



Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales

ISSN: 1666-0579

revista.pilquen@gmail.com

Universidad Nacional del Comahue
Argentina

Moguillansky, Marina; Papalini, Vanina
Los públicos de artes combinadas en Argentina. Una revisión de las agendas de
investigación
Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales, vol. 20, núm. 3, julio-septiembre, 2017, pp.
44-55
Universidad Nacional del Comahue
Viedma, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347552924004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Los públicos de artes combinadas en Argentina. Una revisión de las agendas de investigación

The publics of combined arts in Argentina. A review of research agendas

Marina Moguillansky

mmoguillansky@gmail.com

Vanina Papalini

vaninapapalini@gmail.com

CONICET; Universidad
Nacional de San Martín;
Centro de Investigaciones
y Estudios sobre Cultura y
Sociedad - Universidad
Nacional de Córdoba.
Argentina

Recibido: 07|11|16

Aceptado: 30|06|17

RESUMEN

¿Qué conocimientos se han elaborado desde las ciencias sociales en torno a los públicos de las artes combinadas en Argentina? El objetivo de este artículo es presentar una revisión crítica de la producción de saberes de los últimos veinte años, acerca de los procesos de recepción del cine, el teatro y la ópera. Para esta investigación, hemos realizado un extenso relevamiento de trabajos académicos publicados desde 1990, en el campo de las ciencias sociales, acerca del público de artes en la Argentina. Sobre dicho corpus de trabajos, nos preguntamos: ¿Cuáles son los temas privilegiados? ¿Qué perspectivas disciplinarias y teóricas utilizan más frecuentemente los investigadores? ¿Qué metodologías se emplean? De esta manera, construimos un mapa de coincidencias y divergencias temáticas, teóricas y metodológicas. El resultado muestra un conjunto de aportes al conocimiento que -si bien pueden resultar fragmentarios o presentar omisiones- provee una base de referencia para la investigación sobre los públicos de las artes en Argentina. Este trabajo de sistematización y reflexión nos permite señalar las áreas inexploradas y las limitaciones que presenta el actual estado de la cuestión.

Palabras clave: Artes combinadas; Públicos; Consumo cultural; Estado del arte.

ABSTRACT

What knowledge about publics of Combined Arts was developed from the social sciences in Argentina? The aim of this article is to present a critical review of the production of knowledge for the last twenty years, about the reception of cinema, theatre and opera. We have made an extensive survey on academic papers published from 1990, in the field of social sciences, about publics of arts in Argentina. Regarding this corpus, we set out the following questions: what are the favorite issues? Which disciplinary and theoretical perspectives do researchers use more frequently? What methodologies are employed? In this way, we have rebuilt a map of thematic, theoretical and methodological coincidences and divergences. The result shows an ensemble of contributions to knowledge that - even if they may be fragmentary or shows many lacks- it provides a base of references to future researches on publics of arts in Argentina. This work of systematization and reflection allows us to point out the unexplored areas and the shortcomings that the current status of the issue presents.

Key words: Combined arts; Publics; Cultural consumption; State-of-arts.

INTRODUCCIÓN¹

La cuestión de las artes y sus vínculos con el público ha logrado una renovada centralidad en las ciencias sociales a partir de diversos factores que inciden en generar interés, mayor disponibilidad de datos y nuevos fenómenos que, en consonancia con las transformaciones de las tecnologías y de los hábitos de consumo, plantean desafíos teóricos y metodológicos para la investigación. Las artes combinadas (cine, teatro y ópera) han pasado por grandes cambios durante las últimas décadas, involucrando nuevas maneras de relacionarse con sus públicos y una cierta crisis de los modelos tradicionales de recepción colectiva. En este artículo, nos dedicamos a reflexionar sobre el estado de las investigaciones que, desde las ciencias sociales, se han hecho en los últimos veinte años (1990-2010), acerca de la relación de artes combinadas y públicos.

En las artes combinadas, los procesos de recepción son centrales por diversos motivos. En principio, desde la perspectiva económica, las producciones de teatro, cine y ópera se realizan en su encuentro con los espectadores que a través de la compra de entradas contribuyen, al menos en parte, a su financiamiento. En segundo lugar, desde la perspectiva sociopolítica, las formas de exhibición de las producciones de las artes combinadas se ven atravesadas por la regulación estatal y por los circuitos disponibles. Por último, desde la perspectiva cultural, la recepción es una instancia de producción de sentido, ya que el público interpreta la obra en una instancia casi siempre colectiva, construyendo y completando sus sentidos, como plantea Umberto Eco con el concepto de "obra abierta" (1979). En el teatro y la ópera, la recepción es colectiva y se produce en un espacio-tiempo definido, en una relación de co-presencia con los intérpretes. En el cine, hay una mediación y un distanciamiento, pero la recepción en el caso de las salas es también colectiva, aunque sin la presencia de los intérpretes, salvo casos especiales. Existen determinantes materiales de la recepción, que se manifiestan en la disponibilidad de infraestructura cultural, en la oferta de espectáculos y en los precios de las entradas, entre otros, de modo que la recepción varía en las ciudades centrales o periféricas, en las épocas de crisis o bonanza económica.

El recorte temporal elegido, 1990-2010, se concentra en una etapa que no exhibe la efervescencia del período inmediatamente anterior (1983-1989). En Argentina, el teatro, el cine y la ópera tuvieron un rol protagónico a partir de la recuperación de la democracia en 1983 con la llamada "primavera cultural", en la que se registró una explosión creativa de espectáculos y producciones culturales que habían sido perseguidas y censuradas durante la dictadura militar (1976-1983). El teatro asumió un rol político incluso antes de la apertura democrática, primero como espacio de protesta y denuncia, pero luego también como lugar para la reflexión acerca de los traumas de la dictadura (Irazábal 2004). En cambio, durante la década siguiente, fue el cine argentino el que asumió un lugar vinculado con lo político, al ficcionalizar la crisis social que empezaba a resquebrajar a la Argentina en películas como *Pizza, birra, faso* (Caetano y Stagnaro 1997), *Mundo Grúa* (Trapero 1998). Para la ópera también soplaron nuevos vientos, se experimentó una mayor apertura hacia las vanguardias y la experimentación.

Desde la perspectiva de los públicos, hacia la década de 1990, la cultura pareció convertirse en el refugio de las clases medias en declive, así como en el espacio para la distinción a través del consumo (Wortman, 2003). Las prácticas de recepción se fueron modificando en estos años, especialmente en el ámbito del cine, pero también en el teatro y la ópera, que empezaron a ocupar nuevos espacios ampliando su destinación, al mismo tiempo que diferenciaban "circuitos" que fragmentaban a los públicos (Moguillansky, 2007). Creció la oferta privada de artes combinadas, se multiplicaron los espacios destinados a las elites, el consumo se tornó más individual e ingresó al espacio privado del hogar, de modo que los públicos se segmentaron en zonas reguladas por el diferente poder adquisitivo de cada grupo (Abba, 2003).

Las investigaciones que relevamos se refieren a este período. Buscamos sistematizar el conocimiento producido por las ciencias sociales argentinas acerca de los procesos de recepción del teatro, el cine y la ópera, en tanto revelan diversas prácticas de consumo cultural. Para cumplir

¹ Una versión inicial de este trabajo fue presentada al Congreso XXX de la *Asociación Latinoamericana de Sociología*, realizado en Costa Rica en diciembre de 2015. El artículo que aquí se presenta es una versión ampliada y actualizada, que atiende además a los generosos comentarios de dos evaluadores anónimos provistos por la revista *Pilquen*.

este objetivo, hemos realizado un relevamiento amplio de los trabajos de investigación que abordan a los espectadores de las artes combinadas en el período que va de 1990 a 2010. En la primera sección del artículo, describimos los procedimientos y criterios seguidos en la búsqueda y selección de la bibliografía que utilizamos como corpus. En la segunda sección, presentamos un recorrido por las principales publicaciones que abordaron la recepción de las artes combinadas. En la tercera sección, nos ocupamos de destacar los patrones comunes y diferenciales del corpus en cuanto a la metodología, el marco teórico y las hipótesis de estos trabajos. En las conclusiones, señalamos las cuestiones pendientes de abordaje, en una suerte de agenda para la investigación de los públicos de artes combinadas.

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DEL RELEVAMIENTO BIBLIOGRÁFICO

Este artículo toma como base un relevamiento más amplio realizado para el Programa de Investigación de la Sociedad Argentina Contemporánea (PISAC), ideado por el Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y realizado con financiamiento del Ministerio Nacional de Ciencia y Tecnología, bajo la dirección de Juan Ignacio Piovani durante 2013 y 2014. La primera fase del PISAC titulada “Análisis crítico de la producción de ciencias sociales de la Argentina y construcción de estados de la cuestión”, se destinó a desarrollar un relevamiento de las publicaciones académicas del país en el período 1990-2010. Este trabajo se concentró en seis núcleos temáticos, uno de los cuales fue dedicado al consumo y las prácticas culturales. En esa investigación participamos las autoras de este artículo.

El relevamiento de investigaciones sobre “Consumos y prácticas culturales” se centró en la búsqueda de publicaciones: ponencias, artículos de revistas, capítulos de libros y libros, publicadas en Argentina durante las últimas dos décadas. Para la búsqueda, se utilizaron las bibliotecas y las bases de datos de publicaciones académicas, rastreando la información con palabras clave como: consumo cultural, consumo de medios (prensa, radio, televisión, Internet), estadísticas culturales, estudios de públicos, estudios de recepción, lectores, espectadores de cine/teatro/ópera/danza, asistencia a festivales, visitantes de museos, festejos populares, entre otras.

Para este artículo, seleccionamos las publicaciones referidas a públicos de las artes combinadas que habían sido registradas para el PISAC y ampliamos el corpus a partir de la técnica de la bola de nieve, que consiste en relevar los trabajos citados por los textos e incorporarlos al análisis. Incorporamos así otros trabajos que no habían sido registrados, relevamos sus antecedentes y establecimos las referencias intelectuales con las que dialogaban. El resultado es una investigación ampliada en términos cuantitativos; especificada temáticamente y profundizada interpretativamente².

ESTUDIOS SOBRE PÚBLICOS Y CONSUMO DE CINE

El consumo de cine es una de las prácticas culturales que más se transformó en las últimas décadas, con los cambios tecnológicos y las innovaciones empresariales que buscaron conservar las ganancias frente a la multiplicada oferta audiovisual por fuera de las salas. El consumo cambió drásticamente sus modalidades, pasando de las salas tradicionales de cine a la recepción hogareña a través de la televisión, el video y el DVD; el relanzamiento de las salas a través de los complejos multipantalla primero, y de cine 3D después, para finalmente arribar al actual reinado del

² Los resultados de la investigación sobre los estudios dedicados al público de artes en general pueden consultarse en el capítulo “Los estudios sobre públicos de Artes” incluido en el libro *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*, compilado por Mabel Grillo, Vanina Papalini y Sebastián Benítez Larghi (2016), que fue publicado por PISAC y CLACSO.

streaming legal con Netflix. En cuanto a los estudios académicos de estos procesos, si bien la recepción de cine ha sido relativamente poco transitada, en los últimos años parece estar resurgiendo el interés en torno al tema.

El primer trabajo relevante que incluye aspectos de la asistencia al cine fue realizado por Oscar Landi, Adriana Vacchieri y Luis Alberto Quevedo (1990) en la Ciudad de Buenos Aires y el área Metropolitana, mediante de una encuesta de consumos y prácticas culturales en la que se preguntaba -entre otras cosas- si se veían películas por televisión (casi el 40 % afirmó hacerlo) y si les gustaba ver dichas películas (respondió afirmativamente el 11,9 %). Según los autores “la gente sobre todo ve televisión, luego elige” (1990: 17). También se le preguntó a los encuestados qué programas eliminarían si pudieran definir la programación de la televisión, encontrando significativamente que lo que menos eliminarían es el cine (sólo el 1,2 %).

Este tipo de investigación no se reiteró en los años siguientes resultando así una medición puntual, restringida a un espacio geográfico acotado. Los relevamientos sistemáticos se registran recién a partir de 2004: con la creación del Sistema de Información Nacional Cultural de la Argentina (SINCA) comenzaron a realizarse encuestas periódicas sobre hábitos, consumos y prácticas culturales. Fue el mismo Alberto Quevedo quien impulsó este proyecto. La experiencia fue positiva y se produjeron cuatro estudios consecutivos. Otros estudios relevantes, también basados en encuestas, fueron producidos por encargo del Ministerio de Educación de la Nación en 2005 y 2011. Los cuestionarios, que indagaban acerca de los consumos culturales de los jóvenes, se aplicaron en todo el país.³ Actualmente sigue registrándose información cuantitativa sobre consumos cinematográficos: el Instituto Nacional de Cine y Audiovisual Argentino (INCAA) produce anuarios estadísticos y el Sindicato de la Industria Cinematográfica edita DEISICA con información completa sobre el sector. A diferencia de la información del SINCA, estos datos no exploran sus relaciones con otros consumos culturales.

Desde la academia, la investigación sobre el consumo de cine fue encarada en 2010 por el equipo dirigido por Aída Quintar y César Borello con sede en la Universidad Nacional de General Sarmiento. Aplicaron una encuesta de 2000 casos sobre consumo de cine, respondida por estudiantes universitarios de distintas provincias. Los resultados muestran que el consumo de cine es moldeado por el capital cultural del hogar, el entorno urbano y la disponibilidad de tecnologías (Quintar y Borello, 2011). En el análisis de los resultados, y centrándose en la recepción del cine argentino, Leandro González incorpora y problematiza el concepto de gusto (2011). El mismo autor, en su tesis de maestría indagó en forma sistemática la cuestión del consumo de cine, a través de una Encuesta de Hogares aplicada en cuatro partidos del Conurbano bonaerense, y a través de una Encuesta a Estudiantes Universitarios, desplegada en todo el país. González muestra que el acceso al consumo de cine en el conurbano bonaerense es muy desigual, que se concentra en un tercio de la población y que hay dos tercios que no concurren nunca al cine. Es muy interesante el hallazgo que presenta para discutir la tesis del repliegue en el hogar: “quienes ven películas en salas son también quienes más películas ven en sus hogares, incluso valiéndose de copias no originales” (González, 2016: 110). El consumo hogareño y el externo parecieran complementarse y/o potenciarse antes que configurarse una exclusión o un reemplazo entre ambos. Otro hallazgo de su trabajo es demostrar que la asistencia a salas se relaciona muy estrechamente con la participación en flujos globales de información y comunicación. Nuevamente, se cuestiona aquí la hipótesis de que los consumos ubicuos que habilita la computadora conectada reemplazan las salidas al cine, pues González argumenta de manera convincente que Internet habilita a los individuos para encontrar experiencias por fuera de la computadora.

Una de las constantes que encontramos con respecto a los estudios de la recepción de cine es que, cuando se trata de reconstruir procesos históricos, los investigadores han recurrido con frecuencia a los registros de prensa periódica y a las publicaciones especializadas del sector -revistas de cine, especialmente- como fuentes indirectas. Algunos ejemplos de ello son los trabajos de Pujol (1989), sobre la recepción del cine mudo en Buenos Aires, de Wolf (1996) acerca de la construcción de públicos cinematográficos en la década de 1920, o la reconstrucción de la recepción del cine sonoro propuesta por Samaja (2006). Joaquín Calvagno (2010) analiza las relaciones entre

³ Con respecto al consumo de cine, la información registra la frecuencia y la modalidad de consumo de cine en salas y en el hogar; las formas en las que se selecciona la película y los géneros preferidos.

cine sonoro y clases trabajadoras a partir de la sección cinematográfica del semanario de la Central General de Trabajadores. De más largo aliento es el trabajo de María Silvia Serra (2011) sobre las relaciones entre cine, escuela y discursos pedagógicos, que emplea como fuentes a las revistas educativas de comienzos de siglo. Este conjunto de trabajos históricos muestran la fecundidad del uso de las fuentes periodísticas, en tanto vía para acceder a los procesos de recepción en períodos lejanos en el tiempo.

Al respecto, una interesante excepción se encuentra en el trabajo de Mariana Conde (2009), quien reconstruye los procesos sociales de recepción cinematográfica entre 1933 y 1955, con especial foco en las prácticas femeninas, recurriendo a un conjunto de técnicas que le permiten reconstruir un proceso histórico complejo. La autora analiza la “conversión de las mujeres en públicos” combinando diferentes metodologías: contrasta salarios medios y precio de las entradas para la época, estimando así la accesibilidad de este consumo para distintos sectores sociales; reconstruye el parque de salas de cine existente, sus ubicaciones y tipologías; y recoge testimonios orales a través de entrevistas de mujeres mayores que fueron jóvenes en dicho período e indaga acerca de los estereotipos femeninos presentes en las propias obras cinematográficas.

La década de 1980 fue crítica para el sector cinematográfico, debido a la expansión de la televisión por cable y la introducción de la tecnología del video para ver cine en el hogar. Estas innovaciones tecnológicas produjeron una crisis en el parque exhibidor y cambiaron radicalmente las maneras de consumir cine. El único trabajo encontrado que releva empíricamente el consumo de cine en video es de Alicia Vidal (1990), quien reconstruye el ingreso de las videocaseteras a los hogares y el auge de los videoclubes en ese período, analizando la práctica de ver videos en el hogar y relevando la perspectiva subjetiva de los espectadores. El trabajo de Finkelievich, Vidal y Karol (1992) estudia la difusión de la tecnología del video en hogares de la ciudad de Buenos Aires atendiendo a la perspectiva de los consumidores al contrastar los beneficios del cine, el alquiler de videos y la televisión por cable. Los autores vislumbran acertadamente que el video perdería la batalla frente a la televisión por cable. Un ensayo de Schmucler y Terrero (1992) señala cómo la introducción del video intensificó la privatización del consumo cultural. Patricia Terrero (1999) reúne datos diversos acerca de la concurrencia al cine, la penetración de la videocasetera y los alquileres en videoclubes, relevando diversas ciudades del interior de la Argentina y destacando las desigualdades geográficas en el consumo cultural. Este conjunto de investigaciones, aun cuando refiere a preguntas que la historia ha respondido, nos permiten leer interrogantes acerca de las intersecciones entre espectadores, tecnologías y hábitos de consumo que hoy vuelven a plantearse con relación al *streaming* legal de contenidos audiovisuales.

La década de 1990 estuvo signada por el relanzamiento de las salas de cine, con la aparición de los complejos multipantalla y la proliferación de cines en centros de compras (*shopping centers*), que ofrecían salas más pequeñas, dotadas de nuevas tecnologías que mejoraban la experiencia del espectador. Desde la sociología de la cultura y los estudios culturales, los trabajos de Ana Wortman (2002, 2008, entre otros) abordaron estas transformaciones siguiendo la evolución sociohistórica del consumo de cine en relación con las clases medias y la elitización de la cultura. Su trabajo muestra la disminución del público de cine en Argentina desde 1970 hasta mediados de los noventa; y la posterior recuperación del número de espectadores vinculada con la aparición de los complejos multipantalla y las salas de cine en los *shoppings*. Wortman describe la correlación entre la creciente elitización del consumo de cine y el proceso de aumento de la desigualdad social en el marco del neoliberalismo de la época. Según indica, el cine es cada vez más un consumo de clase media-alta que se realiza en el *shopping* o en la intimidad del hogar y corresponde a un gusto homogéneo en el cual predomina la industria cinematográfica de Hollywood.

Los suplementos de espectáculos también se han utilizado para reconstruir la circulación de películas en salas comerciales, su duración en pantalla y las estrategias de estreno, mostrando las dificultades que podría tener un espectador que quisiera ver un cine no hegemónico (Moguillansky 2008; 2011). La tesis de la elitización del consumo de cine fue trabajada por Artemio Abba (2003), en un análisis que utiliza la geografía urbana para mostrar cómo fue cambiando la localización de salas de cine, que se fueron concentrando cada vez más en barrios de clase media-alta. Varios autores siguieron esta perspectiva con datos sociodemográficos acerca de los espectadores y las salas de cine (Moguillansky 2007; Getino 2009). Torterola (2009) señaló que si bien el consumo de cine en salas se elitizó, al mismo tiempo se amplía su consumo a través de un mayor acceso a la televisión por cable.

Durante los últimos años, la digitalización de la exhibición cinematográfica en salas, el auge del 3D y la difusión cada vez mayor de opciones de *streaming* para ver cine desde el hogar cambiaron el escenario de la recepción cinematográfica. A ello se suman las novedosas formas de visionado a través de tabletas e incluso de teléfonos celulares. Al respecto, Roque González (2011) ha publicado diversas investigaciones que se centran en el predominio de la tecnología digital y en las nuevas formas de consumo de cine por Internet. Eduardo Russo (2012) se pregunta si triunfará el cine tridimensional: su análisis lo coloca en perspectiva histórica, mostrando la novedad de la situación actual, en la que la tecnología 3D se integra a la concepción del film y de su circulación y/o explotación en diversas plataformas y mercados auxiliares. Señala además que los usuarios de *Youtube* pueden producir sus propios videos tridimensionales. Otros autores también reflexionan sobre estos cambios, preguntándose si estamos viviendo el fin del cine (por el declive de la tecnología analógica) o su expansión o mutación radical (Laferla 2013). Algunos trabajos recientes comienzan a ocuparse de indagar en forma comparada los hábitos de los espectadores al asistir al cine en salas y/o en sus hogares (Moguillansky, 2016).

La investigación de María Cecilia Díaz (2011) sobre los fans del anime en Córdoba es un buen ejemplo de las muchas investigaciones que existen sobre estos micro-universos pre-juveniles. Díaz describe minuciosamente las prácticas de los aficionados, que son mucho más amplias que el mero disfrute de una proyección, y que involucran clubes de juego, competencias, coleccionismo y fiestas a las que se concurre caracterizado como alguno de los personajes de preferencia (*cosplay*). También la apropiación es un elemento central de estas prácticas: los aficionados crean o recrean sus propias historietas o cortos animados y los ponen en circulación en la web. Díaz utiliza una aproximación etnográfica a distintos grupos de aficionados en Córdoba, que le permite entender los vínculos que los miembros de una determinada comunidad establecen. Al respecto, señala que “uno no llega a ser un fan siendo un espectador habitual de un programa determinado, sino traduciendo su seguimiento del programa en algún tipo de actividad cultural [...], haciéndose miembro de una ‘comunidad’ de fans con intereses compartidos” (Díaz 2011: 9).

Un tema similar, el cine de animación, es ocasión para que Mónica Kirchheimer (2011) reflexione sobre la emergencia de un nuevo tipo de público: el *kidult* o adultescente. El cambio detectado tiene su centro en una modificación de la destinación de las películas animadas; ya no son sólo infantiles. Los rasgos diferenciales de este conjunto de películas implican la infantilización de lo adulto (especialmente por el espacio dedicado a actividades lúdicas, la colección de memorabilia, los homenajes) y la adultización de los niños (a través del mundo de la indumentaria y las actitudes). La investigación presenta un espacio de circulación discursiva que se vio modificado en los últimos 20 años, y que pone en juego nuevos criterios clasificatorios. Estas investigaciones proponen una lectura de la configuración de identidades entrelazándolas fuertemente con la dimensión cultural que permite entender, a la luz de procesos registrados empíricamente, el papel performativo de la cultura y sus industrias.

Para finalizar esta revisión, nos interesa señalar la existencia de algunos trabajos que no han sido el centro de nuestro interés porque no estudian directamente el consumo de cine, pero aportan a su comprensión. Nos referimos a los estudios que desde la economía política del cine y/o de las industrias culturales muestran cómo la concentración de la industria cinematográfica (en particular su distribución y exhibición), la lógica mercantil de explotación de las películas y las políticas públicas que regulan el sector inciden con fuerza y eficacia diversas en la conformación de la oferta cinematográfica. Podemos mencionar como ejemplos las investigaciones de Octavio Getino (2007, 2009), Santiago Marino (2013), Marina Moguillansky (2011), Pablo Perelman y Paulina Seivach (2003)

El corpus de investigaciones sobre el cine y sus espectadores muestra un espacio en formación, con la aparición de nuevas investigaciones y la revisión de las hipótesis previas a la luz de los nuevos datos que se van construyendo. Las nuevas zonas del consumo audiovisual que operan a través de circuitos informales -y que Ramón Lobato (2012) señala como aspecto central a incorporar en la agenda contemporánea de los estudios del cine- todavía no ha sido sistemáticamente explorada. Parece estar surgiendo una consideración más compleja y menos textualista de la recepción cinematográfica, que utiliza diversas técnicas metodológicas (con cierta prevalencia del enfoque cuantitativo de la encuesta), pero que aún se concentra en el cine como institución formal y que nos ofrece una mirada más precisa sobre el consumo de cine, a la vez que propone nuevos interrogantes para futuras investigaciones.

LOS ESTUDIOS DE PÚBLICO DEL TEATRO Y LA ÓPERA

Los estudios sobre teatro encuentran representación regional en Córdoba y en Formosa. En el primer caso, los resultados de una investigación liderada por Graciela Frega se publicaron en 2004 con el título *El teatro en Córdoba (1900-1930): documentación y crítica*. En esta obra, el capítulo escrito por Ana Yukelson, "Conformación, motivación y gusto del público cordobés" (en Frega et al 2004) está dedicado al tema del público. Siguiendo este antecedente, Paula Beaulieu actualiza la información histórica al caracterizar el consumo actual de teatro local (que en Córdoba corresponde preponderantemente al teatro independiente), a partir de una investigación que incluye tanto entrevistas con realizadores y referentes del teatro cordobés, como una encuesta a los espectadores. La investigación en campo insume un año de trabajo, lo que le permite recorrer las variaciones estacionales, es decir que abarca tanto las temporadas de mayor como las de menor afluencia de público. La información relevada sobre el público toma en cuenta factores de caracterización del espectador (edad, sexo, nivel de educación y formación cultural), factores de caracterización del proceso de decisión de adquisición de una entrada (búsqueda y recepción de información, factores determinantes de la elección y criterios de selección de las obras), factores de caracterización del proceso de consumo (frecuencia y repetición de asistencia, valoración de las exhibiciones, nivel de satisfacción y percepción del teatro independiente).

El objetivo de esta investigación es considerar todo el circuito relativo al teatro: creación, producción, distribución y comercialización; describir el contexto de la oferta en la que se produce la elección de una obra y la asistencia al teatro y caracterizar al público del teatro en Córdoba. Con una base teórica derivada de los estudios de televisión, este trabajo intenta superar las limitaciones de las metodologías que se centran sobre el consumo para ofrecer una lectura más amplia que sirva para la toma de decisiones en políticas culturales. Los resultados de la investigación señalan que el teatro independiente en Córdoba prácticamente no incorpora público nuevo, sólo un 3% que no compensa la pérdida de espectadores. Esta problemática se potencia porque por un lado, falta planificación y asignación presupuestaria para la difusión. Por otro, los creadores manifiestan que no están dispuestos a hacer concesiones con el espectador real y esperan de él que pueda realizar valoraciones apreciativas como si fuera el espectador modelo (Beaulieu 2008:131).

El segundo núcleo importante sobre estudios de recepción en teatro es el que se organiza en torno a Andrea Fernández, en Formosa. Fernández (2013) estudia los rasgos del público formoseño de teatro. La autora realiza entrevistas a espectadores, a partir de las cuales indica que el público acude al teatro motivado por el interés en presenciar un espectáculo artístico y para apoyar las producciones de teatro independiente formoseño. Se afirma que la divulgación es centralmente por el "boca en boca" y que el teatro es una actividad amateur autofinanciada por los teatristas.

En cuanto a estudios cuantitativos de públicos de teatro, sólo encontramos segmentos que forman parte de sondeos más generales. El "Estudio Nacional de Público Teatral", realizado bajo dirección del Instituto Nacional del Teatro en 2011 y 2012, se aboca específicamente a esta arte escénica (Cerdeira y Sánchez Salinas 2013). El relevamiento consiste en encuestas de opinión con un enfoque cuantitativo, con muestras estratificadas por sexo y rango de edad. Se ejecutó durante las Fiestas Nacionales de Teatro, en el Circuito de Festivales y en Fiestas Provinciales de Chaco, Chubut, Corrientes, Entre Ríos, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Salta, San Juan y Tucumán. Entre los hallazgos del estudio, se indica que el público de teatro es mayoritariamente joven, femenino, universitario y de clase media. La comparación entre provincias muestra que la frecuencia de asistencia al teatro varía, siendo mayor en Chaco, La Pampa y Mendoza, y menor en La Rioja, San Juan, Salta y Misiones.

Los estudios de recepción teatral son escasos y se nutren de los esquemas de investigación utilizados para el cine; sin embargo, la recepción de teatro exhibe aristas tales como la copresencia entre actores y espectadores y un tipo de fruición grupal -sobre todo en el caso del teatro independiente y *underground*- que ameritan consideración específica. La utilización de la encuesta como herramienta para el abordaje de los públicos revela aquí sus límites.

La riqueza de los abordajes cualitativos se manifiesta en la tesis, luego publicada como libro, de Claudio Benzecry (2012) *El fanático de la ópera*. No hemos registrado casi ningún estudio previo sobre el público de la ópera realizado en el período de este relevamiento. Se trata de un

acercamiento etnográfico al público de la ópera, que busca analizar de forma integral el circuito en el que se encuentra inserto el espectador y sus formas de afiliación al mundo de la ópera. El autor propone como punto de partida un recorrido por la historia de la ópera en Argentina que le permite explicar las relaciones entre una práctica cultural habitualmente asociada a la alta cultura y su pervivencia en el tiempo, con su actual vinculación con sujetos pertenecientes a las clases medias, preguntándose “¿Qué explica esa entrega intensiva y extensiva cuando el estatus, la ideología y la popularidad no son suficientes?” (Benzecry 2012: 25). El trabajo se detiene a pensar las relaciones entre los fanáticos de la ópera y su vínculo afectivo con ese objeto cultural. Inspirándose en la sociología pragmática de la música de Antoine Hennion, el autor discute las limitaciones de la sociología bourdeana para abordar los consumos culturales. Así, se ocupa de poner de relieve los aspectos pasionales de la relación de los espectadores con la ópera, más allá de los procesos de distinción que pudieran operar en la elección de este tipo de consumo. El enfoque de Benzecry señala las formas en las que los fanáticos de la ópera crean su identidad personal y conciben un sentido para sus vidas, moldeándose como individuos meritorios, a través del consumo cultural. Se trata de un estudio sumamente original que se destaca dentro del corpus que aquí revisamos por el novedoso enfoque teórico, por la articulación metodológica y por la complejización de la mirada sobre el consumo cultural. Permite profundizar en la conformación de públicos y el lugar que ocupan sus aficiones en el contexto de su mundo de la vida.

ALGUNAS TENDENCIAS Y DIVERGENCIAS

Una tendencia insoslayable en los trabajos aquí revisados es la constante referencia a la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, con menciones de sus conceptos de *habitus* y distinción, aunque no se reproducen sus metodologías de investigación. Una excepción notable a este consenso bourdeano la constituyen los trabajos centrados en los fenómenos de fanatismo, como la etnografía de Benzecry y el estudio de María Cecilia Díaz sobre el animé, que muestra explícitamente la insuficiencia de esta perspectiva para comprender las dimensiones afectivas y la fruición estética de ciertas formas de recepción y consumo cultural.

Detectamos también una cierta dificultad de dar cuenta de las relaciones de los procesos de recepción con los aspectos significativos de las obras en cuestión. La mayor parte de los trabajos relevados se limitan a estudiar a los sujetos empíricos que juegan el rol de públicos, analizando su composición social, sus representaciones, sus hábitos, por separado de las obras que consumen. Por otra parte, existe un importante cuerpo de investigaciones que se ha centrado en las obras y en sus lectores hipotéticos o ideales, trabajos que aquí no hemos considerado puesto que no incluyen en sus indagaciones a los receptores concretos. De esta manera, frecuentemente aparece una desconexión entre el estudio de las obras y el análisis de la recepción.

Dentro del corpus de trabajos sobre recepción de cine, como señalamos, se observa una concentración en la exhibición en salas, descuidando la circulación de películas en televisión y video, o las descargas de internet, que son cada vez más la norma y no la excepción (Lobato 2012).

Algo que ya habían señalado Rubens Bayardo y Ana Wortman (2012) con respecto a los estudios sobre consumos culturales es la falta de continuidad. Esta carencia de estudios que se realicen periódicamente dificulta una mirada del mediano o largo plazo, que permita captar las continuidades y los cambios en los hábitos, gustos, prácticas culturales. Esta misma observación puede hacerse extensiva al conjunto de investigaciones relevadas sobre la recepción de las artes combinadas; si bien existe un conjunto heterogéneo de investigaciones puntuales que producen valiosos aportes, es evidente la ausencia de estudios de largo aliento, tanto por su alcance geográfico -muy pocos son de cobertura nacional-, como por su extensión en el tiempo. La carencia de estudios longitudinales no permite describir procesos históricos o establecer series y tendencias. Al mismo tiempo, es evidente el desbalance entre estudios sociales del cine, en donde hay profusión de trabajos, y los de teatro y ópera, mucho menos numerosos.

La concentración de estudios en las principales ciudades y sobre todo en Buenos Aires nos muestra un marcado “porteño-centrismo” que tiene por añadidura el problema de extrapolar sus

resultados al país, en ocasiones sin establecer los cuidados metodológicos necesarios. A pesar de nuestro esfuerzo por captar las investigaciones realizadas en todo el país, respondiendo al criterio federal del PISAC, reforzando la atención a lo que se hubiera producido en las regiones más periféricas en términos geográficos y académicos, nuestro relevamiento refleja poco. Sin excluir la posibilidad de que se trate de una deficiencia del relevamiento, nuestra impresión es que reflejamos la concentración de investigaciones que acontece en relación a los principales centros del país. En definitiva, la agenda está abierta: hay mucho por estudiar aún. Pero al mismo tiempo, se requiere financiamiento para grandes operativos o estudios longitudinales, y estímulo para la investigación que se realiza fuera de Buenos Aires, y en áreas con escasa producción.

REFERENCIAS

1. Abba, Artemio. "Cine y ciudad en el siglo XX. Evolución de las centralidades culturales de Buenos Aires". *Documento de Trabajo CIHaM* [UBA]: 2003.
2. Bayardo, Rubens y Wortman, Ana. "Consumos culturales en Argentina". *Alteridades*: 2012, 44 (22): 11-21.
3. Beaulieu, Paula. "Estudio de caso. Oferta y consumo en el teatro independiente de la ciudad de Córdoba". *Indicadores culturales* Universidad Nacional de Tres de Febrero: 2007, pp. 126-132. <http://untref.edu.ar/institucional/indicadores-culturales-2007>. Recuperado el 13/01/2015.
4. Benzecry, Claudio. *El fanático de la ópera*. Buenos Aires: Siglo XXI. 2012.
5. Calvagno, Joaquín. "El primer cine industrial y las masas en la Argentina: la sección 'Cinematografía' del semanario 'CGT'". *A Contracorriente. Una revista de historia social y literatura de América Latina*: 2010, 7 (3): 38-81.
6. Cerdeira, Mariana y Sánchez Salinas Romina. "Estudio Nacional de Público Teatral". IV Congreso Argentino de Cultura: Políticas para el Desarrollo Local y Regional en el Nuevo Milenio. Resistencia, Chaco. 2013.
7. Conde, Mariana. *Martes, día de damas. Mujeres y cine en la Argentina, 1933-1955*. Tesis de Doctorado, FCS-UBA. 2009. Disponible online en <http://lanic.utexas.edu/project/laoap/iigq/tesis7.pdf>. Recuperado el 12/10/2014.
8. Díaz, María Cecilia. "Anime en proyección: Ciclos de animación japonesa en la ciudad de Córdoba". VII Encuentro Interdisciplinario de Ciencias Sociales y Humanas "Diálogo entre saberes: encuentros y desencuentros". Universidad Nacional de Córdoba. 2011
9. Eco, Umberto. *Obra abierta*. Barcelona: Ariel. 1979
10. *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital*. 2014. Sistema de Información Cultural en Argentina. <http://issuu.com/secretariadecultura/docs/eecc>. Recuperado el 18/04/2015.
11. Fernández, Andrea. "El público formoseño de teatro: motivaciones y percepciones". II Jornadas Científicas para Jóvenes Investigadores. Formosa. 2013.
12. Finquelievich, Susana; Vidal, Alicia y Karol, Jorge *Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina. 1992.
13. Frega, Graciela et al. *El teatro de Córdoba (1900-1930): documentación y crítica*. Córdoba: Grupo de Estudios del teatro cordobés. 2004.
14. Getino, Octavio. *Industrias del audiovisual argentino en el mercado internacional. El cine, la televisión, el disco y la radio*. Buenos Aires: CICCUS. 2009.
15. Getino, Octavio. *Cine iberoamericano. Los desafíos del nuevo siglo*. Buenos Aires: CICCUS. 2007.
16. Getino, Octavio. "Cine argentino. Gusto, recepción y consumo. Primeras aproximaciones". XXVIII Congreso Internacional ALAS. Recife, Brasil. 2011.
17. Getino, Octavio. *Consumo de cine en Argentina. Evidencia empírica y reflexiones teóricas sobre la vigencia del espectáculo cinematográfico en el siglo XXI*. Tesis de Maestría, UNGS, 2016.
18. González, Roque. "De la sala a la «nube». Nuevas perspectivas en el consumo de filmes y audiovisuales en el mundo digital". *Cuadernos de políticas culturales. Indicadores culturales 2012*. Buenos Aires: UNTREF. 2013.
19. Grillo, Mabel; Papalini, Vanina y Benítez Larghi, Sebastián. *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: CLACSO/PISAC. 2016 <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170113054140/EstudiosCulturales.pdf>
20. Irazábal, Federico. *El giro político. Una introducción al teatro político en el marco de las teorías débiles (debilitadas)*. Buenos Aires: Biblos. 2004.

21. Kirchheimer, Mónica. "Problemas de lectura: lo infantil y lo adulto en la animación comercial contemporánea". *Oficios Terrestres*: 2011, 27: 1-29.
22. Laferla, Jorge. "Cine expandido, o el cine después del cine". Piñón, Francisco José. (coord.). *Cuadernos de políticas culturales. Indicadores culturales 2012*. Buenos Aires: EDUNTREF. 2013, pp. 152-159.
23. Landi, Oscar; Vacchieri, Adriana y Quevedo, Luis Alberto. *Públicos y consumos de Buenos Aires* [Documento del Centro de Estudios Sociales N° 32]. Buenos Aires: CEDES. 1990.
24. Lobato, Ramón. *Shadow Economies of Cinema. Mapping Informal Film Distribution*. London: Palgrave Macmillan. 2012.
25. Marino, Santiago. "Los claroscuros del espacio audiovisual argentino". XII Congreso de ALAIC, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. 2014. <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT6-Santiago-Marino.pdf>. Recuperado el 10/05/2015.
26. Moguillansky, Marina. "El cine en un contexto de transformaciones globales". Observatorio de Industrias Culturales: *Las industrias culturales en la ciudad de Buenos Aires. Trabajos premiados*. CABA: Gobierno de la Ciudad Buenos Aires. 2007. <http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/publicacioncursoensayo.pdf>. Recuperado el 02/05/2015.
27. Moguillansky, Marina. "La circulación del cine brasileño en Argentina: El (corto) circuito comercial". V Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata. 2008.
28. Moguillansky, Marina. *La imaginación regional en cuestión. La circulación de cine brasileño en la Argentina desde la creación del Mercosur (1995-2005)*. Berlín: Lambert Academic Publishing. 2011.
29. Perelman, Pablo y Seivach, Paulina. *La industria cinematográfica en Argentina. Entre los límites del mercado y el fomento estatal*. Buenos Aires: Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano. 2003.
30. Pujol, Sergio. "Los porteños y el cine mudo: un amor a primera vista". *Todo es historia*: 1989, 259: 52.
31. Quintar, Aída y Borello, César. "Consumos culturales en Argentina: el caso del cine en la población de estudiantes universitarios". XXVIII Congreso ALAS, Recife, Brasil. 2011.
32. Russo, Eduardo. "El 3D una vez más. ¿Esta vez sí? El cine en relieve ante los espectadores contemporáneos". *Cuaderno* [Centro de Estudios en Diseño y Comunicación]:2012, 39: 269-281.
33. Samaja, Juan. "Recepción en Argentina del espectáculo cinematográfico audiovisual (1929-1933)". *Revista Argentina de Investigación Cinematográfica*: 2006,1: s/p.
34. Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia. "Nuevas Tecnologías y transformación del espacio público. Buenos Aires 1970-1990". *Telos*: 1992,32: s/p.
35. Terrero, Patricia. "Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximaciones a su estudio en la sociedad mediatizada". *Observatorio de Industrias Culturales*: 4, 1999:54-66.
36. Torterola, Emiliano (2009): "El nuevo cine argentino en la encrucijada actual. Desequilibrios y desafíos en la industria cinematográfica nacional". Amatriain, Ignacio (coord.) *Una década de nuevo cine argentino. Industria, crítica, formación y estéticas cinematográficas*. Buenos Aires: CICCUS. 2009, pp. 191-206.
37. Vidal, Alicia. *Viendo video. Pautas de consumo de un nuevo medio*. Buenos Aires: CEUR. 1990.
38. Wolf, Sergio. "El periodismo cinematográfico: construcción de los públicos cinematográficos en la década del '20". Tesina de Licenciatura, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. 1996.
39. Wortman, Ana. "Consumo de cine en la Argentina. ¿Es posible reinventar los imaginarios sociales?". *Cuadernos de políticas culturales. Indicadores culturales 2008*. Buenos Aires: EDUNTREF. 2009.
40. Wortman, Ana. "Identidades sociales y consumos culturales: el consumo de cine en la

Argentina". *Intersecciones en Comunicación* [Universidad Nacional del Centro]: 2002, 2:13-31.

41. Wortman, Ana. "Las clases medias argentinas y la democratización cultural. Análisis de su devenir a partir de la conformación del público de cine, televisión y centros culturales autogestionados". Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. 2008.