

## El cineclub como institución cultural en los inicios del siglo XXI

**Viola, Ariel**

*FHUC – UNL  
Cátedra Sociología de la Cultura*

ÁREA: Humanidades. SUBÁREA: Artes y Literatura



**IMAGEN Nº1:** Entrada del Cine América, espacio donde funciona el Cineclub Santa Fe.

### INTRODUCCIÓN

Este trabajo se inscribe en el marco de una adscripción en investigación en el proyecto CAI+D 2011: “Las imágenes audiovisuales santafesinas y sus aportes a la Historia Sociocultural”, y supone un primer acercamiento a la función y resistencia del cineclub como institución cultural a comienzos del siglo XXI.

En la investigación se analizan los cineclubes como instituciones culturales, su historia, objetivos, formatos y permanencia. Se observa el funcionamiento del cineclub para evidenciar su persistencia como espacio de socialización del arte cinematográfico hasta nuestros días, buscando detectar estrategias de resistencia hacia la circulación masiva de films que proporcionan la televisión e internet, así como su capacidad de alternativa a la propuesta consumista de las grandes salas comerciales. Consideramos como hipótesis que dichas multisalas, de compañías multinacionales, atentan contra la función social y artística del cine, reduciéndolo a un mero espectáculo o entretenimiento.

Se analiza el formato actual de los cineclubes (realizando el estudio de caso del CineClub Santa Fe) en perspectiva con su recorrido hasta el presente, desafiando las políticas neoliberales de los años 90', las cuales debilitaron la presencia de las salas locales que se distribuían proporcionalmente por todo el espacio urbano, conduciéndolas a la clausura.

## **OBJETIVOS**

Este proyecto de investigación tiene por objeto:

- Conocer la experiencia cineclubista santafesina, estudiar su funcionamiento y su influencia en la formación de sujetos sociales que consumen y/o producen artefactos culturales relacionados con el arte cinematográfico.
- Comparar las carteleras y propuestas de actividades culturales del cineclub y las cadenas comerciales de cine.
- Analizar las transformaciones culturales que han atravesado los habitantes de la ciudad de Santa Fe desde los conceptos de los Estudios Culturales, observando el contexto histórico del período al que se somete la investigación.
- Evaluar los debates teóricos que proponen los Estudios Culturales en cuanto a las memorias, las identidades, los procesos culturales, las representaciones y reproducciones sociales.

## **METODOLOGÍA**

El proyecto se encuadra en el marco conceptual de los Estudios Culturales, la Historia Social y Cultural y la Sociología de la Cultura. Desde esta perspectiva se analiza la historia del cineclub en Santa Fe, observando las prácticas que aporta a la conformación de una institución en la que se intercambian representaciones culturales a través de experimentaciones cinematográficas. Siguiendo esta metodología, se pondrá bajo consideración la situación del cineclub santafesino en el siglo XXI de nuestra era, resaltando sus estrategias de preservación como espacio paralelo a las cadenas de cine comercial y las transformaciones socioculturales que ha experimentado el público consumidor de cine.

Partiendo de los resultados que implica el estudio de esta institución cultural, se pretende explorar, además, el funcionamiento del complejo de salas cinematográficas de la empresa Cinemark, radicada en el paseo de compras portuario de nuestra ciudad, para así poder realizar comparaciones respecto de la dinámica de estos diferentes espacios, como también del tipo de relación que entablan con el cine.

Raymond Williams vuelve a la cultura un concepto amplio, entiende que incluye la totalidad de las prácticas, sin que exista un ámbito particular de "lo cultural", y sin pretender que haya una esfera más legítima que otra que se atribuya su dominio.

Son las prácticas mismas de los actores sociales las que ponen a la cultura en acción, más allá de que estas se inscriban específicamente en un terreno artístico o de culto. Esto significa que, a la hora de comunicar cine, distintas instituciones con diferentes propuestas tienen la posibilidad de hacerlo, aunque no tendrán las mismas implicancias. Cada una, con sus estilos y dinámicas particulares, influirá en forma distinta sobre las representaciones socioculturales de la población. La idea es rastrear los modos de proyectar cine por parte de un cineclub y de una sala comercial, para así poder cotejar sus maneras de relacionarse con el arte cinematográfico

"El arte está allí, como una actividad, con la producción, el comercio, la política, la formación de familias." (R. Williams. 2003. p. 23)

Por lo tanto, el proyecto se sirve de la acepción del concepto de cultura de Raymond Williams y otros intelectuales de los Estudios Culturales. La reproducción es otro fenómeno que pertenece a la cultura y al que también recurre la investigación. Para Williams:

“...puede decirse que es inherente al concepto de una cultura su capacidad para ser reproducida; y, más aún, que en muchos de sus rasgos la cultura es realmente un modo de reproducción.” (R. Williams. 1982. p. 172)

La reproducción cultural es un fenómeno muy importante para nuestro análisis, ya que afirmamos que a través de la cultura y sus formas de manifestación y actividad, los sujetos se constituyen individual y colectivamente, formando representaciones que asumen un carácter pedagógico y constitutivo. El cine, como arte audiovisual, posee la peculiaridad de ser altamente comunicativo, a la vez de ser objeto de reproducción constante. Es relevante visibilizar ese costado social y político del cine, ya que se atiende a “la posibilidad de que la gente se eduque para actuar, hablar, pensar, sentir, desear y comportarse” (Iparraguirre. 2014. p. 1). Es posible que a través del visionado de un film las personas movilicen su pensamiento, sus ideas mundanas, sus concepciones morales y su subjetividad. En este sentido, el tipo de producciones que se emiten por las pantallas de las salas cinematográficas puestas bajo observación, se vuelve poderosamente significativo por la naturaleza constitutiva y política del cine.

“Resulta paradójico, sin embargo, que la educación audiovisual de los ciudadanos se deje librada a la hegemonía del mercado en nuestras sociedades modernas, considerando además la cultura visual que las caracteriza, en la cual la interacción con las imágenes y los sonidos se vuelve una circunstancia central en el posicionamiento de las personas frente al mundo que las circunda.” (Iparraguirre. 2014. p. 1)

La investigación comenzó con la consulta de bibliografía específica de la temática (artículos de revistas científicas, ponencias de congresos, manuales estatales de promoción de cineclubes), y con la asistencia a las funciones del CineClub Santa Fe para interiorizarse con el espacio y conocer a sus promotores. Además, a través de la continua concurrencia a las actividades que propone el cineclub, se explora el tipo de producciones que se difunden.

Al mismo tiempo, el trabajo se enriquece gracias al contacto continuo con el programador del cineclub como con otros actores encargados de la conducción de la institución, los cuales se transformaron en los informantes clave del proyecto.

## **RESULTADOS**

El “cineclubismo” es un movimiento cultural que se forma a partir del encuentro de intereses compartidos que llevan a la comunidad a construir espacios de circulación y promoción de la producción audiovisual. Esta asociación cultural se ha desarrollado primero en Europa en la década del 20’, pero no tardó en aparecer en América Latina. En Argentina surge con el cineclub de Buenos Aires, en 1929, como expresión de una cultura de masas incipiente. En Santa Fe, la consolidación de esta institución cultural tuvo un gran desarrollo y ha sabido resistir los tiempos de censura de la historia nacional. La promoción de un espacio para el arte cinematográfico hizo posible el encuentro cultural para los habitantes de esta ciudad durante muchos años, además de influir en la producción de material audiovisual local.

Con el paso del tiempo, había cada vez más salas de cine y más espectadores en las ciudades litoraleñas. En los años 90’, con el auge de las medidas neoliberales y la comercialización de la industria cinematográfica, las salas de cine distribuidas por todos los barrios de la ciudad van desapareciendo, siendo desplazadas por las grandes empresas multinacionales que controlan el mercado de consumo de films. Estas corporaciones, al contar con mayores capitales, ofrecen salas más grandes y aprovisionadas con la tecnología más actualizada, afectando al cine en su función social y trastocando su contexto de comunicación. Los artefactos culturales audiovisuales que

promueve el mercado se presentan como su imagen y semejanza, relacionados con el consumo y el entretenimiento.

## **CONCLUSIONES**

La raíz de la problemática está relacionada con el lugar que ocupa el arte cinematográfico en la actualidad, pasada más de una década del siglo XXI. Se concluye que debido a la acción de las empresas comerciales que ofrecen películas como si fuesen no más que una mercancía, el cine se ha vuelto una experiencia más cercana al espectáculo, el entretenimiento o la recreación, poniendo por encima su capacidad mercantil más que su naturaleza artística, cultural y pedagógica. En consecuencia, la hegemonía de las multisalas comerciales sobre la circulación de material cinematográfico atenta contra la función social del cine.

El cineclub como institución cultural nacida en el siglo XX, con el objetivo de crear un lugar de difusión y promoción del arte cinematográfico, persiste en el siglo XXI, resistiendo a la preponderancia marginadora de las empresas multinacionales, e impulsando aquellas actividades que lo han caracterizado desde su creación: ciclos de cine de diversificada temática, debates, organización de bibliotecas, videotecas y dvdtecas, y otros eventos dedicados a la circulación y socialización del cine. A través de estas acciones, los cineclubes se convierten en instituciones que preservan la función socio-cultural y artística del séptimo arte.

## **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

- Acuña L.**, 1999. *Aportes de los Estudios Culturales*. En, CULTURAS. Debates y perspectivas de un mundo en cambio. N°1. C.I.E.C.E.C. F.A.F.O.D.O.C. U.N.L.
- Alabarces P.**, 2002. *Estudios Culturales*. En, Términos críticos de Sociología de la Cultura. Altamirano, C. (director). Paidós. Bs. As.
- Altamirano C.**, 1998. *R. Williams. 1921-1988*. Punto de Vista. N° 33. Buenos Aires.
- Altamirano C.**, 2002. *Campo intelectual*. Términos críticos de sociología de la cultura. Carlos Altamirano (director). Paidós. Bs.As.
- Auyero J., Benzecry C.**, 2002. *Cultura*. En, Términos críticos de sociología de la cultura. Carlos Altamirano (director). Paidós. Bs.As.
- Benjamin W.**, 1989. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. En Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia. Taurus. Argentina.
- Grilli D.**, 2008. *"Promotor y organizador de cineclubes"*. *Material de capacitación del INCAA*.
- Iparraquirre M.**, 2014. *El cineclubismo como una forma de pedagogía*. Toma Uno. N°3.
- Sarlo B.**, 1993. *R. Williams: una relectura*. Punto de Vista. N° 45.
- Szurmuk M., Mackee Irwin R.** (coordinadores), 2009. *Presentación*. En Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos. Siglo XXI. México.
- Williams R.**, 1982. *Reproducción*. En, Cultura. Sociología de la Comunicación y el Arte. Paidós. Barcelona.
- Williams R.**, 2000. *Introducción*. Palabras Clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad. Nueva Visión. Buenos Aires.
- Williams R.**, 2001. *Introducción*. En, Cultura y sociedad. Nueva Visión. Argentina.
- Williams R.**, 2003. *Introducción. 2. "El análisis de la cultura". 4. "Imágenes de la sociedad"*. En, La larga revolución. Nueva Visión. Argentina.