia anual nos asemeja a la media latinoamericana. En la Argentina, la relación habitantes / espectadores por año es de 0,87. En España, de 1,7, Francia 2,8, Reino Unido 2,7 y Portugal 1,6⁴. Aunque es importante señalar que en Brasil se ha producido un fenómeno distinto, si bien sigue teniendo predominio en el consumo de cine, las películas tanques norteamericanas, en el último año se ha puesto en evidencia el crecimiento del consumo de cine brasileño de corte televisivo, revirtiendo los datos negativos.

Según se lee en relación a otros países latinoamericanos, el problema del consumo de cine nacional o el interés por el cine nacional también es escaso. Me pregunto podemos explicar el desinterés por el cine nacional, como un problema argentino. De que manera inciden las transformaciones de la vida social, urbana, la experiencia de la globalización en la sensibilidad contemporánea.

⁴Fuentes: Clarín.com, “Récord para el debate”, miércoles 28 de noviembre de 2007 y DEISI CA N° 17 - Año 2007, Buenos Aires.

nea. El cine norteamericano es consumido por su fuerte presencia o da cuenta de que se ha globalizado el estilo de vida americano, lo americano constituye una estructura de sentimiento global.

Asimismo es notable observar en la encuesta Gallup, la diferencia de clase que se manifiesta en la salida al cine. Si a principios del siglo XX, ir al cine era una experiencia colectiva para las masas, ahora parece haberse constituido en una experiencia para sectores con alto nivel adquisitivo. En términos generales es alta la proporción de asistencia al cine en relación al total de la población, según indican las encuestas nacionales sobre consumo cultural las cuales indican que el 23%, pero llama la atención la fuerte concentración en las clases medias altas.

GRÁFICO 6.
Actividades realizadas en los últimos 6 meses por NSE

	Clase alta y media alta	Clase media	Clase media baja	Clase baja
Escuchar Radio	86%	93%	90%	90%
Leer Diarios	87%	81%	74%	64%
Leer Libros	82%	55%	39%	28%
Comer Afuera	78%	61%	36%	21%
Comprar Música	61%	58%	47%	32%
Hacer Deportes	58%	39%	28%	16%
Ir a un Shopping	74%	49%	26%	12%
Ir al Cine	78%	34%	15%	7%
Ir a lugares bailables	29%	28%	27%	18%
Ir a la Cancha de Fútbol	27%	18%	24%	18%
Ir a Exposiciones / Museos	42%	14%	6%	4%
Usar Internet	89%	40%	21%	9%
Ir al Parque de diversiones	2%	15%	9%	6%
Ir al Teatro	31%	14%	4%	3%

Fuente: TNS Gallup Argentina. Muestra nacional de población adulta.

En la sociedad globalizada neoliberal, se modifica no sólo la experiencia y los imaginarios del espectador sino que éste se constituye fragmentariamente.

REFLEXIÓN FINAL

El consumo de cine está pautado en la actualidad por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información: celulares, computadoras, notebooks, DVD, videofilmadoras hogareñas. Cada vez menos público en las salas de exhibición públicas, pero a la vez, cada vez más productores y diversificación de las formas de reproducción y circulación de las películas. Esta diseminación de la imagen no requiere un espectador sentado en una butaca en un espacio donde se apagan las luces, que se sumerge en un mundo de ficción, luego del torbellino urbano. Esta nueva relación modifica la experiencia del cine y las formas que produjeron el espectador de principios del siglo XX. Cuando Benjamín escribió el emblemático texto sobre el arte en la época de la reproducción técnica, celebró la implementación de la tecnología y la emergencia del cine como una forma radical de aproximar el arte a las masas: este acontecimiento era inédito en la historia del arte y en la historia del hombre. La tecnología se inscribía en la perspectiva marxista del progreso emancipatorio de la humani-

dad. La reproducción técnica abría una circulación infinita de la obra de arte. Las nuevas tecnologías encarnan ese principio, la circulación es cada vez más infinita, pero desaparece la experiencia colectiva. Es decir entonces que el cine no desapareció como consumo, la gente consume cine de muchas maneras. Lo que desapareció es el fenómeno colectivo, la recepción colectiva del cine. El ir al cine, contrariamente a lo que ocurría en el contexto de la emergencia del cine, como fenómeno cultural y artístico, ahora está centrada en las clases con mayor poder adquisitivo. Además como puede apreciarse en los datos cuantitativos la salida al cine no aparece como opción prioritaria. Este proceso continuó, pero esa experiencia colectiva ya no se produjo en espacios públicos. Como también afirma Benjamín, la lógica del capital dejó sus marcas en los procesos sociales.

La presencia de la televisión suburbanizó la experiencia de la cultura. En realidad no se puede afirmar que la televisión es la causante exclusiva de esta nueva experiencia. La transformación de los modos de vida como consecuencia de nuevos procesos sociales y laborales hizo la vida en la ciudad menos atractiva. La ciudad cosmopolita surgida junto con los procesos de industrialización fordista fue adoptando nuevas formas con las transformaciones económicas. El ascenso social de algunas clases medias requería nuevas formas de hábitat. La expansión del automóvil permitió que la gente se alejara de la ciudad y de esa forma de la oferta cultural urbana. La televisión reemplaza el entretenimiento cotidiano e instala una nueva experiencia del espectador que se traslada a la exhibición de cine en el hogar, vía las videocassetas y las reproductoras de DVD y más tarde en la recuperación de las salas de exhibición pública pero fuera de la ciudad, ahora en el shopping. El ideal de vida americano es suburbano. La consagración de la movilidad social se cristaliza en la posesión de una casa y un automóvil para la familia tipo. Este cambio en las formas de recepción del cine, acompaña otro proceso, la desnacionalización del consumo. Salvo momentos políticos específicos, ya no se elige cine nacional, hay una definida opción por el consumo de cine norteamericano en nuestros países.

Las preguntas que surgen entonces son, ¿se debe desestimular el estudio de carreras de cine? ¿Ha desaparecido el gusto por lo nacional? ¿Ya no existe una identidad nacional? Y en esta afirmación no estoy solo pensando en la Argentina sino también otros países del Mercosur donde se manifiesta un fenómeno similar, predominando el consumo de cine norteamericano. Como hacer para recuperar el interés por los temas nacionales, dado que muchas veces se trata de películas exitosas en el exterior. No estoy segura que sea solo desde una política cinematográfica en relación a la cuota de exhibición de películas en las salas comerciales lo que modifique el interés del público por el cine argentino. La construcción del gusto es un proceso de años y se vincula con otros procesos sociales y políticos atravesados por una fuerte desnacionalización de la vida cotidiana y de descalificación de los recursos propios. También se vincula con la americanización de nuestra vida cotidiana, cuestión que no es menor. Comida, usos del tiempo libre, formas de trabajar, hábitats, imágenes corporales, percepción del tiempo, consumo de televisión americana, sensibilidad y sentimientos americanos. Ya hay un ritmo americano, aunque no del todo en los estilos de vida. Sostenemos que son más procesos políticos los que construyen nuevos sentidos de la vida social, los que puedan generar otras vías de interés y atracción por conformar nuevos imaginarios nacionales en consonancia con procesos de globalización actuales.

La cuestión es cómo reestablecer el contacto perdido entre los creadores y su público natural. ●



Las nuevas tecnologías encarnan ese principio, la circulación es cada vez más infinita, pero desaparece la experiencia colectiva. Es decir entonces que el cine no desapareció como consumo, la gente consume cine de muchas maneras.

BIBLIOGRAFÍA

- Blejman**, Marcelo, “El cine argentino pierde pantallas” *Página12*, 13 de junio 2004. <http://www.pagina12.com.ar/diario/espectaculos/6-36624-2004-13.html>.
- España**, Claudio, “La industria del cine argentino pierde peso”, en *Perfil* 31 de diciembre de 2005. http://www.diarioperfil.com.ar/edimp/0157/esp_009.html.
- Hobsbawn**, Eric, “La transformación de las artes” en *La era del imperio*, 1875-1914, Grijalbo Mondadori. Buenos Aires, 1990.
- Mazziotti**, Nora y **Terrero**, Patricia, “Migraciones internas y recomposición de la cultura popular urbana Análisis a través de los medios masivos de comunicación social. 1935-1950” *Informe final Programa de Becas Cono Sur VIII*. 1983-84. CLACSO, Buenos Aires Argentina (mimeo) 1984.
- Pinkney**, Tony, “Introducción del compilador: Modernismo y teoría cultural” en Williams, Raymond, *Ob.cit*, pp.15-51, 1997.
- La Maga**, “El cine, una imagen del país”, Buenos Aires, 2 de febrero, 1994.
- La Maga**, “1994, el peor año en la historia del cine argentino”, Buenos Aires 1 de febrero, 1995.
- Osava**, Mario, “CINE-BRASIL: Año de oro para nueva Bollywood” en <http://ipsnoticias.net/index.asp>.
- Revista El Periodista**, “De película: más cines cerrados, mayor precio de las entradas, menos espectadores”. Buenos Aires, núm186, abril. p. 22, 1986.
- Revista Ñ**, “Como cambió el cine”, número 152. Buenos Aires, 26 de agosto, 1986.
- Sarlo, B.** *El imperio de los sentimientos*. Catálogos, Buenos Aires, 1985.
 ---- *Buenos Aires, una modernidad periférica*. Nueva Visión, Buenos Aires, 1991.
- Sunkel**, Guillermo, (ed) *El consumo cultural en América Latina*. Segunda edición ampliada y revisada. Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2006.
- Torre**, María y **Zarlenga**, “Los espacios de formación cinematográfica en el surgimiento del Nuevo Cine Argentino” *Ponencia presentada en las Jornadas sobre Nuevos intermediarios culturales*, Centro Cultural San Martín, Buenos Aires, 14 de noviembre, 2006.
- Williams**, R. *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*. Buenos Aires, Editorial Manantial, 1997.
- Wortman**, Ana, “Entre la globalización y la exclusión social en la Argentina”, compilado por Lacarrieu, Mónica y Alvarez, Marcelo *La (indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*, en Colección Signo de Ediciones Ciccus -La Crujía, Buenos Aires, 2002, pp 173-191.
- Wortman**, Ana, (2003) *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. Editorial La Crujía. Buenos Aires.

Fuentes secundarias

- Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires** <http://www.buenosaires.gov/areas/produccion/industrias/observatorio/estadisticas-inernet.php>
- DEISICA**, Dirección estadísticas del Sindicato de la Industria Cinematográfica.
- INCAA**, Instituto Nacional de Cine y Artes Visuales.
- Secretaría de Cultura de la Nación**.
- Encuesta Gallup Argentina**, Hábitos culturales de la sociedad argentina. Nivel nacional, 2007.