

## El Cineclub, una institución resistente

Ariel Viola

FHUC-UNL

### Resumen

El cine, como arte de nuestro moderno siglo xx, recorre la historia a través de sus maneras de manifestarse y de relacionarse con la sociedad. Devenido, hegemónicamente, en un complejo controlado y organizado por la industria, ha sabido, sin embargo, promover movimientos socioculturales que actúan en favor de preservar su faceta más artística y cultural. El Cineclub es la institución más importante en este sentido, inscribiéndose socialmente en un espacio de promoción de material audiovisual de calidad, alternativo, local y de diversidad cultural. Desde los años '90, la ola neoliberal perjudicó a los espacios de cine más pequeños, y las salas de Santa Fe se concentraron dentro del complejo empresarial de Cinemark, emplazado en el paseo de compras de la ciudad. Cineclub Santa Fe supo resistir a esos contrarrestantes y, en la actualidad, sigue siendo una institución cultural convocante.

### Palabras clave:

cine, Cineclub, cultura

## Abstract

### **The Cineclub, an enduring institution**

The cinema, as an art form of our modern twentieth century, recounts history through its ways of manifesting and interacting with society. Although it has become, hegemonically, a complex system controlled and organized by the industry, it has managed to promote sociocultural movements that help preserve its artistic and cultural side.

The Cineclub is the most important institution in this sense; it is socially included in a space for promotion of alternative, local, cultural and high quality material. Since the 90's, neoliberal policies have harmed small cinema theaters, and all the screens in Santa Fe were set up in the multiplex Cinermark, which is located in the local shopping mall. The Cineclub was able to endure those obstacles and it is still a vibrant cultural institution.

---

### **Keywords:**

Cinema, Cineclub, culture

¿Qué hacemos cuando vemos una película? Mucho se puede responder sobre esta cuestión. En general podemos pensar que se busca entretener la mirada y relajar el pensamiento; o que entregamos nuestro estado de ánimo a las variadas sensaciones que despiertan; o que salimos de recreación en un tiempo libre a consumir un espectáculo audiovisual. En este trabajo se intenta abandonar la superficie y explorar la profundidad de lo que entraña el visionado de un filme. Antes de ahondarnos en el análisis, hay que resaltar la naturaleza artística que pertenece al cine, es decir, previamente

a considerarse el motivo de asistencia a un evento, «ir al cine», la obra cinematográfica es la consecución de la práctica de un arte, con todo lo que ese ejercicio significa. Pero aunque el cine sea parte de un movimiento artístico, sus gestores y su público parten de distintos intereses para difundirlo y consumirlo.

La cinematografía, como disciplina del siglo xx, se entrecruza con los fenómenos y las nociones de nuestra era, de nuestro complejo mundo. Así, el cine se relaciona con las formas artísticas a través de sus realizadores, los directores y asistentes de filmación y producción, los cuales

trabajan aplicando una multiplicidad de técnicas con el fin de fabricar la obra audiovisual, por donde se expresa el mensaje y la estética del autor. Al mismo tiempo, las películas, en los tiempos de un mundo industrializado, se convierten en una mercancía muy rentable para el mercado, que por medio de estudios, compañías y distribuidoras cinematográficas ponen el material en circulación, ofreciendo las producciones a un público que pagará por verlas. Dicha doble personalidad del cine, artística y comercial, es la que constituye su problemática: ¿Qué función o qué funciones cumple el cine en nuestra sociedad? ¿Expresa la misma carga cultural en nuestros días que en décadas anteriores? ¿Los grupos humanos han modificado las maneras de relacionarse con el séptimo arte?

El Cineclub es el ámbito a inspeccionar para responder a estos interrogantes, ya que como institución de la cultura y de la sociedad fue fundado para impartir el arte cinematográfico entre sus concurrentes, movilizándose para lograr la emisión de un cine de calidad y para ofrecer una propuesta a través de la cual las personas puedan encontrarse por medio del cine. ¿Qué es lo que diferencia al Cineclub de los otros espacios donde se consume cine? Aquí está el desafío de la investigación.

### **La máquina no tiene talento**

¿Qué es una película? Es una obra artística. Como tal, es un quehacer humano.

La máquina no tiene talento. Lo importante del arte es su implicancia social, involucra al grupo humano del artista, lo interpela, lo critica y lo manifiesta en las formas y el contenido. La expresión artística es una representación del mundo, individual o grupal, que se construye colectivamente, a través del repertorio de composiciones de las distintas disciplinas a lo largo de la historia, perfilando un imaginario social que se reproduce en la cotidianidad de las comunidades. Podemos asimilar esta definición a aquello que entendemos por cultura. Algo cultural suele ser entendido como todo objeto o práctica que forma parte de la tradición de una población, concepción que suele definírsela como «una cultura». La cultura de un pueblo también puede ser explicada como el conjunto de obras de arte que ha sabido crear una sociedad, destacándose aquellas que otorgan un sentido de pertenencia relevante entre las personas que las comparten.

Dentro de los Estudios Culturales, Raymond Williams ha sabido ampliar el concepto de cultura, complejizando su significado. A modo de contrarrestar una vieja acepción que tendía a ser valorativa, como la «alta cultura» para referirse a prácticas refinadas que eran sobrevaloradas por las elites, como la literatura, la danza o la pintura, Williams describe la cultura como «todo un modo de vida material, intelectual y espiritual» (2001:15). De esta manera, la cultura se

desvincula de una autenticidad de clase o de un talento para ilustrados, incluyendo a la totalidad de las prácticas (Canclini, 1991). De ahora en adelante, existe la posibilidad de una cultura obrera, femenina, juvenil, popular, etc. Nadie posee el patrimonio de «lo cultural», más bien la cultura es otra manifestación de la sociedad en su conjunto. En clave marxista, así como la economía determina la existencia de los hombres, para Williams, la cultura es un condicionante tan significativo como el aspecto material de los grupos humanos. Así como las sociedades se autoproducen y reproducen a través de la satisfacción de necesidades materiales, a la vez, buscan garantizar su sentido de pertenencia a la comunidad. El atributo del trabajo es válido para ambas dimensiones. Se trabaja para producir los alimentos y otros artefactos vitales económicamente, como para crear diversas manifestaciones traducidas en obras o expresiones artísticas, las cuales dotan de signos y representaciones colectivas al universo simbólico de una comunidad. El estado del hombre no está en reposo, restaurándose diariamente para volver a conseguir el pan otra vez, necesita darle algún sentido a su existencia, y eso lo construye colectivamente, encontrando razones que lo movilicen a la realización social. La pertenencia, el parentesco, la memoria, los relatos orales y los saberes del mundo son compartidos y comunicados consecuentemente, transcurren en

la vida, y eso conmueve a las personas en su convivencia, en su formación social, incentivando su capacidad creativa en manifestaciones artísticas. Por otro lado, la cultura ordena lo social:

la mayoría de los autores contemporáneos se refiere a ella como un repertorio históricamente estructurado, un conjunto de estilos, habilidades y esquemas que, incorporados en los sujetos, son utilizados (de manera más o menos consciente), para organizar sus prácticas, tanto individuales como colectivas. (Auyero; Benzecry, 2002:35)

El arte es una práctica social, un intercambio de representaciones del mundo, un fenómeno de encuentro entre las personas, por lo tanto, su dimensión más significativa es cultural. En el hecho artístico interviene la técnica, y es en este aspecto que se vincula con una forma material, determinada históricamente, al compás de las transformaciones estructurales de la sociedad. El desenvolvimiento tecnológico de las sociedades a través del tiempo ha llevado a la creación de distintas manifestaciones, implementando una variedad de técnicas, que se perciben como artísticas, y que resultan en un producto particular: un poema, una canción, un dibujo, una escultura, una exposición escénica. La peculiaridad de la cultura es que actúa en dimensiones temporales diferentes a las de la economía.

La transformación de la superestructura, que ocurre mucho más lentamente que la de la infraestructura, ha necesitado más de medio siglo para hacer vigente en todos los campos de la cultura el cambio de las condiciones de producción. (Benjamin, 1989:1)

A esta perspectiva trascendental de la cultura, Williams la incorpora de lleno en el siglo xx, más bien en la modernidad. La cultura forma parte del movimiento de cambio de la historia, acompaña su recorrido, se transforma al compás del transcurrir en el mundo.

El desarrollo de la palabra *cultura* es el registro de una serie de importantes reacciones permanentes a estos cambios en nuestra vida social, económica y política y puede verse, en sí mismo, como un tipo especial de mapa por cuyo intermedio es posible explorar la naturaleza de dichos cambios. (2001:16)

En su obra *La larga revolución* (1961), Williams profundiza el análisis de la cultura moderna poniéndola en relación con los fenómenos contemporáneos. Habían pasado las guerras, las grandes depresiones, las rebeliones, las independencias y

los acelerados avances de la tecnología en el corto siglo xx.<sup>1</sup> El mundo se había globalizado. En los tiempos modernos la cultura atraviesa fronteras, se internacionaliza, imitando a un mercado mundial que se expande cada vez más, casi abarcando a todo el planeta. La cultura misma es partícipe de la ideología liberal y el modo de producción capitalista que funcionan en el siglo xx.

La «larga revolución» era para Williams el proceso que desde el último tercio del siglo xviii conjugaba, en la historia nacional británica, la acción expansiva de tres lógicas, irreducibles a una sola e idéntica matriz: la de la industria capitalista, la de la democracia, asociada al ideal del autogobierno, la de la cultura moderna. (Sarlo, 1993:2)

Como venimos insistiendo, el arte interpela el estado de situación que vive el mundo, refleja el sentimiento de las sociedades que lo perciben. Dentro de las manifestaciones artísticas, la particularidad del cine es su inmersión plena en el siglo xx, se constituye bajo la lógica de su motor de cambio. A finales del siglo xix, en la era de los inventos, tras

1. Expresión que emplea Eric Hobsbawm para referirse a un siglo con mucha carga de historicidad, que se precipita entre la Primera Guerra Mundial en 1914 hasta la disolución de la Unión Soviética en 1991, finalizando el mundo bipolar y afirmándose el capitalismo como sistema mundial, bajo una reorientación del liberalismo de principios de 1900.



posible un proceso de aculturación, donde la idiosincrasia imaginativa de los filmes de unos pocos países invade e inhibe las representaciones de los Estados subdesarrollados. La lógica de centro y periferia opera en concordancia con los procesos culturales, pasando por encima de la diversidad social. Producen las potencias industriales y el subdesarrollo sólo compra y consume.

El encuentro entre la lógica del capitalismo y el ejercicio cinematográfico, dentro de espacios tanto mercantiles, como técnicos o artísticos, se establece, primordialmente, en aquella creación de la economía del siglo xx que Adorno y Horkheimer han denominado como industria cultural. Éstas, como corporaciones que buscan el lucro a través de la fabricación de artefactos culturales, tienen la capacidad de afectar a las piezas artísticas justamente en su atributo más genuino, el artístico. El efecto más directo que provocan las industrias culturales sobre los artificios que producen es el de la trivialización, disociando a la cultura de su componente humano y creativo, buscando su utilización como materia prima para diseñar una mercancía que pueda ser ofertada y consumida por las masas. En este sentido, la evolución de las técnicas industriales no explica por sí solo la singularización de la cultura en artefactos culturales que circulan por el mercado, más bien, debe llamarse la atención a un tipo de práctica económica que ha forzado

este proceso, la cual convierte todo lo que toca en un fenómeno de compra venta. La producción en serie o la economía a gran escala, como elementos constitutivos del capitalismo, absorben al cine y a las películas y los vuelven funcionales a sus objetivos, forzándolo a una repetición constante y despersonalizada, de la misma manera sucede en la medicina, o en el deporte, o en otras áreas donde las capacidades y destrezas de los hombres son las que en realidad le dan forma, aunque el funcionamiento incesante y eficiente de la maquina borre ese registro.

La incorporación del cine como actividad sociocultural de las sociedades capitalizadas es resultado de la operatividad de las empresas de la cultura, ya que, por medio de su lógica mercantil, han contribuido a la conformación del público, aquella masa a la que se debe conquistar y manipular para que actúe como consumidora de los artefactos culturales que se le imponen. De esta manera, el sistema dominado por la industria convierte a los actores en consumidores, trivializándolos como su producción misma, y de la misma forma que la democracia liberal los ha vuelto ciudadanos. Dentro del sistema capitalista, las personas son definidas como ciudadanas con derecho a votar, y consecuentemente, como consumidoras con derecho a comprar, sólo que estas garantías son controladas para que favorezcan a la estructura dominante en su conjunto. De esta manera, la industria

clasifica a los consumidores y les impone los productos que deben adquirir para su realización económica y social.

Las distinciones enfáticas, como aquellas entre filmes de tipo a y b o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente. El hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su *level* determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo. (Adorno; Horkheimer, 1988:2)

Otro elemento que se agrega a este *modus operandi* es el de la reproducción, ya que el mismo hecho de repetición múltiple y en serie, vuelve dinámica a la industria. La película es un tipo de composición pasible a ser reproducida infinidad de veces. Ante esto, Benjamin advierte acerca de que el cine, en tanto es una disciplina muy dependiente de la edición, es captado por la lógica mercantil, la cual resalta su rasgo exhibidor por encima del atributo genuino del

arte, su materialización como objeto de culto. El filme, como una pieza artística, degrada su autenticidad, definida como «aura» por el autor, al ser sometido a la copia constante, entregando al mercado la facultad de controlarlo y distribuirlo, trivializando el objeto artístico en la forma de una mercancía:

por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual. La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta para ser reproducida [...] Pero en el mismo instante en que la norma de la autenticidad fracasa en la producción artística, se trastorna la función íntegra del arte. (1936:6)

Es interesante verificar que en la misma actividad reproductiva del arte se reproducen representaciones culturales, estéticas, imágenes, modos de vida, elementos que son comunicados en las prácticas de socialización, haciendo circular significados que son aprehendidos por las personas. De esta manera se configuran imaginarios y nociones del mundo. Como expresa Williams: «en general 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» (1982:172).

## El «cineclubismo», un movimiento del siglo XX

En los años de la economía de servicios, la salida al cine pasa a formar parte de un surtido de espectáculos aptos para las familias y los grupos humanos que interactúan en la sociedad de consumo. Lo que impacta en este tipo de práctica es su masividad, el cine, junto a otras distracciones, va construyendo la idea del público, remodelando sus salas para asistencias repletas. Todo esto forma un círculo consumista que el mercado se encarga de establecer. Al margen de esa dimensión comercial, afloran prácticas que intentan profundizar el sentido artístico del cine e intentan reunir a los cinéfilos para que socialicen películas, directores, géneros, estéticas o técnicas de filmación. La institución paradigmática de este movimiento es el Cineclub.

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 se ha desarrollado primero en Europa, 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 la ciudad que le interesa a este trabajo, Santa Fe, la consolidación de esta institución cultural tuvo un gran desarrollo y ha sabido resistir los tiempos de censura

de la historia nacional. El fomento de un espacio para el arte cinematográfico hizo posible el encuentro cultural para los habitantes de la ciudad durante muchos años, además de influir en la producción de material audiovisual local.

Daniel Grilli, en la presentación del material de «Promotor y organizador de cineclubes», define la naturaleza de estas asociaciones:

conservan un carácter específicamente cultural cuyo objetivo fundamental es la participación crítica y democrática del espectador, quien de esta manera deja de ser un receptor pasivo de la imagen audiovisual (tal como lo plantea el clásico dispositivo del cine comercial), para convertirse en un sujeto que elige películas que van más allá de las comúnmente ofertadas y que interactúa con sus pares a partir de la libre práctica del *cine debate*. (2008:5)

A partir de esta definición, el Cineclub se diferencia claramente con otra forma de consumir cine, la de las salas comerciales, distinguiéndose, al mismo tiempo, los sujetos que acuden a los espacios y las maneras que se relacionan entre sí y con las películas que miran. El Cineclub «permite enriquecer la cultura cinematográfica, como así también reforzar lazos comunicativos (...) incrementa, por ende, tanto el interés por películas de alto nivel artístico como el interés por compartir y vivenciar una práctica social

como la audiovisual» (Grilli, 2008:5). Insistiendo con los contrastes, los filmes que se difunden en los dispositivos puestos en comparación también encuentran divergencias cualitativas.

En cuanto a su singularidad, los cineclubes trascienden el contenido mínimo que supone el rodaje fílmico, además son sede de festivales, ciclos temáticos e instancias de debate acerca de lo que las películas transmiten. El aporte extra a la práctica cinematográfica se profundiza, incluso, con la creación de videotecas y *dvdtecas* que archivan y conservan el patrimonio audiovisual; la celebración de encuentros entre cineclubes; publicaciones de libros y revistas; cursos de formación profesional y producción documental. En su búsqueda de constituirse en el espacio por excelencia de la cultura cinematográfica, apuesta a ser un punto neurálgico para el encuentro de sujetos que están formándose como creadores de filmes y funciona como canal de circulación de material fílmico local. Asimismo, las actividades cineclubistas logran enriquecer la experiencia del visionado gracias a la confección de programas que detallan los aspectos técnicos de la película e incluyen críticas y hasta presentaciones del filme hechas por los mismos realizadores.

Toda esta serie de elementos constitutivos dan cuenta de la importante función que cumple el Cineclub en su tarea de impartir cine de calidad para los

habitantes de la ciudad. Su funcionalidad es dinámica y multidimensional, en cambio, en el cine empresarial la única función que se ejerce como principal es la de vender el consumo de la película, reduciéndola a una mercancía, invisibilizar sus aspectos artísticos y simplificarla en motivo de espectáculo o de distracción. Los complejos que organizan estas multisalas disponen el círculo de consumo abreviando la experiencia a un actuar puramente consumista, donde se disfruta de la película, y luego se abandona el espacio, sin que se promuevan actividades de reflexión colectiva.

Como una opción entre otras para el contacto con obras audiovisuales, lo que distingue al Cineclub es su valor agregado cultural, el cual, justamente, no estriba en un valor agregado comercial. El aditivo señalado es detallado en el manual que dirige Grilli: integra una presentación de la película, un debate de su contenido y la entrega de un material sobre el filme proyectado; en ocasiones, cuenta con la presencia del director o del equipo técnico durante el debate; respalda la visión de películas que las salas alternas o comerciales no incluyen, ampliando las posibilidades de elección del espectador; organiza el visionado por temáticas, ciclos u homenajes, actuando como organizador de la oferta fílmica disponible (Grilli, 2008).

El brasileiro Felipe Macedo establece tres leyes que rigen a todo cineclub. En

primer lugar, su estructura es democrática, ya que el presidente, el programador y otros responsables son designados por medio de elecciones regulares, reglamentadas a través de un estatuto constitutivo. La organización de la institución es gobernada por una comisión directiva compuesta por diferentes cargos diseñados según las distintas funciones que se ejercen. Su espacio de ejecución se sitúa en algún cine de la ciudad, el cual puede ser parte del Cineclub o solamente un facilitador del local donde funciona. Por otro lado, no posee fines de lucro, aunque puedan promocionarse actividades de recaudación de fondos para mejorar las instalaciones del cine. La persecución de la ganancia podría atentar contra la calidad del cine que se distribuye, conformándose como un principio rector de la institución. Finalmente, «organizados sobre la base de movilización de sus asociados y en función de un objetivo no financiero, los cineclubes se orientan a fines culturales, éticos, políticos, estéticos, religiosos [...] inciden en sus comunidades, contribuyen a cambiar conciencias y a formar opiniones, movilizan» (Grilli, 2008: 10).

El desarrollo de esta institución a través del tiempo debió soportar una serie de asaltos políticos o afrontar ciertos cambios socioculturales. Ante estos elementos que atentan contra su existencia, el Cineclub ha sabido resistir posibilitando su pervivencia. En la actualidad, focalizán-

dose en el período que va desde la vuelta de la democracia, el pasaje neoliberal de los '90 y la exhaustiva inclusión de internet en los hogares, pronunciada desde el inicio del nuevo siglo, el cineclubismo sigue en pie, contrarrestado por estos fenómenos.

Las transformaciones sociales son un desafío para la concurrencia de los cineclubes. Somos testigos de una época donde las posibilidades de acceso al material audiovisual se han multiplicado a través de la televisión, los canales de cable, el alquiler o compra de películas y los sitios web. Esta disponibilidad, sin embargo, no garantiza la calidad de la imagen ni del contenido de las obras. Otra consecuencia tecnológica deriva en la falta de costumbre de asistir al cine de las nuevas generaciones, que opta muchas veces por las comodidades domésticas, lo cual distancia a los espectadores entre sí y descuenta los agregados culturales que ofrecen los cineclubes.

### **Cineclub Santa Fe, un sobreviviente**

Con el paso del tiempo aparecen cada vez más salas de cine y más espectadores en todo el país y en las ciudades litoraleñas. En los años '90, con el auge de las políticas neoliberales y la evolución capitalista de la industria cinematográfica, las salas de cine distribuidas proporcionalmente por los barrios de la ciudad de Santa Fe fueron desapareciendo (dato no menor

en una localidad en la que existían muchos espacios cinematográficos en relación con su densidad poblacional), y desplazadas por las grandes cadenas de cine de empresas multinacionales que controlan el mercado de consumo de filmes. Este movimiento se dio a tono con la cruzada privatizadora de instituciones públicas. Dichas corporaciones, al contar con mayores capitales, ofrecen salas más grandes, 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 a su imagen y semejanza, relacionados con el consumo y el entretenimiento.

El Cineclub Santa Fe, fundado el 24 de mayo de 1953, supo instalar una actividad fuerte, convocante y, a la vez, promocionar un lugar de encuentro para la cultura local. Su programación siempre ha sido cuidadosamente diseñada, atenta a la proyección de películas de variada nacionalidad y a la difusión del patrimonio cinematográfico por medio de la organización de ciclos de diversidad temática. Su cuota societaria siempre ha sido de un precio accesible y, paradójicamente, su valor monetario es menor al de sólo una entrada en las salas de Cinemark, mientras que siendo socio del Cineclub se tiene acceso a un surtido de más de veinte funciones mensuales. Además, se cuenta con la ventaja de poder extraer filmes

del archivo organizado en una *dvdtteca* y en una videoteca, acompañada por una biblioteca compuesta de obras sobre el cine. Actuando como una verdadera organización social, la institución santafesina ha sabido implementar estrategias cooperativas entre los socios para poder mejorar condiciones técnicas y edilicias, obteniendo resultados muy efectivos. Bajo esta modalidad, cristalizada en aportes voluntarios, colectas, sorteos y otras herramientas, han hecho posible el cambio de la estructura de butacas, la compra de nuevas pantallas y más avanzados sistemas de sonido, entre otras inversiones para el espacio.

El cuerpo de socios de Cineclub Santa Fe tiene una cuantiosa trayectoria, con una notable diversidad generacional, los cuales tienen la posibilidad de elegir entre funciones regulares para socios, donde se pueden apreciar estrenos de carteleras del mundo atendiendo a la pluralidad cultural, o preferir entre algunos de los tantos ciclos clásicos del cine: Desvelado, Cine Estudio (recorrido de filmografías), Bizarro. Como si la posibilidad de experimentar el cine no fuera suficiente, el Cineclub realiza ciclos coordinados con otras instituciones de intereses específicos. La extensión cineclubista tiene una riquísima actividad conjunta con la UNL, donde se originan múltiples ciclos de debate consignados en cine y: sociología, ciencia política, historia, arquitectura, literatura, filosofía, música.

Su historia se condice con los sucesos de los '90, ya que su permanencia puede ser apreciada como un sacrificado logro si se observa cómo han cerrado todos los cines de la ciudad ante la llegada de la cadena comercial Cinemark a fines del decenio. El Cineclub Santa Fe es el único espacio que sobrevivió al corrimiento impuesto por un complejo cinematográfico monopolizador. Sus propuestas audiovisuales conviven no sin contradicciones. En contacto con el programador y presidente de esta institución, el cual se constituye como informante clave de la investigación, se puede constatar cómo la empresa Cinemark controla la distribución de las producciones fílmicas y cuenta con la exclusividad de las películas que ofrecen en su cartelera. Sin embargo, los intereses antagónicos que movilizan a los dos espacios hacen que, no casualmente, los materiales que el Cineclub desea obtener de las distribuidoras sean los que el Cinemark descarta, ya que no son los más adecuados para su noción del cine como espectáculo. Así todo, la hegemonía del control de los recursos sí corre contra el margen a los cineclubes, ya que los obliga a determinar las decisiones de su programación a condición de esa garantía monopólica.

### **La importancia del Cineclub para la restitución cultural del cine**

¿Qué lugar ocupa el arte cinematográfico pasada más de una década del siglo XXI? En nuestros días parece estar más cercano

al espectáculo, el entretenimiento o la recreación. Aunque estos elementos también puedan reconocerse constitutivos de un arte, la experiencia cinematográfica de hoy parte de allí, de su capacidad mercantil, más que de allá, su naturaleza artística, cultural y pedagógica. Como lo indica la introducción del artículo de Martín Iparraguirre: «Antes que simple entretenimiento, como ingenuamente se lo suele concebir, el cine es un arte educativo por naturaleza» (Iparraguirre, 2014:222).

Además de reconocer esta característica, Iparraguirre encuentra en el cine una «naturaleza constitutiva y política», ya que a través del visionado de una película, las personas movilizan su pensamiento, sus ideas mundanas, sus concepciones morales y hasta modelan su subjetividad. Hay que resaltar la potencialidad transformadora que forma parte 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. (222)

Para reforzar este postulado, debemos dirigir la mirada a la programación que suelen ofrecer estas salas a sus espectador-

res, objetivados como consumidores. En éstas se evidencian una serie de carencias, como del cine nacional y de otras partes del mundo que tampoco son dominantes en la industria cinematográfica, perdiendo la posibilidad de ejercer su gran capacidad convocante y comunicadora hacia un contacto más diverso con el resto de películas que se producen en el planeta. Si reconocemos en el cine una poderosa influencia sobre la formación subjetiva, se corre el riesgo de que las conciencias admitan versiones sesgadas de la realidad social.

Los filmes predominantes en las salas comerciales sustentan la mirada del «cine como mercancía paradigmática de la sociedad del espectáculo», sin olvidarnos de que es un vector de transmisión inigualable de ideología y patrones de conducta (Iparraguirre, 2014). Esta manera de transmitir el cine, mira y define al mundo con sus ojos, que son los del capitalismo globalizado. El contacto con otras cinematografías puede ser liberador en este sentido, una forma de desprenderse de los marcos comerciales y restituir así la relevancia cultural y artística que envuelve una obra audiovisual, restaurando la propuesta originaria que corresponde al cine. La recuperación de aquella imprevista va al descubierto de la otredad, de una exploración multicultural y de una valoración de la producción local. El cine es mucho más rico y diverso que Hollywood, u otros estudios capitalistas,

es capaz de emancipar la mirada de la intromisión del mercado o las ideologías dominantes. Como lo quiere Bergala, «hay que permitir que el cine ingrese en la sociedad desde ese lugar de resistencia y no sólo desde la capacidad de la imagen para ilustrar una idea preconcebida» (Iparraguirre, 2014:226).

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 sociocultural y artística del séptimo arte.

## Referencias bibliográficas

- ACUÑA, L. (1999). *Aportes de los Estudios Culturales*. En *Culturas. Debates y perspectivas de un mundo en cambio*, (1). CIECEC. FAFODOC. UNL.
- ALABARCES, P. (2002). Estudios Culturales. En Altamirano, C. (dir.), *Términos críticos de Sociología de la Cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- AUYERO, J. y BENZECRY, C. (2002). Cultura. En Altamirano, C. (dir.), *Términos críticos de Sociología de la Cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- BENJAMIN, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica. En *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*. Buenos Aires: Taurus.
- GRILLI, D. (2008). Promotor y organizador de cineclubes. Material de capacitación del INCAA.
- GUARINI, C. (2001). Cine y Antropología. De la observación directa a la observación diferida. En Legasa, R. G. *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires.
- IPARRAGUIRRE, M. (2014). El cineclubismo como una forma de pedagogía. *Toma Uno*, (3).
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.
- SARLO, B. (1993). R. Williams: una relectura. *Punto de Vista*, (45).
- WILLIAMS, R. (1982). Reproducción. En *Cultura. Sociología de la Comunicación y el Arte*. Barcelona: Paidós.
- — (2000). Introducción. *Palabras Clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- — (2001). Introducción. En *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- — (2003). Introducción. 2. «El análisis de la cultura». 4. «Imágenes de la sociedad». En *La larga revolución*. Buenos Aires: Nueva Visión.

